



Congrès de l'ANETT 20 & 21 juin 2024

Sommaire

| | |
|---|----------|
| CONGRES DE L'ANETT 20 & 21 JUIN 2024 | 1 |
| Sommaire | 1 |
| CONGRES DE L'ANETT | 4 |
| L'accueil des grands événements, une vitrine pour nos territoires touristiques | 4 |
| I) Discours d'accueil | 4 |
| André PERRILLAT-AMÉDÉ | 4 |
| Maire du Grand-Bornand (74) | 4 |
| Philippe SUEUR | 6 |
| Président de l'ANETT | 6 |
| Sylviane NOËL | 9 |
| Sénatrice de Haute-Savoie | 9 |
| Martial SADDIER | 10 |
| Président du Conseil départemental de Haute-Savoie | 10 |
| II) L'événementiel est-il un facteur d'attractivité ? | 13 |
| Table ronde animée par Brice DUTHION, <i>président fondateur LNVE</i> | 13 |
| Grand témoin : Martial SADDIER, <i>président du Conseil départemental de Haute-Savoie</i> | 13 |
| Témoignage d'une athlète : Perrine PELEN, <i>triple médaillée olympique en ski alpin, Directrice générale des Championnats du monde de ski Courchevel-Méribel, 2023</i> | 13 |
| III) À la veille des Jeux olympiques et paralympiques 2024, quels retours de l'Olympiade de 1992 et quels projets pour 2030 ? | 21 |
| Témoins : | 21 |



| | |
|---|-----------|
| Martine BERTHET, Sénatrice de la Savoie, Vice-Présidente de l'ANETT | 21 |
| Thierry LOUCHIN, responsable des partenariats institutionnels, Française des Jeux | 21 |
| Marion NAHANT, Cheffe de projet, Pôle Jeux olympiques et paralympiques 2024 de la Direction générale des entreprises | 21 |
| IV) L'événementiel territorial au prisme d'élus | 32 |
| Témoins : | 32 |
| Yannick MOREAU, maire des Sables-d'Olonne (85) et président de l'ANEL | 32 |
| Laurent PABIOT, maire de Sancerre (18), président du Club des partenaires de l'ANETT | 32 |
| Xavier DOUAIS, adjoint au maire de Nîmes (30), délégué au tourisme | 32 |
| Véronique BAUDE, 1 ^{re} adjointe au maire de Divonne-les-Bains (01) | 32 |
| V) Comment accueillir les touristes pendant les évènements ? | 44 |
| Témoins : | 44 |
| Olivier PETIT, Directeur Général et associé d'In Extenso Hospitalité | 44 |
| Erven LEON, Maire de Perros-Guirec (22), Coprésident de la Commission Hébergements Touristiques de l'ANETT | 44 |
| André PERRILLAT-AMÉDÉ, Maire du Grand-Bornand (74), Coprésident de la Commission Hébergements Touristiques de l'ANETT | 44 |
| Jean-Luc BOCH, Maire de La Plagne Tarentaise (73) et Président de l'ANMSM | 44 |
| VI) Hébergement et Hôtellerie de plein air | 58 |
| Témoins : | 58 |
| Nicolas DAYOT, Président de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, | 58 |
| Didier BOURGOIN, Président-Directeur général d'Alpha Camping | 58 |
| Didier PAJOT, Camping Liberté | 58 |
| VII) Mieux accueillir, de l'information à la rénovation | 65 |
| Témoins : | 65 |
| Julien CORDIER, Responsable des partenariats locations saisonnières, Le Bon Coin | 65 |
| Paul-Antoine MAURASIN, Responsable du Pôle Hôtellerie et Vice-Président Hospitality, Vinci Immobilier | 65 |
| TABLE-RONDE | 72 |
| Face à la raréfaction des ressources, comment adapter nos modèles touristiques pour accueillir des évènements ? | 72 |
| Modératrice : | 72 |
| Edith GUEUGNEAU, Maire de Bourbon-Lancy (71), Coprésidente de la Commission Tourisme Durable de l'ANETT | 72 |
| Témoins : | 72 |
| Gérald MARTINEZ, Maire de Saint-Léger-les-Mélèzes (05), Coprésident de la Commission Tourisme Durable de l'ANETT | 72 |
| Renouvellement du Partenariat entre Veolia et l'ANETT | 88 |
| Table-ronde | 90 |
| Les Stations classées de tourisme en première ligne pour l'accueil des touristes | 90 |
| I) Comment promouvoir les Stations classées de tourisme, véritables pôles d'excellence de notre pays en matière de tourisme ? | 90 |
| Introduction de Philippe SUEUR | 90 |
| Président de l'ANETT | 90 |
| Témoignage de Hélène MACHART | 91 |
| Directrice de projet - Direction des Entreprises (DGE) | 91 |



| | |
|---|-----|
| Témoignage de Sylvain CHARLOT | 102 |
| Représentant d'Atout-France | 102 |
| Témoignage de Stéphanie BARRIERE-RIFFORT | 104 |
| Chargée relations institutionnelles Tourisme et sports de l'IGN (Institut national de l'information géographique et forestière) | 104 |
| Témoignage d'Arnaud CHEVAILLER | 106 |
| Directeur marketing et Expérience Client — LUMIPLAN | 106 |
| Témoignage de Stéphane AUBERT | 107 |
| Directeur développement territorial pour la Savoie et la Haute-Savoie — EDF | 107 |
| Témoignage de Stéphane ASIKIAN | 110 |
| Président de Pollustock | 110 |
| Commerciale - ABRI PLUS | 113 |

Quels outils aux mains des élus pour accueillir un afflux exceptionnel de touristes ?
115

| | |
|--|-----|
| l)Face à des dotations qui n'évoluent plus, quels sont les outils efficaces pour permettre aux maires de réaliser leurs projets touristiques sans impacter leur attractivité : Fonds vert, DSR, taxes de séjour, THRS... | 115 |
| Stéphan ROSSIGNOL | 115 |
| Maire de La Grande-Motte (34), Vice-Président de l'ANETT, Président de la Commission Tourisme innovant de l'ANETT | 115 |
| Jérôme PAYANY | 121 |
| Directeur de Nouveaux Territoires | 121 |
| Témoignage de Catherine JULLIEN-BRÈCHES, | 127 |
| Maire de Megève | 127 |
| Témoignage de Laurent MALET, | 131 |
| Inspecteur des Finances Publiques, Direction Générale des Finances Publiques | 131 |
| Conclusion de Philippe SUEUR | 139 |
| Président de l'ANETT | 139 |

Congrès de l'ANETT

L'accueil des grands événements, une vitrine pour nos territoires touristiques

1) Discours d'accueil

André PERRILLAT-AMÉDÉ

Maire du Grand-Bornand (74)

Je vous salue toutes et tous, Monsieur le Président de l'Association nationale des élus des territoires touristiques, cher Philippe, Mesdames les parlementaires : nous avons la joie d'accueillir Mme Sylviane Noël, Sénatrice de la Haute-Savoie, conseillère régionale, représentant M. Laurent Wauquiez, Président de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, Mme Martine Berthet, Sénatrice de la Savoie, Monsieur le Président du Conseil départemental de la Haute-Savoie, cher Martial. Le département est également représenté par sa vice-présidente, Marie-Louise DONZEL, Marcel CATTANEO, conseiller départemental, étant excusé. Je salue Josiane LEI, maire d'Évian et conseillère départementale, et je salue tout particulièrement Yannick MOREAU, maire des Sables-d'Olonne et Président de l'Association nationale des élus du littoral. Jean-Luc BOCH, maire de la Plagne-Tarentaise, Président de l'Association nationale des maires des stations de montagne, doit nous rejoindre. Je salue Paul AUDAN, Président de l'Association nationale des maires des communes thermales, M. Michel FRUGIER, Président de France stations nautiques, et Alexandre MAULIN, Président des Domaines skiables de France. J'ai peut-être oublié des personnes, et elles voudront bien m'en excuser.

Je suis très heureux de vous accueillir au Grand-Bornand et de vous souhaiter à toutes et à tous la bienvenue, au nom du conseil municipal. Accueillir le Congrès annuel de l'Association nationale des élus des territoires touristiques est un très grand honneur pour notre village. Nous sommes heureux que le Grand-Bornand soit cette année le point de ralliement entre mer, terre et montagne, réunissant les communes touristiques de France et des territoires d'outre-mer. À ce titre, je salue Ali SAÏD, Président de Sud Tourisme, qui vient de Mayotte.

Chacun le sait, le calendrier a été récemment bousculé avec la dissolution de l'Assemblée nationale. Nous avons tous craint l'annulation de ce Congrès, mais c'était sans compter la détermination et l'enthousiasme de l'équipe de l'ANETT qui ont permis de le maintenir, et votre présence nombreuse nous réjouit. Cet enthousiasme a su gagner et mobiliser toutes nos équipes, afin de réserver le meilleur accueil à tous les congressistes et faire que chacun d'entre vous soit un hôte privilégié. Je remercie Philippe SUEUR, Président, de nous avoir accordé sa confiance et j'adresse mes remerciements à toute l'équipe de l'ANETT rassemblée autour de sa directrice Géraldine LEDUC, pour cette collaboration efficace.

Offrir un lieu de débats et d'échanges autour des enjeux de l'accueil touristique en y invitant l'ensemble de ses acteurs est l'un des grands objectifs que se fixe l'ANETT chaque année. Ce Congrès national est aussi un grand moment de retrouvailles, de partage, de découvertes. Cette année, c'est la montagne, ici, qui est à l'honneur. Je crois que Gérard FOURNIER, maire des Villards-sur-Thônes et président de la communauté de communes, doit nous rejoindre,

ainsi que Didier THÉVENET, maire de la Clusaz. Stéphane CHAUSSON, maire de Manigod, est présent dans la salle, et nous sommes tous fiers de vous faire découvrir, pour celles et ceux qui ne le connaissent pas, le charme de nos vallées des Thônes et des Aravis.

Permettez-moi de vous présenter en quelques mots notre station, un village de montagne et lieu de vie de 1 000 Bornandines et Bornandins, qui participent activement toute l'année à notre dynamisme local, notamment avec plus de 70 associations. Notre commune jouit en premier lieu d'un environnement exceptionnel, bénéficiant des mesures de Natura 2000 et d'une forte activité agropastorale autour de la production fromagère, notamment du reblochon, fabriqué dans nos 40 exploitations qui vivent toute l'année au rythme des saisons. Sur plus de 6 200 hectares, dont plus de 4 000 réservés à l'agriculture, ce sont près de 2 000 vaches de race, pour l'essentiel d'Abondance, qui font du Grand-Bornand l'une des plus vastes communes agricoles de Haute-Savoie, et sûrement la plus dynamique. L'agriculture représente plus de 100 emplois en équivalent temps plein et 50 % de nos exploitants ont moins de 40 ans. Le Grand-Bornand s'enorgueillit d'être le berceau de fabrication du reblochon fermier, qui vit le jour au col des Ânes depuis plusieurs siècles, et nous sommes fiers que chaque mercredi, depuis 1795, notre marché au reblochon commercialise plus d'un tiers des 3 000 tonnes de reblochon fermier. Au-delà d'être une ressource économique et sociale, l'agriculture assure la protection de l'espace naturel montagnard et constitue l'identité de notre territoire. C'est un facteur essentiel pour l'attractivité touristique et la qualité de vie.

Nous sommes labellisés Famille Plus, Accueil vélos, Flocons verts et le Grand-Bornand est aussi une destination, avec ses 25 000 lits touristiques. Nous bénéficions autant du tourisme local, régional et national, et nous nous positionnons aussi sur l'international. Cette orientation touristique s'est concrétisée progressivement en été, depuis le siècle dernier, et en hiver depuis les années 1950. En hiver, avec nos 90 km de pistes de ski alpin, nous comptabilisons plus de 700 000 journées skieurs, le ski de fond est également présent et nous faisons partie des 10-15 premiers sites nordiques français. La volonté d'accueillir au sein de notre station est aussi importante l'été, comme en témoigne la fréquentation : plus de 45 % de nos nuitées touristiques ont lieu hors neige sur l'année. Cette dynamique d'ensemble permet ainsi aux visiteurs de s'immerger toute l'année dans la vie d'un village en toutes saisons.

La commune s'est dotée d'équipements sportifs de loisirs de qualité et d'infrastructures, comme l'Espace Grand-Bo, qui nous permet de vous accueillir, comme nous avons reçu le Congrès de l'ANEM il y a quelques années. Plus récemment, la Source est un espace ludique décalé autour de la découverte du milieu montagnard qui s'inscrit dans notre parcours de diversification.

Si je devais résumer la philosophie de la station du Grand-Bornand, en matière de développement économique, je dirais que nous concevons le tourisme comme devant soutenir un développement équilibré de notre territoire, respectant l'habitat, l'agriculture et la vie traditionnelle, et un vecteur de découverte du patrimoine naturel et culturel montagnard. Ce dynamisme, nous le partageons avec tous nos voisins de la vallée de Thônes et les stations voisines de la Clusaz et de Manigod, mais aussi plus largement avec l'ensemble du bassin annecien, sous la marque territoriale d'Annecy Mountains.

Des événements singuliers et d'envergure internationale viennent conforter notre notoriété. Tout d'abord le festival Au Bonheur des mômes, rendez-vous international de spectacle vivant jeune public, qui rassemble plus de 60-70 000 spectateurs sur quatre jours et dont la 32^e édition aura lieu à la fin août. Ensuite, nous accueillons avec le département de la Haute-Savoie, les 17 et 18 août prochains, pour la première fois en Haute-Savoie, au Grand-Bornand, le tour de France féminin. L'histoire que nous partageons avec le département autour du vélo prospère depuis 1995, date à laquelle nous étions pour la première fois ville étape du tour de France, que nous avons accueilli depuis à huit reprises. Je tiens à remercier Martial

SADDIER et tout le département, qui se charge depuis quelques années des coûts d'inscription auprès de la société du Tour. Parmi les prochains rendez-vous, nous attendons avec impatience les championnats du monde cyclistes 2027, portés par le département et je peux également citer « Glisse en cœur », événement caritatif et sportif, qui prend la forme de 24 heures de ski solidaire, en relai par équipes, et qui a permis de collecter plus de 5 millions d'euros sur les quinze éditions en faveur de l'enfance. Nous accueillons également la seule étape française de coupe du monde de biathlon Annecy-Grand-Bornand, que nous retrouverons cette année en décembre, avec en ligne de mire les Jeux olympiques et paralympiques de 2030. En matière d'événements, notre commune a une certaine expérience, et nous sommes convaincus qu'ils sont des éléments clés d'attractivité du territoire. C'est aussi par ce biais que se joue notre diversification.

Les enjeux du changement climatique et l'évolution des aspirations de nos clients nous amènent aujourd'hui à dessiner le tourisme de demain à travers la recherche de nouveaux modèles, tant économiques que sociétaux, et dans ce contexte, la montagne a de bonnes raisons d'espérer. En témoigne la bonne fréquentation chaque année l'été sur nos territoires. Nous sommes aussi engagés dans la démarche Flocons verts depuis 2020 et depuis lors, nous prolongeons nos efforts et notre volonté de nous inscrire dans l'avenir de la montagne à travers des projets innovants. Nous avons monté un partenariat de recherche avec l'université Savoie-Mont-Blanc sur des thèmes larges qui touchent aussi bien la vie locale, l'agriculture et la biodiversité, mais aussi la diversification touristique et de nouveaux business model, que chacun recherche, et avec la CCVT, nous avons conduit une étude Climsnow sur les projections d'enneigement de notre domaine skiable à l'horizon 2050 et plus. Nous travaillons aussi sur l'écoresponsabilité de nos événements, dont nous connaissons les enjeux essentiels pour assurer leur pérennité et leur légitimité. Des tables rondes vont nous amener à nous pencher ensemble sur ces sujets et je n'en dirai donc pas davantage. L'hébergement représente également un enjeu essentiel, dans le cadre notamment des grands événements. Quelle équation possible face aux tensions qui existent dans ce domaine ? Comment concilier les attentes des multiples publics, habitants, saisonniers, visiteurs, mais aussi résidents secondaires ? Comment inscrire nos hébergements touristiques dans la qualité de l'accueil attendu ? Avec Erven LÉON, maire de Perros-Guirec, coprésident de la commission d'Hébergements touristiques et d'autres intervenants, nous aborderons ces sujets dans une table ronde cet après-midi.

Ces deux jours riches d'échanges laisseront, je l'espère, un peu de temps pour apprécier notre environnement et découvrir notre art de vivre bornandin, ses artisans, ses spécialités et sa culture. Nous sommes heureux de vous accueillir et nous tenons à vous remercier chaleureusement de votre présence. Nous essaierons de faire au mieux tout au long de ces deux jours, avec toutes nos équipes, pour tenir notre rôle de pays d'accueil, en espérant que vous repartirez avec les meilleurs souvenirs de notre village et de ses habitants et que vous conserverez un peu d'âme de nos montagnes. Je remercie une nouvelle fois l'ANETT, son président Philippe SUEUR et son équipe, ainsi que toutes celles et ceux qui ont donné de leur temps, pour que cet événement soit une réussite. Bonne journée, bon Congrès !

Applaudissements.

Philippe SUEUR

Président de l'ANETT

Merci beaucoup, cher André, pour cet accueil et pour ces mots, particulièrement chaleureux, qui éclairent le tourisme et qui font du Grand-Bornand un véritable laboratoire de tourisme, innovant, dynamique, sportif et durable, en équilibre entre l'économie traditionnelle et rurale, tout en étant une station de sports d'hiver et de tourisme alpin d'été de référence.



Nous pouvons donc dire qu'il y a deux cœurs au Grand-Bornand : le cœur de la tradition et le cœur du tourisme, et avec deux cœurs, on ne peut être que généreux. Je souhaite donc te remercier au nom de l'ANETT, et remercier tes équipes, l'office de tourisme et sa directrice, pour cette organisation particulièrement magnifique et chaleureuse.

Nous avons la chance, et l'honneur, de la présence de deux sénatrices, la sénatrice de Haute-Savoie, Sylviane NOËL, et Martine BERTHET, sénatrice de Savoie, qui siège au Conseil d'Administration de l'ANETT, et qui est au Sénat, notre animatrice du Collège des parlementaires sénateurs et sénatrices. Je souligne également la présence de personnalités importantes dans une économie départementale, à savoir le président du conseil départemental de Haute-Savoie, Martial SADDIER, parlementaire très expérimenté qui a choisi, en raison du cumul des mandats, d'être à la tête de cette collectivité aussi déterminante dans le développement de nos économies. Merci, cher Martial. C'est je crois la première fois que nous accueillons autant de présidents d'associations de maires, de différents secteurs géographiques et thématiques, avec Yannick MOREAU, Président des élus du littoral, Paul AUDAN, Président des stations thermales, Jean-Luc BOCH pour les stations de montagne, qui est annoncé, Alexandre MAULIN, président des domaines skiabiles, et Michel FRUGIER, président de France stations nautiques. Ce Congrès porte ainsi une légitimité du professionnalisme et de la réflexion, comme quoi le politique est absolument inséparable de l'économie.

Nous n'étions pas venus en montagne depuis Évian-les-Bains, il y a de nombreuses années, chère Josiane LEÏ, mais nous savons équilibrer entre la mer et la montagne, entre les stations du littoral et celles de l'intérieur. L'an dernier nous étions à Pornic, pour un Congrès très réussi. Malgré le contexte actuel, nous avons maintenu ce Congrès, pensant que ce serait une défaillance de manquer ce rendez-vous annuel, d'autant plus nécessaire aujourd'hui, car les élus des communes touristiques se préparent aux accueils et aux flux des étés. Nous espérons que les Jeux Olympiques et Paralympiques se dérouleront dans la plus grande sérénité, mais nous avons tous quelques inquiétudes au regard du contexte. J'en profite pour vous indiquer que l'ANETT, soutient la candidature française pour l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver 2030. Nous nous rappelons, chère Martine, que ta ville, Albertville, les a accueillis il y a déjà de nombreuses années.

La dissolution a suspendu les travaux parlementaires, sur lesquels nous sommes engagés, notamment la proposition de loi votée à l'Assemblée nationale pour remédier aux déséquilibres du marché locatif en zones tendues, la PPL LE MEUR-ECHANIZ, qui est aujourd'hui devant le Sénat. Hier, en Assemblée générale, nous avons fait un point rapide sur le travail des six commissions, qui se déroule correctement et nous restons extrêmement mobilisés sur ces questions. Nous avons rencontré le Ministre Guillaume KASBARIAN concernant l'offre de logements abordables, ainsi que la Ministre Marina FERRARI. Guillaume KASBARIAN devait intervenir aujourd'hui et Marina FERRARI demain, mais nous comprenons le devoir de réserve absolu. Nous nous sommes donc réunis et vous avez pu constater la densité des tables rondes pour débattre de ces questions, qui doivent constamment faire améliorer et rendre de plus en plus performant le tourisme, tout en étant toujours durable et responsable.

Peu importe la taille de la commune adhérente, qu'elle soit une petite commune touristique ou une grande station, nous sommes dans une chaîne de complémentarité et de cohérence. Notre industrie est la deuxième industrie française, qui représente 8 % du PIB. Je ne cesse de le rappeler à chaque ministre que je rencontre, y compris à notre propre Ministre du Tourisme, ou plutôt à son Cabinet, qui n'en a pas toujours pleinement conscience. Avec la réorganisation prochaine du gouvernement, nous devons proposer des axes de réflexion et de travail. En clôture de notre Congrès, nous vous présenterons des axes de travail que nous

pourrons présenter au Gouvernement, aux Ministres et aux administrations concernés. À ce titre, je remercie les représentants de la haute administration présents, et ils seront encore plus nombreux demain.

On ne mesure toujours pas ce qu'est le tourisme français. Certes, un Comité interministériel du tourisme s'est tenu voici un mois, présidé par Gabriel ATTAL, mais nous avons uniquement abordé les Jeux Olympiques, alors qu'il n'y en a pas eu depuis trois ans. Un tel Comité devrait se réunir tous les ans, car les ministres, et le Premier ministre, ne sont pas présents au Comité de Filière Tourisme, et il est primordial de prendre en main et de s'approprier le tourisme français. Tout au long de l'année, l'ANETT a participé à de nombreuses rencontres, plusieurs chaque mois, avec sa directrice et son équipe. À la différence de nos grands voisins et collègues, nous sommes pluridisciplinaires, avec les élus de la montagne et du littoral, qui s'occupent également de la pêche et du trait de côte, mais nous sommes aussi généralistes, et le nombre de nos adhérents nous donnent une légitimité, qui est très importante. Malgré ce nombre, nous avons toujours des déficits de cotisations, qui mettent en péril notre budget fragile. Nous avons donc besoin de plus d'adhésions et de cotisants, d'autant que le montant est très modeste. Je refais cet appel aujourd'hui pour ceux qui n'étaient pas présents hier. Grâce à cette légitimité, nous intervenons sur un certain nombre de lois dont chaque année la loi de Finances, et nous avons un relai exceptionnel du Collège de parlementaires, avec Martine BERTHET et Xavier ROSEREN, actuellement en campagne dans sa circonscription. Nous avons un véritable souci sur la taxe de séjour, qui date de 1910 et a une logique évidente, pour financer les équipements nécessaires à l'accueil des touristes. Aujourd'hui, en Ile-de-France nous devons appliquer 10 % pour la taxe additionnelle départementale, 15 % pour la taxe additionnelle régionale et 200 % de "surtaxe" pour financer Île-de-France Mobilités, l'Agence régionale de mobilité d'Île-de-France, c'est un détournement. Le gouvernement, avec la complicité de Bercy, pourrait ainsi récupérer jusqu'à 400 millions d'euros avec la taxe additionnelle de l'Île-de-France. Ce seraient 400 millions d'euros qui ne seraient pas dépensés dans le tourisme, et 80 millions d'euros de TVA qui ne seraient pas perçus par l'État. Ce climat nous conduit à rester mobilisés, et il est donc bienvenu que vous soyez avec nous.

Je souhaite féliciter nos collègues d'outre-mer, qui ont fait un long voyage jusqu'aux Alpes, la délégation de Mayotte et nos collègues des Antilles. L'outre-mer tient toute sa place ici. C'est d'abord un tourisme particulièrement recherché et il représente 97 % de notre espace maritime et 80 % de la biodiversité française. Je pense notamment à la Martinique, dont le tourisme a beaucoup souffert à cause d'une situation de sécheresse inquiétante. Nous avons donc réactivé la commission outre-mer, dont nous avons présenté le compte rendu hier soir, et avec Géraldine LEDUC et Elise BRISSEAU, nous avons rencontré la Ministre d'outre-mer, et surtout son cabinet, il y a moins d'un mois.

Enfin, je tiens à remercier nos 32 partenaires, qui sont presque tous présents. Merci de votre fidélité, depuis le premier, Primagaz, il y a des décennies, la Caisse des dépôts, Veolia, jusqu'aux derniers, Alpha Camping et Campings Liberté. Je vous annonce également que le Conseil national de l'Ordre des architectes nous a sollicités pour envisager un partenariat.

Nous allons entendre Madame la Sénatrice. Brice DUTHION aura la charge de l'animation de nos journées, en succession de Frédéric BERETTA, qui a réorienté sa carrière, avec son dynamisme révélateur. Brice DUTHION est un spécialiste du tourisme, créateur des « Nouveaux voyages extraordinaires » et anciennement maître de conférences aux Arts et métiers sur l'économie touristique. J'en profite pour remercier Frédéric BERETTA et vous dire merci d'être présents ! Bon Congrès !

Applaudissements.

Sylviane NOËL

Sénatrice de Haute-Savoie

Bonjour à toutes et à tous. Monsieur le Maire, cher André et à travers toi l'ensemble de ton équipe, Madame la Sénatrice, chère Martine, Monsieur le Président du Conseil départemental, je salue également les conseillers départementaux présents, Josiane LEÏ, Marie-Louise DONZEL, Monsieur le Président de l'ANETT, Monsieur le Président des Domaines skiables de France, Mesdames, Messieurs les élus, mes chers collègues.

Au nom du Président Laurent WAUQUIEZ, que je vous prie de bien vouloir excuser, je vous souhaite la chaleureuse bienvenue au Grand-Bornand, en Auvergne-Rhône-Alpes, pour ce 93^e Congrès de l'ANETT, territoires de tourisme par excellence, dont la diversité et la richesse des sites touristiques nous hissent sur le podium du deuxième pôle touristique de la première destination mondiale, et nous n'en sommes pas peu fiers. Nous sommes ici, peut-être encore plus qu'ailleurs, les dépositaires d'un patrimoine d'exception, et il suffit de regarder autour de nous, même si le temps est gris aujourd'hui, pour nous en rendre compte. Un patrimoine d'exception à la fois naturel, architectural, culturel, artisanal et agricole, dont la richesse constitue l'un des moteurs de l'attractivité de notre région. C'est un atout inestimable qu'il nous faut à la fois préserver et promouvoir pour stimuler le dynamisme touristique de notre territoire.

Je pense d'abord à la montagne : nous abritons le premier domaine skiable du monde, et nous avons à cœur de poursuivre le soutien en direction de nos stations, tout en les aidant à passer le virage d'un tourisme quatre saisons. C'est d'ailleurs ici, au Grand-Bornand, que nous avons présenté le Plan montagne, doté de 100 millions d'euros en septembre 2021, pour nous permettre de faire d'Auvergne-Rhône-Alpes la première montagne durable d'Europe. Au-delà de la montagne, notre région regorge d'une multitude et d'une diversité de sites touristiques extraordinaires, avec plus de 200 sites touristiques enregistrant plus de 10 000 visiteurs par an. Répondant aux attentes de tous les profils de visiteurs, une offre culturelle, une offre de pleine nature, d'itinérance, un tourisme d'affaires et bien sûr, l'événementiel, qui est le thème phare de votre Congrès.

Cette puissance touristique nous a permis, en 2023, d'accueillir de grands événements sportifs de grande ampleur, avec les mondiaux de ski en Savoie, le Tour de France, qui a fait la part très belle à notre région, sans oublier la coupe du monde de rugby. Elle nous permettra demain de porter une grande ambition pour notre région et notre pays à travers l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2030, grâce notamment à l'héritage des Jeux Olympiques d'Albertville. Ce sera un atout de taille pour la candidature des Alpes françaises en vue d'organiser ces Jeux Olympiques et Paralympiques. Parce qu'il s'agit d'un moteur économique puissant, générant près de 260 000 emplois non délocalisables, la Région soutient fortement son tourisme à travers un plan, que nous avons adopté pour ce second mandat, doté de 300 millions d'euros. Il est déployé autour de thématiques d'excellence, qui font de la région une grande force, qu'il s'agisse du soutien au tourisme de pleine nature, des activités itinérantes ou encore du thermalisme. Permettez-moi à ce sujet d'avoir une pensée très émue pour ma collègue Florence DUVAND, maire-adjointe à Évian-les-Bains et conseillère régionale en charge du thermalisme, qui nous a quittés bien trop tôt, et qui a beaucoup œuvré pour ce secteur stratégique et pour le tourisme en général.

Avant de conclure, je vais reprendre ma casquette de Sénatrice pour évoquer la proposition de loi LE MEUR-ECHANIZ, visant à mieux contrôler l'implantation des meublés de tourisme en zone tendue. J'ai eu l'honneur d'être le rapporteur de ce texte et, à chaque étape de son examen, j'ai eu le souci constant de laisser ces mesures à la main des élus locaux, car ils sont les plus à même de juger de la pertinence et de l'utilité de ces outils, en fonction des

problématiques qu'ils rencontrent sur leurs territoires. Tous les territoires touristiques ne sont pas confrontés aux mêmes difficultés. Pour certains, ces meublés de tourisme répondent à une vraie stratégie touristique, à une vraie demande de la clientèle, et il convient de ne pas les traiter de la même façon que les autres. Quoi qu'on puisse en penser, ces plateformes de location sont parvenues à faire ce qu'aucune politique publique n'avait réussi ces trente dernières années, c'est-à-dire à réchauffer des lits froids, et nous ne pouvons que nous en réjouir.

Au terme d'une trentaine d'auditions, auxquelles l'ANETT a participé, et je tiens à remercier son Président et sa Directrice, nous sommes parvenus à un texte équilibré, dotant les élus locaux d'outils opérationnels et efficaces. Je pense notamment à l'assouplissement très fort que nous avons apporté aux critères de décence énergétique applicables aux meublés de tourisme, notamment sur le stock, qui causait beaucoup d'inquiétudes aux élus des territoires touristiques, puisque les meublés de tourisme avaient à peine cinq ans pour se mettre en conformité avec la loi Climat et résilience. Nous avons porté ce délai à dix ans et nous avons assoupli les critères des futures demandes. Nous avons introduit plus de flexibilité dans la définition des quotas d'autorisation, pour répondre aux spécificités des territoires, nous avons doté les communes d'un pouvoir de suspension des numéros d'enregistrement en cas de défaillance de la déclaration ou de fausse déclaration, ou encore lorsque le bâtiment est frappé d'un arrêté de péril. Tout cela répondait à une demande très forte des élus locaux. Enfin, sur le volet fiscal, qui était une inquiétude très forte des territoires touristiques, je remercie le rapporteur général du Budget qui a été sensible à mes arguments, ainsi que la commission des Finances, qui a accepté de mettre en œuvre un abattement de 50 % pour les meublés de tourisme classés, et de 30 % pour les non classés. L'effet incitatif à classer les meublés est donc maintenu. C'est indispensable pour les communes classées stations de tourisme, qui peuvent ainsi aligner le régime fiscal applicable aux meublés non classés sur les locations nues de longue durée, évitant par-là l'effet d'éviction du logement permanent.

Sans le séisme politique provoqué par l'annonce de la dissolution le 9 juin dernier, ce texte aurait dû être examiné aujourd'hui même en Commission Mixte Paritaire, et nous avions de bonnes chances de sauvegarder l'héritage sénatorial. Hélas, la dissolution a stoppé net l'ensemble des travaux parlementaires, et ce texte est désormais paralysé dans les tréfonds du Parlement. C'est une grande déception pour moi et je sais pour bon nombre de territoires qui sont confrontés à des contentieux paralysants, qui étaient dans l'attente de ces nouveaux outils pour leur permettre de sortir de cette situation. Soyez assurés de notre mobilisation dès la reprise des travaux parlementaires pour tenter de faire ressortir ce texte et récupérer l'héritage du Sénat. Vous pouvez compter sur nous d'ici là.

Je vous souhaite un très bon Congrès. Je vous remercie pour votre attention.

Applaudissements.

Martial SADDIER

Président du Conseil départemental de Haute-Savoie

Monsieur le Maire, Monsieur le Président de l'ANETT, Mesdames les Sénatrices, vous toutes et tous, chers collègues élus des plus beaux territoires de France, permettez-moi de saluer la grande championne Perrine PELEN, qui nous fait l'honneur et l'amitié de sa présence, qui a conduit de main de maître les mondiaux de ski il n'y a pas si longtemps dans le département voisin de Madame la Sénatrice, à qui je redis publiquement combien je lui suis redevable. Monsieur le Maire du Grand-Bornand, bravo d'avoir été candidat et merci, car si le Grand-Bornand est mis à l'honneur, la Haute-Savoie l'est également. Et merci, Monsieur le Président, ainsi que votre instance qui a pris la décision. Je salue également votre Directrice

générale, que j'ai connue il y a bien longtemps avec François BROTTES, lors d'un Congrès de l'ANEM historique, où j'en devenais le Secrétaire général, fléché ainsi pour devenir le futur président de l'ANEM. C'était dans une grange magnifique, avec une charpente unique, mais sans chauffage, en Chartreuse, et nous avons fait le Congrès avec les anoraks. J'ai ensuite été élu Président de l'ANEM et les passerelles doivent perdurer entre nos associations. Merci, Président, d'avoir rappelé ma modeste carrière de parlementaire. J'ai été élu à quatre reprises député de Haute-Savoie, et effectivement, le cumul des mandats, contre mon gré, m'a forcé à abandonner l'Assemblée nationale. Je dois vous avouer que la météo politique du moment, pour la première fois, me permet de remercier la fin du cumul des mandats. Je salue également Amélie, ma présidente d'office de tourisme de Bonneville en Haute-Savoie, dont j'ai été maire pendant dix-sept ans. Je vous salue toutes et tous.

Vous avez choisi le Grand-Bornand et la Haute-Savoie, car c'est un département touristique. Je salue Marie-Louise DONZEL, vice-présidente, qui vous accompagnera pendant deux jours, ainsi que Josiane LEÏ. Marie-Louise est vice-présidente à l'Agriculture et Josiane est présidente de la commission aux Affaires sociales, mais surtout maire d'Évian-les-Bains. Nos produits agricoles, en élargissant à la Savoie, comme le reblochon, le Beaufort, les vins de Savoie, la tomme de Savoie, ou encore l'abondance, sont nos meilleurs ambassadeurs de nos zones touristiques. J'ai la chance en tant que Président du Conseil départemental, dans mon assemblée, d'avoir un conseiller départemental maire de Chatel, la maire d'Évian-les-Bains, la première adjointe de Chamonix et les maires de Megève et d'Annecy. Mon discours pourrait presque s'arrêter là. Quand vous êtes président d'un département qui comprend Annecy, le lac Léman, Thonon-les-Bains, Évian-les-Bains, Châtel, Morzine, Avoriaz, Chamonix, Saint-Gervais-les-Bains, Megève, La Clusaz, Grand-Bornand, que voulez-vous qu'il m'arrive ? À côté, j'ai Genève. Le département compte donc deux noms qui, après Paris, sont les plus connus au monde. Ce n'est pas Chamonix-Mont-Blanc qui est le plus connu de la Haute-Savoie, mais Évian, qui a une notoriété mondiale, supérieure à celle de Genève, car tous les jours, six millions de bouteilles d'Évian partent dans 250 pays à travers la planète. Même Genève n'y arrive pas, même si c'est une chance extraordinaire d'être à côté, car c'est une capitale internationale et le lieu de tous les forums internationaux et de toutes les organisations internationales. Genève est également une chance, car le département possède un petit aéroport privé d'affaires à Annecy, et la Savoie, dont je salue le Président MAULIN, a la chance d'avoir le petit aéroport de Chambéry. Ces deux aéroports sont très utiles pour le tourisme d'été et d'affaires, mais nous avons à côté l'aéroport international de Genève, qui accueille près de 20 millions de passagers par an, et qui nous permet d'être connectés à toute la planète. Le département de la Haute-Savoie, ce sont 150 000 habitants permanents, 750 000 lits touristiques et un tourisme journalier, puisque nous avons en permanence, huit mois sur douze, 1,5 million d'habitants. Les deux mois d'été et les trois à quatre mois d'hiver, nous sommes entre 1,6 et 2 millions d'habitants permanents.

L'autre chance, c'est notre pouvoir d'achat très élevé, qui nous positionne différemment dans la perspective de l'évolution de notre stratégie touristique par rapport à d'autres départements, moins à proximité de zones urbaines, et qui sont contraints d'aller chercher des clients loin. Dans la Haute-Savoie, et je salue également la vice-présidente de l'Ain, nous avons la chance d'agglomérer 3 à 4 millions d'habitants avec un pouvoir d'achat remarquable. Les provinces du nord de l'Italie sont très riches, les cantons de Vaux, Valais et Genève sont immensément riches, et les départements de la Haute-Savoie et de l'Ain ont un pouvoir d'achat très élevé, grâce au tourisme d'été et d'hiver, et grâce aux 120 000 frontaliers qui vont tous les jours travailler à Genève et qui gagnent deux à trois fois les salaires français.

La nouvelle équipe du département arrivée en 2001 n'avait jamais siégé au département, puisque j'ai basculé l'équipe sortante, et grâce à Marie-Louise et à Josiane, nous réorientons notre stratégie touristique, notamment pour des questions de développement durable et de

proximité. Nous rappelons à nos 5 millions d'habitants de proximité, qui ont un pouvoir d'achat extraordinaire, qu'ils ne sont pas obligés d'aller à l'autre bout de la planète pour profiter de sites touristiques extraordinaires. Le réchauffement climatique constitue un réel changement, car il y a vingt ans, il fallait être dépressif pour venir au printemps ou en automne en Haute-Savoie, où il y avait surtout du brouillard et de la pluie. Nous devons tirer les avantages du réchauffement climatique. D'abord, certains de vos territoires connaissent des températures excessives l'été, qui risquent de devenir un problème, mais nos territoires restent verts et nous avons de l'eau en qualité et en quantité. De plus, il fait frais la nuit et on peut toujours dormir. C'est donc un positionnement que nous devons accentuer. Ensuite, les automnes sont aujourd'hui extraordinaires et les printemps sont des démarrages de l'été. C'est donc un positionnement sur lequel nous allons aller très fort. Nous savons par ailleurs qu'un certain nombre des stations de ski sont condamnées. J'assume de le dire et je suis le premier président de département à le faire. Le maire du Grand-Bornand a évoqué l'étude Climsnow, financée par le département de la Haute-Savoie sur toutes les stations. Pour les stations condamnées, nous finançons le démontage des installations et nous essayons de chercher une reconversion. En parallèle, nous confortons fortement les stations d'altitude, qui sont viables car il restera du ski dans un certain nombre de départements en France, comme le montrent les études scientifiques.

Grâce à la proximité de Genève, de l'industrie, du tourisme d'été et du tourisme d'hiver, notre budget est conséquent par rapport à la taille de notre département, puisqu'il s'élève à 1,5 milliard d'euros. Madame la Sénatrice a annoncé un plan touristique au nom de la Région Auvergne-Rhône-Alpes de 300 millions d'euros, et nous consacrons un montant identique au niveau de la Haute-Savoie, durant le mandat, pour le tourisme d'hiver et d'été, pour conforter le ski alpin et de fond, là où il est viable, et pour démonter s'il ne l'est pas. Lorsqu'une classe de neige ferme, nous l'achetons, puisque nous sommes le territoire où sont nées les classes de neige, à Morzine, afin de maintenir l'attractivité. Et nous réorientons doucement la politique sportive. Nous sommes partis à fond sur le vélo et sur la pêche, insuffisamment mise en avant dans les territoires de montagne qui auront de l'eau demain, notamment la pêche à la truite, et qui constituent un pouvoir d'achat considérable. Ces activités ne compenseront probablement pas le ski alpin, qui reste très important pour la montagne, mais nous sommes partis très fortement sur ces activités, car 30 % des 35 milliards de PIB de la Haute-Savoie provient du tourisme. Nous avons la chance que sur ces 10 à 12 milliards, le ski représente 17 % et le tourisme d'été, d'automne et la diversification, 13 %. Nous avons la chance d'être très diversifiés, grâce notamment aux lacs Léman et d'Annecy. Nous sommes le premier département d'eau douce de France, puisque nous possédons 40 % du lac Léman et le lac d'Annecy, et nous avons des stations village, dont nous avons constaté à Noël qu'elles étaient attractives, même sans neige. Au Grand-Bornand et à La Clusaz, on vient faire du ski, mais s'il n'y a pas de ski, à Combloux, Cordon, Megève, Saint-Gervais-les-Bains, Châtel, Morzine, Les Gets, La Clusaz, et au Grand-Bornand, on vient quand même car il n'y a pas que des immeubles en béton armé et du ski. Nous avons tout un environnement sportif et culturel, car le département finance des équipements, avec des effets de levier très forts, qui peuvent aller jusqu'à 50 % de l'investissement. C'est par exemple le cas d'une salle multisports culture au cœur de Chatel, station de village, où sur les 8 millions d'euros d'investissement, le département a mis 5 millions d'euros, car la salle jouera un rôle d'aménagement du territoire de toute une vallée touristique. Les gens y viennent l'été et l'hiver pour faire du ski, du VTT ou du vélo sur route, mais aussi pour des spectacles culturels pour les petits et les grands, du cinéma et d'autres activités.

Enfin, sans anticiper sur la table ronde qui suit, nous avons décidé de faire du sport, notamment des événements sportifs, l'ambassadeur de la Haute-Savoie. Vous pourrez ensuite demander à vos conseillers départementaux de s'inspirer de ce que nous faisons en Haute-

Savoie. J'y crois énormément : les retombées d'un événement sportif retransmis à la télé, c'est sans équivalent par rapport à tout ce qui peut être mené en termes d'image.

Pour toutes ces raisons, nous sommes très heureux de vous accueillir. Avec beaucoup de modestie, j'ai conscience de la chance en Haute-Savoie d'avoir le lac d'Annecy, le lac Léman et le mont Blanc, encore faut-il être capable de transformer cette chance, ne pas gaspiller l'héritage qui nous a été laissé, en commençant par les premiers Jeux olympiques d'hiver en 1924. Sylviane a rappelé le poids touristique de la Région Auvergne-Rhône-Alpes, et les trois premiers sites touristiques payants d'Auvergne-Rhône-Alpes sont en Haute-Savoie : l'aiguille du Midi, le téléphérique du Brévent et le train de la mer de Glace, unique en France, et comme le tramway du mont Blanc, propriété du département. Nous sommes donc très heureux de vous accueillir dans l'un des plus beaux départements de France, et vous représentez les plus beaux départements de France.

Je termine sur un point. Vous avez compris qu'à mon âge et vu ma carrière, j'ai la parole assez libre, et après le 7 juillet, elle le sera totalement. Je vais vous expliquer, Président, pourquoi depuis trente ans, les gouvernements ne nous écoutent pas et pourquoi nous ne sommes pas assez écoutés en matière de tourisme. Il existe deux raisons à cela. La première, c'est que le tourisme marche, et que dans ce pays, on n'aime pas quand ça marche. La deuxième, c'est que le tourisme est une politique décentralisée, que l'on a fait confiance aux territoires, car ce sont les femmes et les hommes, au plus près de la mer, du tourisme industriel et du tourisme d'été et d'hiver, en montagne, qui ont le pouvoir de décider. Rien de ce qui est centralisé dans ce pays ne marche. Il faudra malheureusement des échéances électorales pour comprendre qu'il faut laisser tranquilles les territoires, leur faire confiance et donner les moyens aux femmes et aux hommes, comme vous le faites merveilleusement bien. Nous embauchons 6 millions de personnes dans le pays, ce qui représente 8 % de sa richesse et le secteur est bénéficiaire dans la balance du commerce extérieur de la France. Pour tout cela, merci. Nous devons nous battre pour préserver cette chance extraordinaire du tourisme dans notre merveilleux pays, qui reste extraordinaire.

Brice DUTHION

Merci, Président, pour votre propos plein de vitalité, d'enthousiasme et de bon sens. Nous parlerons bien sûr de politique publique tout au long de ces deux journées.

II) L'événementiel est-il un facteur d'attractivité ?

Table ronde animée par Brice DUTHION, *président fondateur LNVE*

Grand témoin : Martial SADDIER, *président du Conseil départemental de Haute-Savoie*

Témoignage d'une athlète : Perrine PELEN, *triple médaillée olympique en ski alpin, Directrice générale des Championnats du monde de ski Courchevel-Méribel, 2023*

Brice DUTHION

Je suis très heureux de vous retrouver. Je m'appelle Brice DUTHION, j'ai monté une petite société, les Voyages extraordinaires, en souvenir de mes lectures d'enfant, car j'ai appris à lire dans les livres de Jules Verne, aux éditions Hetzel, dans un petit village des Alpes du Sud. Vous avez la chance de présider la Haute-Savoie, et j'ai grandi quant à moi entre la Bourgogne et les Hautes Alpes. Les réalités ne sont pas tout à fait les mêmes, mais nous y reviendrons.

Nous allons passer une journée et demie ensemble, en essayant de réfléchir à un sujet essentiel en matière de tourisme, et notamment en cette année 2024 essentielle, où nous accueillons un événement particulièrement important, les Jeux olympiques et paralympiques à Paris, mais au-delà dans toute la France. Et nous allons essayer de réfléchir à ce que signifie l'accueil des grands événements à l'échelle des territoires, à travers plusieurs questions. Nous pouvons d'ores et déjà nous poser une première question : l'événementiel est-il un facteur d'attractivité pour les territoires ? Le président SADDIER vient de l'évoquer, la France est une destination touristique d'excellence, car elle dispose de paysages formidables, de ressources naturelles qui le sont tout autant, des personnes qui font le tourisme, mais aussi des événements.;

Nous allons faire ce matin un focus sur cette question événementielle avec un prisme relativement large. Plusieurs historiens ont écrit sur le sujet, et on a souvent dit que les événements, à l'échelle du territoire, étaient le dernier signe de la fierté d'un sentiment d'appartenance collective. Pascal ORY a beaucoup écrit sur le sujet en évoquant la mythologie nationale, et nous pourrions ce matin commencer avec la mythologie territoriale en matière d'événements. Vous avez rappelé les impacts des événements et nous essaierons de réfléchir à plusieurs prismes de cette attractivité des événements. D'abord, le président SADDIER vient de l'évoquer, l'attractivité médiatique, car un événement, c'est une lecture pour beaucoup de paysages, par le biais de la télévision, et c'est aussi des relais dans les médias. Ils sont donc une chambre d'écho et d'amplification de la réputation d'un territoire absolument essentielle. Nous essaierons d'y réfléchir collectivement. Ensuite, l'attractivité patrimoniale, et vous avez évoqué la question de l'héritage et de la pérennité des infrastructures, qui est aujourd'hui centrale. Nous essaierons également d'y réfléchir ce matin. Troisième attractivité, c'est bien sûr l'attractivité financière, car un événement, c'est aussi une manne pour les territoires. Vous avez mentionné des chiffres qui feraient saliver l'ensemble des départements et des territoires français. De nombreuses publications chaque année mettent en valeur l'euro investi par la collectivité et le retour sur investissement à la suite de ces événements. Pour une étape du Tour de France, il se situe entre 2 et 3 euros de retombée immédiate et pour certains festivals culturels, comme celui de piano de La Roque-d'Anthéron, dans les Bouches-du-Rhône, il s'élève à 21-23 euros pour un euro investi par la collectivité. Nous reviendrons également sur l'attractivité sociétale et environnementale, sur les questions de CO2, d'émissions de gaz à effet de serre, mais au-delà, sur la relation à la nature et les questions essentielles de proximité, pour ne pas aller chercher à l'autre bout du monde des clientèles qui existent à proximité. C'est un sujet essentiel pour les politiques publiques du tourisme. Enfin, l'attractivité sportive, en cette année 2024, puisqu'un événement sportif, c'est une façon de dire à cette société, parfois en manque de repères, devenue particulièrement sédentaire, que l'activité sportive est essentielle à l'équilibre. L'un des impacts de ces événements consiste à mettre ou à remettre au sport des citoyens qui préfèrent parfois consommer des réseaux sociaux et de la télévision. Le sport, c'est une garantie de vivre longtemps et en bonne santé.

Nous essaierons de réfléchir ensemble pendant ces deux jours, et dans cette introduction sur l'événementiel comme facteur d'attractivité. Nous pouvons dire que l'attractivité est au cœur aujourd'hui des politiques publiques, quelle que soit l'échelle territoriale considérée, les régions, les départements, les EPCI ou les communes. Une attractivité forte, c'est attirer les visiteurs, mais aussi de futures entreprises et activités économiques, et de futurs habitants. C'est un enjeu fondamental pour l'ensemble des territoires. La Haute-Savoie possède quelques particularités, et nous essaierons de nous projeter sur d'autres territoires, puisque la France est une mosaïque, à la fois métropolitaine et ultramarine, et je poserai quelques questions à nos amis de Mayotte.

Nous commençons la matinée avec deux témoignages. Je demande à Martial SADDIER, Président du Conseil départemental de la Haute-Savoie, de venir me rejoindre en tribune, ainsi

que celle qui faisait rêver mes parents quand j'étais enfant. J'habitais à la frontière suisse et nous recevions uniquement la TSR. Chère Perrine PELEN, vous avez un passé sportif extraordinaire et quand nous allions faire du ski, mes parents me disaient toujours : « Ce serait bien que tu skies comme Perrine PELEN. » C'est un grave échec pour moi, car je n'ai jamais fait de compétition, mais je suis heureux de vous rencontrer. Vous avez été directrice générale des Championnats du monde de ski à Courchevel-Méribel en 2023. Vous pouvez les applaudir tous les deux.

Applaudissements.

Pour commencer, cher Martial, je vais vous poser une question simple. En tant que Président de département, que signifie pour vous l'attractivité événementielle, en Haute-Savoie ? Qu'est-ce qu'une politique d'attractivité basée sur le tourisme et, au-delà, sur des perspectives économiques et d'attractivité de nouvelles populations ?

Martial SADDIER

Quand j'étais président de l'ANEM, j'ai fait le tour des 34 départements de montagne, et je suis l'actuel Président du Comité de bassin Rhône-Méditerranée, avec 16 départements. J'ai des moyens financiers, même si en moindre quantité qu'il y a deux ans car je subis la baisse de DMTO. Je suis conscient que mon territoire naturel et mon budget me permettent de tenir ces propos, mais que dans la salle, tous ne disposent pas des mêmes moyens financiers. Cependant, avant moi, d'autres élus en Haute-Savoie disposaient de moyens financiers supérieurs aux miens, mais ils n'ont pas eu la volonté politique de faire. Il en va de même dans une commune, une communauté de communes, une région ou un pays.

Tous les territoires ont une histoire. Quand on est élu conseiller régional ou départemental, sénateur ou député, on n'est que de passage. Tous les jours en nous levant, nous devons nous rappeler la chance d'être là, que d'autres ont été là avant nous et qu'il y en aura d'autres après nous. Je n'ai pas l'intention d'attendre d'être mis dehors à 75 ans et de faire un mandat de trop. J'arrêterai bien avant. Quand je suis arrivé comme Président, le département avait déjà une histoire et une culture des événements sportifs. L'ascension du mont Blanc et l'alpinisme en montagne, c'était le premier tourisme de masse, qui a démarré en Haute-Savoie. La montagne est née par l'ascension du Mont Blanc et par l'alpinisme, bien avant les JO de 1924, un siècle avant. Le conseil municipal de Chamonix a ensuite voté contre la construction de la mer de Glace, car elle supprimait les muletiers. Ce sont les commerçants, visionnaires, et les acteurs du tourisme, qui ont insisté pour la construire. Les premiers Jeux olympiques d'hiver en Haute-Savoie font naître une culture du sport, qui embraye ensuite, au siècle dernier, avec les championnats du monde de ski à Chamonix, les championnats du monde de vélo, à Sallanches, avec Eddy MERCKX, puis en 1980, avec Bernard HINAULT, et des coupes du monde tout autour, le biathlon, Chamonix Kandahar et des championnats du monde de VTT, aux Gets. Ces territoires ont donc porté de grands événements sportifs qui ont une notoriété, avec un effet boule de neige et qui créent la mobilisation et la ferveur dans les villages et les territoires, notamment pour les enfants qui regardent les champions, et qui sont les futurs champions. Au Grand-Bornand ou à La Clusaz, la vitrine de l'école de ski présente près de 60-70 ans de générations de filles et de garçons championnes et champions, car ils ont eux-mêmes vu des championnes et des champions dans les villages.

Brice DUTHION

L'attractivité est donc avant à destination des habitants et c'est une certaine fierté, ou stimulation, pour la pratique sportive.

Martial SADDIER

C'est un état d'esprit qui se crée dans les villes et les villages du département, et qui engendre un esprit de compétition, ainsi que des maires et des équipes municipales qui ont envie de candidater à d'autres coupes ou championnats du monde, à d'autres événements. C'est donc un esprit d'initiative qui est créé. Isabelle, une fille extraordinaire, directrice de l'office de tourisme, est probablement celle qui me coûte le plus cher dans le département, car tous les quinze jours, elle soumet une bonne idée à son maire, qui m'appelle pour me demander si je le soutiens.

Un autre aspect concerne les retombées. Nous sommes dans un monde de l'image. Quand j'ai commencé ma carrière politique, il n'y avait pas de téléphone portable, il n'y avait pas de Facebook, des vidéos ou autres réseaux. Aujourd'hui, l'avenir du journal papier est condamné, et tout est une affaire d'image. Si la Haute-Savoie veut garder sa place en matière de tourisme, il faut des images de la Haute-Savoie à la télé et sur internet. Ce qui procure des records absolus en Haute-Savoie, bien plus que toutes les campagnes de promotion et de publicité des offices de tourisme, avec les personnes les plus brillantes, ce sont les événements sportifs planétaires. Les chiffres d'audience du tour de France masculin, et maintenant féminin, du Critérium du Dauphiné-Libéré, de l'Ultra Trail du mont Blanc, qui est devenue la plus grosse course de montagne au monde, c'est l'équivalent des plus grands événements internationaux. Le rapport entre le coût et les retombées, c'est sans équivalent par rapport à tous les budgets.

Brice DUTHION

Nous aborderons cet après-midi avec Olivier PETIT l'Ultra Trail du mont Blanc. Vous avez exprimé dans vos propos précédents l'importance d'une vision politique. Vous avez dit en quelque sorte qu'il s'agissait de transformer l'or blanc en or bleu, en faisant référence à la question de l'eau, aux rivières, et au sport. La question est donc celle de la mise en œuvre d'une politique publique du tourisme à l'échelle d'un territoire. Comment, avec votre regard de président d'une association nationale, interprétez-vous cette volonté des politiques publiques d'avoir une vision, en lançant à l'échelle d'un territoire des événements en rapport avec ses capacités ? Quelle est votre analyse au regard de vos expériences ?

Martial SADDIER

Je peux vous indiquer quelques chiffres pour terminer. Quand le département paie le ticket de départ et d'arrivée du Critérium du Dauphiné-Libéré et du Tour de France féminin et masculin, nous payons tout, soit 180 000 euros le départ et 120 000 euros l'arrivée. Christian PRUDHOMME et toute l'équipe cherchent de nouveaux territoires, car ils en ont assez de passer à Joux Plane, mais s'il n'y a jamais eu de tour de France ailleurs, c'est parce que les élus n'en avaient pas les moyens. J'ai offert la possibilité, et j'en remercie Josiane et Marie-Louise, qui m'ont suivi, à des petites communes qui n'ont pas les moyens d'être candidates au tour de France. Nous avons donc offert la possibilité à Christian Prudhomme de faire passer le Tour de France dans des endroits où il rêvait de le faire passer, qu'il ne connaissait pas, comme cette année Samoëns 1600, et je suis sûr que compte tenu de ce qu'il s'est passé à cette montée, le tour de France y passera également. Samoëns a pu candidater, car j'ai accepté de prendre en charge les 120 000 euros. Face à cette somme, c'est 1,5 million de spectateurs sur France 2 pendant deux heures. C'est encore mieux que le loto. L'arrivée à Saint-Gervais, ce sont 6,5 millions de spectateurs et le record du pic d'audience de toute l'histoire du tour de France, il y a deux ans. Pendant quatre heures, ce sont 6,5 millions de spectateurs en France, et 100 ou 200 millions de vues d'images de la Haute-Savoie dans le monde, pour 120 000 euros.

Brice DUTHION

Cela fait économiser de la publicité.

Martial SADDIER

Quand le département de la Haute-Savoie met 5 millions d'euros dans l'Agence Savoie Mont-Blanc pour la promotion, les retombées sont moins importantes que les trois jours de Tour de France en Haute-Savoie, qui ont coûté 400 000 euros. Les deux sont nécessaires, et en termes d'image, nous avons tout fait pour décrocher un grand nombre d'événements. Dans les trois à quatre ans à venir, nous aurons les championnats du monde de télémark l'année prochaine, le « Martin Fourcade », la coupe du monde de biathlon au Grand-Bornand, le Critérium du Dauphiné-Libéré deux fois cette année et le tour de France féminin au Grand-Bornand. J'ai également décroché le Congrès national des sapeurs-pompiers en 2026 et nous aurons les célèbres mondiaux de cyclisme, avec toutes les épreuves de championnat du monde de cyclisme en Haute-Savoie pendant 15 jours, avec les 21 disciplines junior, élite, hommes, femmes, handisport. En nombre d'athlètes, c'est plus important que les Jeux olympiques d'hiver. L'événement coûte 17 millions d'euros au département de la Haute-Savoie, mais nous aurons pendant 15 jours l'intégralité des épreuves télévisées sur France 2, France 3 et sur toutes les chaînes mondiales d'Eurosport. Nous remercions les communes partenaires, dont les Aravis. Les retombées économiques viennent en complément de tout ce que vous faites dans les stations de ski de Savoie mont Blanc. Dans un monde de l'image, c'est extraordinaire.

Un dernier mot sur l'eau, question qui me passionne, sur laquelle je travaille depuis trente ans. L'année des trois fameux jours du tour de France, c'était la canicule et la sécheresse, et les propos des organisateurs m'ont conforté dans nos politiques, car ils ont observé que les seules images du Tour de France où l'herbe n'était pas brûlée, et où il y avait de l'eau dans les rivières, c'est quand il est arrivé en Haute-Savoie. Nous avons chacun nos atouts, la mer et l'océan pour certains, mais notre principal atout pour demain, à la montagne, ce sera la neige, pour ceux qui en auront, et pour les autres, ce sera la verdure, la fraîcheur et l'eau. Nous devons partir à fond sur ces atouts. C'est ce que nous faisons, pour conforter le ski là où il est encore viable, en mettant en avant, en complémentarité, l'eau, la fraîcheur, la santé, le bien-être et l'intersaison.

Brice DUTHION

Vous embrassez à fond l'idée que la montagne l'été, c'est formidable.

Martial SADDIER

Oui. La Savoie nous dépasse l'hiver, car elle vend deux forfaits de ski lorsque nous en vendons un seul. Elle est donc très loin devant nous, mais nous avons des stations villages l'été qui sont beaucoup plus attractives. C'est donc notre complémentarité avec nos deux départements voisins, nos amis de l'Ain et du Jura, avec lesquels nous avons une chance extraordinaire et nous faisons du mieux pour valoriser le territoire.

Brice DUTHION

Merci, Martial SADDIER, pour cette prise de parole. N'oublions pas qu'aux championnats du monde de cyclisme en 1989, à Chambéry, Laurent FIGNON n'a pas gagné, et que c'est grâce à la Haute-Savoie que Bernard HINAULT est devenu champion quelques années auparavant.

Perrine PELEN, vous avez plusieurs casquettes, et j'aimerais d'abord vous poser une question sur ce que représente un événement sportif pour une athlète. Était-ce

particulièrement stimulant ? Peut-on parler d'attractivité sportive d'un événement ? Dans cette projection des Jeux olympiques et paralympiques cette année en France, les athlètes français sont-ils particulièrement stimulés parce qu'ils ont lieu chez eux ?

Perrine PELEN

Bonjour à toutes et à tous. Je voudrais remercier Monsieur le Maire du Grand-Bornand de m'accueillir ici, ainsi que l'ANETT. Je suis très heureuse de pouvoir partager mon expérience.

Il faut bien distinguer les « grands événements », championnats du monde et Jeux olympiques, et les coupes du monde, avec par exemple, dans le cas du ski, une saison de ski, qui comporte une trentaine d'épreuves.

Brice DUTHION

En Amérique du Nord et en Europe principalement.

Perrine PELEN

Dans le monde entier. Les championnats du monde se déroulent tous les deux ans, alors que les Jeux olympiques, tous les quatre ans. Pour un sportif, ce sont des épreuves « à médailles », et c'est ce qui reste dans une carrière sportive. Ce qui caractérise ces grands événements, c'est avant tout leur médiatisation, qui est « XXL » pour des Jeux Olympiques, avec 15 jours de retransmission. Il en est de même pour les championnats du monde, avec à la clé une « balise » qui structure et vient honorer une carrière.

Quand on a la chance de jouer à la maison, comme ce sera le cas des athlètes français à Paris 2024, c'est une responsabilité, au regard de l'attente du public. Nous l'avons dit à plusieurs reprises, le sport, c'est avant tout générateur d'émotions. Je reviens d'un week-end à Nice extraordinaire, où j'avais un fils à l'Ironman, avec 4 500 participants. L'émotion vécue en soutenant les athlètes et ce qu'il en reste, c'est extraordinaire. Les athlètes qui jouent à la maison sont attendus par leurs proches, par la famille, mais aussi par un public beaucoup plus important, incluant les communautés gérées par certains athlètes. C'est une responsabilité d'être au rendez-vous. Ces rendez-vous peuvent booster leurs performances, ou jouer contre eux parfois avec le stress généré.

Brice DUTHION

L'attente est énorme. Le Président a fixé un objectif de 80 médailles.

Perrine PELEN

Tout à fait. La notion de rendez-vous est très particulière, car si on le rate, il faudra attendre quatre ans pour retenter sa chance dans le cas des Jeux olympiques. Toute l'énergie de la préparation est donc importante pour être prêt le jour J.

Le Président annonce aussi des performances de l'équipe nationale et nous savons l'interaction qui existe entre le succès sportif et la résonance d'un événement pour le pays hôte. Toutes les fédérations en France sont mobilisées et bénéficient souvent de budgets additionnels pour que les athlètes puissent performer le plus possible.

Brice DUTHION

En tant qu'organisatrice des championnats du monde de ski en 2023, quel est votre bilan, notamment au regard de l'attractivité territoriale ? Quel est le changement pour le territoire ?



Au niveau de l'héritage évoqué par le président pour Courchevel-Méribel, des démarches environnementales ont-elles été initiées ? La relation au territoire a-t-elle été modifiée ?

Perrine PELEN

Depuis quelques années, l'État distingue les « GESI », ou « grands événements sportifs internationaux », qui dépassent le seul domaine sportif car il en va de l'image de la France à l'international, d'où un pilotage très suivi de la part de l'État.

Sur Courchevel-Méribel, nous avons voulu que l'événement soit utile au territoire, aux acteurs de la montagne. Nous avons donc mis en place une démarche qui dépasse le cadre sportif, en profitant de la dimension médiatique pour assurer la promotion du territoire. Comme l'a indiqué Martial, les infrastructures qui ont été créées ont été imaginées avec les acteurs du territoire pour qu'elles soient utiles à l'avenir. Avec les domaines skiables, nous avons ainsi développé des infrastructures sur la neige de culture, ou construit une salle polyvalente, grâce aux apports financiers générés. Nous savons à quel point la montagne est stigmatisée avec le changement climatique, et nous avons donc développé une autre ambition. Nous avons profité de l'incroyable vitrine qui nous était offerte, avec mille heures de retransmission télé sur les 15 jours, pour 500 millions de téléspectateurs dans le monde entier sur nos domaines skiables. Nous avons eu une grande chance aussi, car il a fait beau les 15 jours.

Brice DUTHION

Et il y a eu de la neige.

Perrine PELEN

C'était extraordinaire. Nous avons mis en place une démarche RSE, en plaçant la dimension environnementale au cœur de l'organisation, en lien avec les associations (Mountain Rider, Mountain Wilderness, Protect our Winter, le parc de la Vannoise). Nous avons ainsi mis en avant les meilleures pratiques de la montagne en matière d'environnement.

Brice DUTHION

Votre stratégie et RSE à l'échelle du territoire inclut-elle une labellisation ?

Perrine PELEN

Tout à fait. Nous avons structuré la démarche pour nous orienter vers une certification ISO 20121, incluant un bilan carbone sur les épreuves de finale 2022 et 2023. Nous nous sommes appuyés sur la charte d'écoresponsabilité, mise en place par le ministère des Sports et l'association WWF, pour embarquer tout l'écosystème, qui nous a accompagnés. Les Domaines skiables de France, France montagne et les écoles de ski ont ainsi contribué à la mise en place de cet écosystème extraordinaire, qui nous a permis de cofinancer une campagne de télévision nationale et internationale. L'événement a été mis en lumière et nous avons pu initier des synergies intéressantes.

Brice DUTHION

La promotion à l'international a-t-elle surtout ciblé des marchés européens ?

Perrine PELEN

Oui.

Brice DUTHION

Nous évoquerons plus en détail l'héritage et le legs des JO de 1992, notamment pour 2030. Quelle est la responsabilité de l'organisatrice sur cette question du legs des infrastructures et des pratiques ? Avez-vous travaillé sur le sujet ? Qu'avez-vous initié dans le cadre des championnats du monde pour léguer des infrastructures et peut-être des savoir-faire à l'échelle de la destination ?

Perrine PELEN

La dimension de l'héritage est effectivement centrale et j'ai beaucoup de bonheur à en parler, car j'ai participé à l'aventure de 1992 en tant que responsable du Village Olympique. J'ai travaillé pendant trois ans avec Michel BARNIER et Jean-Claude KILLY. La logique de l'accueil des Jeux olympiques en 1992 visait à désenclaver la Savoie, en l'équipant de patinoires et de pistes de ski ou en les rénovant. Michel BARNIER, président du département de la Savoie, a ensuite doté l'Agence touristique de la Savoie d'une mission d'accueil de ces grands événements.

Brice DUTHION

Une mission que vous avez animée.

Perrine PELEN

Tout à fait. La mise en lumière de la Savoie blanche, grâce aux Jeux olympiques, nous a permis d'accueillir plusieurs championnats du monde d'aviron, sur le lac d'Aiguebelette, puis de canoé-kayak. À chaque fois, nous avons voulu collaborer avec les territoires pour connaître leurs besoins en matière d'héritage et de structures, car des équipements qui seraient utilisés uniquement pendant 15 jours n'ont pas de sens. L'idée consistait donc à développer des équipements utiles aux territoires et à profiter de la formidable vitrine qu'offrent les championnats du monde pour en faire la promotion.

Brice DUTHION

Qu'en est-il du legs des championnats du monde 2023 ?

Perrine PELEN

Les championnats du monde 2023 étaient déjà une forme d'héritage des Jeux Olympiques, puisque nous étions sur deux sites : Courchevel, qui a accueilli les épreuves de saut et de combiné nordique en 1992, et Méribel, avec les épreuves de hockey et dames de ski alpin. Nous pouvions être accueillis cette année à Courchevel et Méribel avec la flamme olympique, car les chaudrons des deux flammes étaient situés sur l'accueil des sites. J'ai eu le sentiment d'être une forme d'héritage des Jeux olympiques de 1992 et l'histoire continue à s'écrire, car avec les Jeux olympiques de 2030, le CIO a pris un virage dans l'accueil. C'en est fini du gigantisme et des contraintes imposées aux territoires de créer des investissements qui ne seraient plus utiles. Une piste de bob coûte 140 millions d'euros et un tremplin de saut coûte plus de 120 millions d'euros. Grâce aux infrastructures d'Albertville, avec la piste de bob et le tremplin, et au support des collectivités pour les faire fonctionner et les garder aux normes, ces équipements accueillent régulièrement des coupes du monde, qui nécessiteront des légères mises aux normes et qui représenteront une économie XXL. Alpes 2030 a été choisi grâce à l'existence de ces infrastructures utiles et fondatrices pour l'accueil des Jeux olympiques.

Brice DUTHION

Merci, Perrine. Vous pouvez applaudir Perrine PELEN et Martial SADDIER pour ce premier temps d'échanges.

Applaudissements.

Martial SADDIER

J'ai oublié de saluer le golf féminin, à Évian, dans le World Tour. Je crois énormément au sport féminin et nous parions sur lui car il va exploser dans les décennies à venir, notamment en termes d'audience.

Brice DUTHION

Vive le tour de France et vive le golf féminin en Haute-Savoie ! Merci beaucoup à vous deux.

Applaudissements.

III) À la veille des Jeux olympiques et paralympiques 2024, quels retours de l'Olympiade de 1992 et quels projets pour 2030 ?

Témoins :

Martine BERTHET, Sénatrice de la Savoie, Vice-Présidente de l'ANETT

Thierry LOUCHIN, responsable des partenariats institutionnels, Française des Jeux

Marion NAHANT, Cheffe de projet, Pôle Jeux olympiques et paralympiques 2024 de la Direction générale des entreprises

Brice DUTHION

Ce deuxième temps de la table ronde sera consacré à un focus sur l'événementiel olympique et paralympique. J'appelle à venir me rejoindre en tribune Martine BERTHET, sénatrice de la Savoie, vice-présidente de l'ANETT, Marion NAHANT, cheffe de projet Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, à la Direction générale des entreprises, au ministère de l'Économie et des Finances, qui change régulièrement d'attribution mais reste à Bercy, et Thierry LOUCHIN, responsable des partenariats institutionnels à la Française des Jeux.

Nous allons commencer par vous, Martine. Voici plus de trente ans, la Savoie accueillait les JO d'Hiver de 1992. Pouvez-vous nous en dresser l'héritage ? C'est une question centrale dans l'organisation d'événements de taille importante, en termes d'investissement d'infrastructures.

Martine BERTHET

Bonjour à toutes et tous. L'héritage est multiple sur de nombreux plans. Les Jeux de 1992 ont été tout d'abord un accélérateur sur le plan des infrastructures. Nous avons gagné quinze à vingt ans, notamment avec l'autoroute jusqu'à Albertville, puis la deux fois deux voies jusqu'à Moutiers pour rejoindre les stations de Tarentaise. Il y a eu aussi des infrastructures d'énergie, de fibre, d'eau, des stations d'épuration et énormément d'établissements, la gare SNCF, l'hôpital d'Albertville et tant d'autres qui ont été transformés en structures, dont nous nous servons toujours. Les stations, comme l'indiquait Perrine, ont hérité de nombreuses structures que nous avons su entretenir, la piste de bob à La Plagne, les tremplins de saut à ski à Courchevel, et de nombreuses pistes, à Hauteluce, dont le maire était présent tout à l'heure,

et aux Saisies, avec le ski de fond et le biathlon. Le tourisme a pu ainsi se développer énormément. À côté de ces équipements et infrastructures, il ne faut pas oublier l'héritage humain, également énorme. Par rapport au nombre d'habitants, Albertville est l'une des villes qui a le plus grand nombre d'associations sportives et de personnes qui pratiquent du sport. L'association des « bénévoles 92 » se renouvelle constamment, et nous pouvons ainsi organiser ces grands événements, les championnats du monde d'aviron, des matchs des championnats du monde d'handball masculin à la halle olympique d'Albertville en janvier 2017, ou des matchs de coupe Davis, des championnats de France et d'Europe de gymnastique et de pétanque. Le savoir-faire de l'accueil des grands événements est resté et le réseau de bénévoles est toujours présent. Je rappelle qu'en 1992, nous avions plus de 8 000 bénévoles, me semble-t-il, qui venaient de toute la région, et plus largement de toute la France. Quand je me rends à différents endroits en France, y compris à Paris, il y a toujours quelqu'un qui me dit qu'il était bénévole aux Jeux d'Hiver de 1992.

Brice DUTHION

C'est donc un réseau d'ambassadeurs formidable et quasiment éternel et un héritage d'équipements, humain et en matière de savoir-faire d'accueil, qui a un impact dans la vie quotidienne des habitants. Des équipements ont été transformés, qui ont attiré de nouveaux projets urbains. Pouvez-vous nous donner quelques exemples de cette mutation, de ce legs, dans la vie quotidienne et l'urbanisme des villes, comme Albertville, qui ont accueilli des infrastructures olympiques ?

Martine BERTHET

Albertville n'est pas la seule ville, en effet. À Brides-les-Bains, la mairie a été refaite, à Moutiers, le village des athlètes a été transformé en logements, dont bénéficient les habitants, et à Albertville, le centre du COJO a été transformé en lycée. Michel BARNIER et Jean-Claude KILLY tenaient aussi à l'aspect culturel des Jeux olympiques, et nous avons donc le Dôme, théâtre à Albertville, avec une médiathèque et un cinéma, qui constitue une structure que peu de villes de 20 000 habitants ont la chance d'avoir.

Brice DUTHION

L'appropriation a été quasi-immédiate de la part des habitants.

Martine BERTHET

Complètement, et des associations gèrent ces équipements à présent. Le Dôme Théâtre reçoit des financements de fonctionnement de la Ville, du Département et de la Région, et les cinémas sont gérés par une association. La Halle olympique accueille plusieurs clubs de sport, avec du patinage, du curling, du short-track ou du hockey. L'appropriation est réelle et les équipements bénéficient à la population. Les stations de ski bénéficient également des clubs de sports et des écoles de ski, ce qui encourage les jeunes à faire du sport et du ski. Puis devenir nos champions d'aujourd'hui.

Brice DUTHION

Nous pouvons nous projeter en 2030, en espérant une annonce dans quelques semaines sur la sélection définitive de la France, puisque c'est l'ensemble des Alpes françaises qui accueilleraient ces JO. 1992, c'est la création d'un écosystème lié à l'économie de la montagne. Quels enseignements en tirer et quelles projections pour 2030 ? Quelles dynamiques encourager à l'échelle des territoires ?

Martine BERTHET

L'évolution de la montagne fait l'objet d'une réflexion, que 2030 pourrait accélérer, pour être encore plus vertueux, à l'instar des championnats du monde en 2023. La réflexion est menée avec les différentes associations, notamment sur l'utilisation et l'économie de l'eau.

Brice DUTHION

Les questions de transformation et de transition de la montagne font-elles partie de cette réflexion ?

Martine BERTHET

La Savoie est moins concernée par la transition, car les stations sont en relativement haute altitude et nous savons qu'il y aura de la neige au moins jusqu'en 2050. L'ensemble des maires portent cette réflexion et les élus de la montagne n'ont pas attendu qu'on leur demande de réfléchir à leur évolution au regard du changement climatique. Les élus, vous tous ici, vous êtes des personnes responsables, et vous pensez à ce futur, aussi bien à la montagne que dans le littoral. Tous participent à cette réflexion, car c'est le rôle des élus d'anticiper.

Brice DUTHION

Ils doivent avoir une vision et une stratégie. C'est ce que nous espérons.

Martine BERTHET

N'oublions pas le boosteur économique qu'ont représenté les Jeux de 1992. Il pourrait en être de même pour ceux de 2030, car il y a eu énormément de créations d'entreprises et d'emplois.

Brice DUTHION

A-t-on su mesurer, à l'échelle du département, le nombre de créations d'entreprises ou d'emplois, et l'impact sur l'économie ?

Martine BERTHET

Environ 8 000 emplois ont été créés en cinq ans et 12 milliards de francs, à l'époque, ont été investis pour créer l'ensemble des infrastructures, dont la moitié pour les routes, l'eau et l'électricité et l'autre moitié sur des équipements, tels que des hôpitaux.

Brice DUTHION

Un peu moins de 2 milliards d'euros, si nous convertissons.

Martine BERTHET

Je ne sais pas si c'est comparable, mais c'était beaucoup d'argent investi dans ces Jeux, qui a bénéficié à l'économie.

Brice DUTHION

Le maintien des infrastructures suppose du fonctionnement aux frais des collectivités. Est-il possible de parler de rentabilité de ces infrastructures à l'échelle d'un territoire et d'une collectivité ?

Martine BERTHET

La rentabilité n'est pas directe, car les équipements publics, comme les piscines ou les patinoires, coûtent aux collectivités. C'est une rentabilité indirecte, au bénéfice de nos populations, de l'économie, du tourisme qu'ils génèrent.

Brice DUTHION

Au regard de cette expérience, quelles seraient pour vous les règles de base d'un bon modèle économique, en termes d'organisation ?

Martine BERTHET

Un bon modèle économique correspond à un investissement des collectivités locales, des communes, des intercommunalités, des départements, des régions et de l'État, qui doit aussi apporter sa part, ainsi que de nombreux partenariats privés. L'ensemble est nécessaire pour monter de tels projets.

Brice DUTHION

Nous évoquerons le sujet avec Thierry LOUCHIN.

Martine BERTHET

Les billetteries sont plus aléatoires. Pour certains événements, nous savons d'avance que les recettes seront importantes, mais ce n'est pas toujours le cas.

Brice DUTHION

L'investissement est en fonction de la taille de l'événement. Merci, Martine BERTHET, pour cette première prise de parole. Je ferai ensuite passer le micro pour d'éventuelles questions.

Je me tourne vers Marion NAHANT, qui sera la porte-voix des services de l'État durant cette matinée. La Direction générale de la police nationale devait être parmi nous, mais nous avons reçu il y a quelques heures un mail nous informant que la représentante, puis le représentant, ne pourraient pas être présents. Pour vous informer sur le rôle de la police nationale en matière de sécurité et d'organisation d'événements, vous pouvez consulter la boîte à outils proposée par l'ANETT, qui offre une fiche bien documentée.

Nous sommes heureux de vous accueillir, Marion. Vous êtes nouvellement arrivée à la Direction générale des entreprises, en tant que cheffe de projet des Jeux olympiques et paralympiques 2024. Quel est votre rôle ?

Marion NAHANT

Bonjour à tous. Merci beaucoup pour votre invitation et merci à l'ANETT pour son invitation à participer à votre Congrès. Le rôle d'une cheffe de projet, c'est de mettre en œuvre la stratégie de maximisation des retombées économiques des Jeux Olympiques et Paralympiques sur les entreprises françaises.

Brice DUTHION

Certaines mauvaises langues dans la salle pourraient vous dire qu'ils sont heureux de savoir que l'État a une stratégie en la matière.

Marion NAHANT

L'État a mis en place sa stratégie en février 2023 et certains pourront penser qu'elle est peut-être un peu tardive. Je suis moi-même arrivée en janvier 2024. Mieux vaut tard que jamais.

Brice DUTHION

Vous n'êtes en rien responsable des décisions parfois tardives, ou erratiques, de l'État. La valorisation des athlètes et des performances sportives, c'est une bonne chose, mais vous vous intéressez surtout à la valorisation des performances des entreprises françaises. En quoi cela consiste-t-il et quels sont les piliers de cette politique publique ?

Marion NAHANT

L'action de la Direction générale des entreprises (DGE) ne pourrait pas se déployer sans le concours de ses partenaires nationaux, les autres ministères, les opérateurs comme Atout France ou Business France, les réseaux consulaires et les organisations professionnelles, mais surtout les partenaires et les acteurs locaux, comme l'ont indiqué les présidents SUEUR et SADDIER, et les collectivités en premier lieu. La stratégie déployée par mon pôle Jeux Olympiques et Paralympiques repose sur quatre piliers. D'abord, la promotion de la destination France, avec notamment l'opérateur Atout France, que vous connaissez et qui participe à valoriser la destination France.

Brice DUTHION

Pour promouvoir la France, on a donc plutôt mis l'accent sur les Jeux olympiques et paralympiques depuis un an, à destination de quelques pays partenaires ?

Marion NAHANT

Comme indiqué par le président SADDIER, les Jeux olympiques et paralympiques sont une opportunité extraordinaire car ils drainent des millions de touristes et des milliards de téléspectateurs. La DGE, dont les bénéficiaires sont les entreprises, doit donc faire de cette opportunité une chance et une réussite pour elles.

Brice DUTHION

Il s'agit donc de faire parler des entreprises françaises sur les marchés internationaux.

Marion NAHANT

C'est bien l'idée. Nous assurons la promotion de la destination France et la valorisation des entreprises lauréates des appels d'offres olympiques, qui ont participé à la livraison de ces Jeux de manière exemplaire, comme la filière bois, qui s'est beaucoup investie pour promouvoir et mettre en place des infrastructures durables. Nous promovons également des entreprises françaises d'excellence, via le « Parcours des savoir-faire français ».

Nous menons également des actions autour de l'internationalisation des entreprises. Nous essayons de favoriser la rencontre des entreprises qui ont des besoins de nouveaux marchés et de financements avec des acteurs et des donneurs d'ordre étrangers, dont certains seront présents aux Jeux olympiques et paralympiques. Nous organisons des conférences, des conférences d'affaires, des petits déjeuners et des cocktails pour favoriser des rencontres officielles ou officieuses.

Brice DUTHION

Les entreprises qui ont participé à la construction de la piscine olympique, par exemple, qui est un objet architectural passionnant, peuvent donc être promues par l'État, et des visites d'entreprises peuvent être organisées, comme s'y emploie Entreprise et Découverte ?

Marion NAHANT

L'utilisation de la marque des Jeux est très encadrée. La DGE et la Solidéo, qui a participé à la livraison des Jeux, ont organisé des visites, notamment du village olympique, pour des délégations étrangères. Les entreprises qui ont participé à la livraison et à la construction du village étaient présentes et ont pu promouvoir les solutions déployées, notamment en matière d'accessibilité universelle.

Brice DUTHION

Un legs important pour les années à venir concerne la question de la visite d'entreprises, au cœur du développement des activités touristiques, quelles que soient les destinations. Pouvez-vous nous présenter les « Parcours des savoir-faire », en l'illustrant avec quelques exemples ?

Marion NAHANT

Le « Parcours des savoir-faire français » fait partie des actions que nous menons à la DGE avec le concours des acteurs locaux et des forces vives des territoires. Les Jeux olympiques et paralympiques, et toutes les actions autour, notamment les célébrations, constituent un coup de projecteur exceptionnel. Elles ont commencé le 8 mai avec l'arrivée de la flamme à Marseille et elles se poursuivront jusqu'à la cérémonie de clôture des Jeux paralympiques le 8 septembre.

Brice DUTHION

Le tourisme des savoir-faire inclut-il le geste de Jul, le rappeur marseillais ?

Marion NAHANT

No comment. Nous avons quatre mois pour profiter de ce coup de projecteur exceptionnel. Nous avons pensé plusieurs types d'opérations pour valoriser nos entreprises françaises, dont les métiers sont parfois méconnus, voire inconnus, et qui nécessitent de recruter massivement dans certains secteurs en particulier, comme la restauration ou l'artisanat. Nous avons imaginé des visites d'entreprises, que nous avons intitulées « Viens visiter mon atelier », en invitant les entreprises à ouvrir leurs portes pendant tout ou partie des célébrations, entre le 8 mai et le 8 septembre.

Brice DUTHION

Cette opération est-elle destinée uniquement aux Français ou à tous les types de publics ?

Marion NAHANT

Elle est destinée à tous types de publics. Nous essayons de communiquer massivement, y compris auprès de médias étrangers.

Brice DUTHION

Les élus dans la salle, connaissez-vous cette initiative de la DGE ? Il serait intéressant que vous expliquiez la démarche.

Marion NAHANT

J'ai ici des cartes, avec les QR-Codes.

Brice DUTHION

Certaines communes seraient-elles intéressées ? Connaissez-vous des entreprises qui font partie de cette initiative ? *(Des réponses sont apportées dans la salle.)* La communication mérite donc d'être amplifiée et c'est donc une bonne chose que vous soyez ici ce matin.

Marion NAHANT

Sur le deuxième type d'opération, que nous avons intitulé « Viens visiter mon marché », les collectivités sont invitées à organiser des marchés, ou à intégrer dans les marchés existants le « Parcours des savoir-faire français », en mettant en avant des produits français. Le parcours n'est pas toujours connu, mais nous essayons de maximiser la communication. La DGE a pour interlocuteurs naturels les entreprises, et moins le grand public. Nous essayons également de nous appuyer sur les relais locaux pour diffuser des communiqués de presse et nous sommes assez bien suivis en outre-mer. Je salue la délégation de Mayotte présente dans la salle.

Brice DUTHION

Il était temps de communiquer, à quelques semaines des JO.

Marion NAHANT

Nous avons organisé un Webinaire hier. N'hésitez pas à aller sur le Parcours, sachant que 750 opérations sont référencées à date, malgré cette communication limitée. En région AURA, nous avons notamment le marché de gros de Lyon, la visite d'Évian-les-Bains, les brioches Pasquier, et des entreprises ou des artisans plus confidentiels, des petits artisans d'art très représentés, du côté de Lyon également.

Brice DUTHION

Et au Grand-Bornand ?

Marion NAHANT

Je ne crois pas, mais ça ne saurait tarder.

Brice DUTHION

Martine, vous vouliez partager une idée.

Martine BERTHET

Puisque nous évoquons l'héritage, j'ajoute que sur les Jeux Olympiques de Paris 2024, le Parlement a voté deux textes visant à accélérer l'urbanisation nécessaire et l'expérimentation, laquelle devait être généralisée dans un texte qui devait passer ce matin en CMP. Nous verrons si elle sera poursuivie, car elle serait intéressante pour l'organisation de grands événements, grâce au permis multi-destinations. La transformation du village olympique est d'ores et déjà

prévue grâce à ce permis. C'est un outil intéressant, qui prévoit d'emblée la reconversion des bâtiments.

Brice DUTHION

Merci pour cette précision. Je signale que la non-tenu de la CMP nous permet de vous accueillir ce matin, et c'est peut-être l'un des seuls bienfaits de la dissolution.

Merci, Marion. Nous pouvons l'applaudir car elle a fait un long chemin depuis Bercy, et il est bon que vos collègues sortent un peu de leurs bureaux pour voir à quoi ressemble la France.

Applaudissements.

Marion NAHANT

Je précise que je viens d'un petit département touristique, inscrit dans le tourisme de mémoire. Je salue l'un de ses élus, Sylvain DENOYELLE, ici présent, du département de la Meuse. Nous avons Verdun et les tranchées, mais nous nous orientons désormais vers le tourisme de nature. Venez en Meuse, à 59 minutes de Paris en TGV.

Brice DUTHION

Les navettes de bus fonctionnent très bien aussi, j'en ai pris une voici dix jours. L'établissement public à caractère culturel (EPCC) du mémorial de Verdun est formidable, avec une très belle exposition sur l'Ukraine, que vous pourrez aller voir. Merci, Marion.

Avec Thierry LOUCHIN, responsable des partenariats institutionnels, nous allons commencer par un petit focus JO. L'implication des collectivités consiste aussi à aller chercher des partenaires privés pour trouver des financements. Nous pouvons commencer par l'initiative de la FDJ, la fameuse Sport Factory, à travers laquelle elle s'implique dans l'organisation des JO et des JOP 2024, à destination d'athlètes qui vont concourir dans quelques semaines.

Thierry LOUCHIN

Bonjour à tous. Je précise que nous sommes partenaires officiels des JO. Le lien entre FDJ et le sport est important depuis longtemps, puisque par le jeu des textes, nous finançons l'ANS, ancien CNDS, et nous sommes l'un des premiers financeurs du sport en France.

Brice DUTHION

Vous êtes sponsors d'une équipe professionnelle de vélo.

Thierry LOUCHIN

Oui, mais pas dans le cadre de la Sport Factory. Dans le cyclisme, nous sponsorisons trois équipes, Groupama FDJ, très connue, qui est sur le circuit du Tour de France, Suez FDJ, une équipe féminine, et une équipe espoir. Nous sommes donc très engagés sur le cyclisme et nous soutenons depuis 28 ans des athlètes français de haut niveau, à travers leur accompagnement dans leurs études, quand ils sont jeunes, et pendant leur carrière et leur après-carrière.

Brice DUTHION

S'agit-il de bourses ou vous les salariez ?

Thierry LOUCHIN

Ce sont des bourses et de l'accompagnement, du coaching, ainsi que des aides spécifiques, au cas par cas. Nous avons soutenu 400 athlètes et nous avons récolté 162 médailles, ce qui est un bon résultat. Kevin MAYER, un athlète de très haut niveau, est devenu notre ambassadeur pour la Sport Factory. Nous accompagnons 52 athlètes dans le cadre de la Sport Factory, créée en 2019, qui est un club très fermé, puisqu'il accueille des athlètes de haut niveau et dans l'optique des Jeux olympiques de Paris. Nous attendons beaucoup de ces 52 athlètes et nous verrons quelle sera la moisson de médailles.

Brice DUTHION

Quels sont les critères de sélection des athlètes ? Sont-ils dans toutes les pratiques sportives ?

Thierry LOUCHIN

Ils représentent toutes les pratiques sportives. Nous sommes également très attachés à soutenir la pratique sportive féminine, ainsi que les Jeux Paralympiques. Pour la sélection, nous sommes en relation avec de nombreuses fédérations, avec lesquelles nous opérons un fléchage, en respectant une parité stricte. Je rappelle que la FDJ a une présidente, qui est très attentive à cette question, ainsi qu'aux athlètes paralympiques.

Brice DUTHION

Quel est le budget de la Sport Factory ?

Thierry LOUCHIN

Je l'ignore, mais c'est une enveloppe pluriannuelle. Nous n'avons pas un budget détaillé sur l'ensemble, dans le cadre d'un accompagnement de long terme.

Brice DUTHION

Les partenariats de la FDJ sont également liés à d'autres activités que le sport. Nous avons tous entendu parler du Loto du Patrimoine. Quelle est la règle qui préside à ces partenariats et comment fonctionnent-ils à l'échelle d'un territoire, par exemple avec la Mission patrimoine et la récente Mission nature, avec laquelle vous avez lancé une opération l'année dernière ?

Thierry LOUCHIN

Je rappelle qu'historiquement, nous sommes attachés à défendre des causes, car la FDJ est l'héritière de la Loterie nationale. Les associations d'anciens combattants, la fédération Maginot et des blessés de la face et de la tête comptent parmi les actionnaires les plus importants, puisqu'ils détiennent près de 15 % du patrimoine. Le soutien aux causes est donc intrinsèque à notre ADN. La Mission patrimoine a été initiée en 2018, avec notre parrain extraordinaire, Stéphane BERN, très investi dans cette mission. Depuis 2018, ce sont plus de 150 millions d'euros collectés dans le cadre de ces actions, et plus de 800 sites mis à l'honneur.

Brice DUTHION

Est-ce essentiellement du petit patrimoine de proximité, en partenariat avec la Fondation du patrimoine, ou des patrimoines plus importants ?

Thierry LOUCHIN

La sélection n'est pas assurée par la seule FDJ. Nous avons un partenariat très étroit avec la Fondation du Patrimoine, à qui nous remettons l'argent et qui suit les projets, car FDJ n'a pas de légitimité à mener ce type d'actions.

Brice DUTHION

Dans le cadre du financement et de la rénovation du patrimoine, comment travaillez-vous avec les territoires touristiques ? Comment évaluez-vous les investissements et leur impact sur la fréquentation touristique, sur les dépenses à l'échelle d'un territoire ou la création d'emplois ?

Thierry LOUCHIN

Nous mettons à l'honneur deux types de sites, dont 18 sites emblématiques, les plus importants en termes de volumes, et des sites de maillage par département, et nous assurons deux niveaux d'intervention. Chaque année, dans chaque département, un site est mis à l'honneur et subventionné, dans le cadre des sites de maillage.

L'impact est difficile à mesurer. La sélection est menée par un comité de sélection, incluant Stéphane BERN et la Fondation du Patrimoine, et nous sommes également présents. Nous examinons la valeur patrimoniale du projet et le projet de territoire qui accompagne la démarche, qu'il est important de prendre en compte. Nous sommes parfaitement en ligne avec la Mission BERN et la Fondation du Patrimoine pour dire que le patrimoine doit vivre et participer. C'est un levier important pour un projet de territoire. La sélection des projets inclut donc l'examen de ce volet très important de l'action sur le patrimoine et du projet le concernant.

Brice DUTHION

Le patrimoine est une formidable porte d'entrée des territoires. Vous lancez la Mission nature et un nouveau loto ?

Thierry LOUCHIN

Nous ne parlons pas de loto du patrimoine. Les actions Mission Nature, depuis 2023, correspondent à des projets territoriaux sur le patrimoine naturel, considéré comme un levier important pour le développement du territoire. Une étude montre que 25 % des gens qui recherchent une destination touristique tiennent compte de la valeur des patrimoines bâti et naturel. Il nous semblait donc logique d'aller vers la Mission nature, qui soutient des projets locaux de sauvegarde de la biodiversité, dont la première édition a eu lieu l'an passé. Nous menons ces actions avec l'Office français de la biodiversité, qui sélectionne et suit les projets. Nous avons soutenu 20 projets en France pour la première édition, avec un budget prévisionnel de 6 millions d'euros, et nous avons collecté plus de 7 millions d'euros. Nous espérons monter en puissance à partir de cette année, car nous comptons adjoindre un tirage supplémentaire. Il est toutefois important de se développer progressivement, le temps de mettre en place les réseaux.

Brice DUTHION

Comment doit procéder une collectivité qui possède un espace de biodiversité remarquable ? Qui doit-elle contacter ?

Thierry LOUCHIN

Elle doit contacter l'Office français de la biodiversité. La FDJ n'a pas de légitimité à sélectionner directement. La période d'appel à candidatures se déroule de l'automne au printemps, puis comme pour la Mission Patrimoine, un comité se réunit et étudie chaque projet en vue de les sélectionner.

Brice DUTHION

Merci, Thierry et merci à vous trois. Je vais passer dans la salle pour d'éventuelles questions, en me rapprochant de nos amis de Mayotte. Avez-vous une question à poser aux intervenants ou pouvez-vous apporter votre témoignage sur l'événementiel en tant que facteur d'attractivité ? Nous entendons parler de Mayotte dans la presse nationale, mais pas forcément sous une lumière laudatrice. Quels sont les principaux événements ou les facteurs d'attractivité touristique de Mayotte ?

Saffaride AYOUBA, directrice de l'office de Tourisme Sud

Bonjour à tous. Je suis directrice de Sud Tourisme, dans la communauté de communes du sud de Mayotte, adhérente à l'ANETT. Nous accompagnons M. Ali SAÏD SAÏD, notre président de l'Office de tourisme, et nous tenons à remercier, au nom de la communauté de communes et de mon président, l'ANETT, le Grand-Bornand ainsi que son Maire, toute la région Rhône-Alpes et tous les élus présents et la délégation de l'ANETT présente. Merci de l'accueil chaleureux.

Nous souhaitons effectivement réagir à l'intervention de Marion NAHANT. Nous connaissons bien le Parcours des savoir-faire français et nous voulons positionner quelques entreprises, marchés et associations pour faire connaître nos savoir-faire et nos produits du terroir locaux. C'est un honneur pour nous de positionner certaines de nos entreprises ou de nos produits et savoir-faire.

Les médias nationaux parlent malheureusement beaucoup de Mayotte en négatif, mais la plupart des Français de l'Hexagone savent aujourd'hui où se trouve Mayotte et c'est un bon point. Il nous appartient ensuite de faire redorer nos blasons, de faire connaître nos richesses et toute l'attractivité sur notre territoire. Je rappelle que nous avons l'un des plus grands lagons fermés au monde et, avec la Nouvelle-Calédonie, nous faisons partie des territoires ultramarins qui possèdent de forts potentiels sur le territoire national. En plus de notre lagon, qui regorge d'au moins un quart de la biodiversité mondiale, nous disposons de richesses à l'intérieur de nos terres. Nous avons notre culture, l'agritourisme, que nous essayons de développer tant bien que mal, et des richesses qui ne sont pas toujours connues, comme l'écomusée du sel de Bandrélé, qui fabrique et cuit du sel de mangrove. Tout le monde connaît le sel de Guérande, qui est récolté, mais notre sel est cuit. Nous possédons également des savoir-faire et des richesses, en plus de nos richesses naturelles, que nous souhaitons faire connaître au monde entier. Notre volcan, qui nous a fait peur récemment, est souvent méconnu, avec toute une richesse scientifique qu'il est possible d'observer le long de la côte est mahoraise.

Applaudissements.

Brice DUTHION

Merci. Vous êtes une formidable ambassadrice de Mayotte. Marion, c'est une bonne nouvelle, que le discours de la DGE ait été entendu dans nos outre-mer.

Marion NAHANT

Tout à fait. Merci beaucoup pour cette excellente nouvelle. Vous pouvez enregistrer des opérations sur la plateforme de référencement du Parcours des savoir-faire français jusqu'à la fin des célébrations des Jeux olympiques et paralympiques, le 8 septembre. Il suffit de vous rendre sur la plateforme. Je vous communiquerai la carte avec le QR-Code, mais vous pouvez aller sur le site internet des « Parcours des savoir-faire français » ou vous rendre sur la plateforme « OpenAgenda » pour enregistrer votre événement. Le seul critère est celui de faire la promotion des entreprises françaises par des portes ouvertes ou l'organisation de marchés, avec des producteurs ou restaurateurs locaux.

Brice DUTHION

Y a-t-il une question dans la salle ? Non. Merci à vous trois, Martine, Marion et Thierry.

Applaudissements.

Nous allons passer au dernier temps de cette première table ronde, qui se focalise sur le regard des élus.

IV) L'événementiel territorial au prisme d'élus

Témoins :

Yannick MOREAU, maire des Sables-d'Olonne (85) et président de l'ANEL

Laurent PABIOT, maire de Sancerre (18), président du Club des partenaires de l'ANETT

Xavier DOUAIS, adjoint au maire de Nîmes (30), délégué au tourisme

Véronique BAUDE, 1^{re} adjointe au maire de Divonne-les-Bains (01)

Brice DUTHION

J'invite à venir me rejoindre Véronique BAUDE, première adjointe au maire de Divonne-les-Bains, dans l'Ain, Laurent PABIOT, maire de Sancerre et président du Club des partenaires de l'ANETT, Yannick MOREAU, président de l'Association nationale des élus des littoraux (ANEL) et maire des Sables-d'Olonne, et Xavier DOUAIS, adjoint au maire de Nîmes en charge du tourisme et président de l'Office de tourisme et des congrès de Nîmes.

Nous allons commencer par Véronique. Divonne-les-Bains est une station thermale connue partout en France, d'un peu plus de 9 000 habitants, juste à la frontière suisse. Vous êtes une élue communale et vice-présidente du conseil départemental en charge du tourisme. Quels sont aujourd'hui les principaux événements à l'échelle de la commune, qu'ils soient culturels, sportifs ou d'une autre nature ?

Véronique BAUDE

Merci. Bonjour à toutes et à tous. Je ne suis plus vice-présidente au tourisme au département, mais je garde un pied dans le tourisme en tant que vice-présidente du comité départemental. Quand nous avons été élus à Divonne-les-Bains en 2021, nous avons décidé d'avoir comme fil conducteur un événement structurant, marquant, par saison. Au printemps, nous avons le festival Rires Ô Lac, autour de l'humour, piloté par le service culturel. Durant l'été, nous proposons Les Estivales, à l'automne, un festival autour de la gourmandise, du goût et de la culture, et en décembre, toutes les festivités autour de Noël. Nous avons confié à l'office de tourisme la plupart des manifestations et nous avons la chance d'avoir un tissu associatif dense et des partenaires privés, qui nous aident à financer ces associations. Cette année, nous avons aussi décidé durant l'été d'insister sur trois thématiques, notre patrimoine,

le patrimoine naturel et industriel, l'eau, puisque Divonne-les-Bains est une station thermale avec un lac et une rivière, et le sport, puisque nous sommes labellisés Terre de jeux.

Brice DUTHION

Quelle est l'attractivité de ces événements, pour quel type de visiteurs ? Comment une commune comme la vôtre arrive à mesurer, à quantifier, cette attractivité ?

Véronique BAUDE

Nous avons plusieurs cibles, incluant bien entendu les 10 000 habitants de Divonne-les-Bains. Ces événements créent du lien social et c'est une fierté pour eux de pouvoir participer à toutes les animations que nous proposons. Nous ciblons également les habitants dans un périmètre local et transfrontalier, avec le canton de Vaux, même si nous ne sommes pas, comme la Haute-Savoie, propriétaires du lac Léman, et une clientèle internationale, notamment celle qui visite Genève mais pas seulement, puisque nous sommes sur un couloir fréquenté par une clientèle hollandaise importante et belge, de plus en plus.

Brice DUTHION

Vous bénéficiez également d'une attractivité résidentielle, avec de nombreux nouveaux habitants qui travaillent principalement en Suisse, et dont le pouvoir d'achat est sans doute supérieur aux autres habitants de la commune.

Votre labellisation Terre de jeux, comme plus de 4 000 communes françaises, est une façon de s'approprier les Jeux olympiques à l'échelle du territoire. Qu'attend une commune comme Divonne-les-Bains de cette labellisation et pourquoi avez-vous entamé la démarche ?

Véronique BAUDE

Dès notre campagne électorale, en 2020, nous avons fléché la volonté d'être une ville du sport. Nous avons nommé un conseiller municipal délégué Terre de jeux et nous avons recruté un chargé de mission. Pratiquement dix personnes travaillent aujourd'hui pour ce label. Nous étions en 2021 centre de préparation aux Jeux, et nous accueillerons bientôt une délégation de l'Océanie.

Brice DUTHION

De l'Océanie ?

Véronique BAUDE

Ce n'est pas très bon pour l'empreinte carbone, mais Divonne-les-Bains sera la seule ville de France à accueillir tout un continent, avec les îles Solomon, Fiji ou Marshal. Nous allons faire rêver et apporter de la bonne humeur à Divonne-les-Bains.

Brice DUTHION

Si l'un des athlètes de cette délégation gagne une médaille, ce sera donc grâce à votre action et à votre labellisation. Quand j'ai évoqué Divonne-les-Bains avec Géraldine LEDUC, elle m'a dit : « Gourmandiv' », qui semble jouir d'une grande célébrité dans le réseau de l'ANETT. C'est un festival gastronomique, comme il en existe beaucoup en France, notamment dans des communes de taille moyenne. Qu'est-ce qu'un tel événement apporte à une commune comme sentiment d'appropriation auprès des habitants ? Attire-t-il des visiteurs nationaux et internationaux ? Comment faites-vous pour rendre ce festival à la fois attractif et pérenne ?

Véronique BAUDE

Nous avons voulu mettre en avant le savoir-faire de nos restaurateurs locaux et les produits locaux, car les produits du terroir attirent. La spécificité de ce festival consiste à mêler à la fois la culture et la gourmandise, et nous avons voulu l'ouvrir à l'international, dès 2025, en travaillant avec l'association des maîtres restaurateurs pour des conférences autour du goût, de la gastronomie et des enjeux de sécurité sanitaire. La cible, ce sont d'abord nos habitants, mais nous recevons aussi une clientèle internationale, puisque nous avons la chance d'être à la frontière. Ce festival est organisé autour du partage, de la convivialité et du bien vivre ensemble, qui est une image de marque à Divonne-les-Bains. Le label Terre de jeux nous permet également de montrer notre capacité à accueillir un événement sportif de renommée internationale.

Brice DUTHION

Combien de personnes Gourmandiv' attire-t-il sur le territoire ?

Véronique BAUDE

L'événement se déroule sur une seule journée, et il attire environ 10 000 personnes.

Brice DUTHION

Vous doublez donc la population de la commune. Quelles sont vos spécialités gastronomiques, sur lesquelles vous pouvez asseoir une certaine notoriété ?

Véronique BAUDE

Nous avons un fromage emblématique, le Bleu de Gex, mais aussi le Comté, et nous valorisons la marque départementale « Saveurs de l'Ain », ce département étant celui qui possède le plus d'AOP et d'AOC en France. Nous avons un marché « Saveurs de l'Ain » et nous faisons travailler les producteurs autour de la volaille de Bresse et des vins du Bugey, ainsi que d'autres spécificités culinaires emblématiques.

Brice DUTHION

Divonne-les-Bains est une station thermale à forte notoriété, mais les thermes sont fermés depuis quelques années. Il y a donc eu une sorte de « changement de paradigme ». Vous avez connu un « âge d'or », avec un ministre qui a fait construire un hippodrome et a beaucoup investi. Martial SADDIER évoquait les aides aux stations de moyenne et basse altitude à changer de modèle. L'organisation d'événements vise-t-elle une certaine forme de mue touristique, ou d'identité territoriale ? Le modèle thermal a-t-il encore un avenir chez vous ?

Véronique BAUDE

Cette question est extrêmement importante pour nous. Divonne-les-Bains possède depuis 1892 un établissement thermal qui a connu un âge d'or dans les années 1950. Il est fermé depuis un an et nous recherchons un repreneur. La station accueillait plus de 8 000 curistes et nous étions à 1 000 curistes au moment de la fermeture. Elle traite deux indications thérapeutiques qui me semblent aujourd'hui importantes, vouées à un bel avenir, avec les maladies psychosomatiques et la rhumatologie. L'appel d'offres que nous avons lancé l'année dernière a malheureusement été infructueux. Le thermalisme se remet doucement de la crise Covid, ce que pourrait confirmer le président de l'association des communes thermales. Nous avons fait le choix de vendre le bâti pour avoir un futur exploitant, sachant que le thermalisme

est en plein renouveau, pour un thermalisme innovant et connecté, diversifié. Divonne est et restera une station thermale.

Brice DUTHION

C'est la bonne nouvelle de la matinée. Merci, Véronique.

Laurent PABIOT, vous êtes maire de Sancerre et président du Club des Partenaires de l'ANETT. Sancerre, c'est une petite commune de moins de 2 500 habitants et un EPCI d'environ 20 000 habitants, jouissant d'une grande notoriété. Comment expliquez-vous cette notoriété et comment avez-vous bâti une stratégie pour bénéficier de cette attractivité territoriale forte ?

Laurent PABIOT

La notoriété de Sancerre est due principalement à la station viticole, puisque Sancerre est une terre qui produit du vin blanc, rosé et rouge, avec trois AOC, mais aussi le crottin de Chavignol. Sancerre est situé au centre de la France, sur un rocher qui domine la Loire et bénéficie d'une position stratégique depuis plusieurs siècles, notamment durant les guerres de religion et d'autres guerres. Pour preuve, nous étions sous-préfecture et nous accueillons depuis longtemps une caserne de CRS, l'une des premières créées en France, et une école de police, avec une présence forte de l'État régalien. Ces éléments expliquent peut-être aussi la notoriété de ce village de 2 500 âmes.

Sur l'offre touristique, comme beaucoup de villages, la grande difficulté consiste à revitaliser et faire venir des habitants. Ce ne sont pas 6 millions de bouteilles qui quittent notre territoire par jour, comme à Évian, mais 20 millions par an, ce qui n'est pas négligeable, mais le village ne dispose pas de foncier disponible et ne peut se développer à l'extérieur, puisqu'il est pris par la vigne. Le développement ne peut donc se faire qu'à l'intérieur des vieilles maisons et bâtisses assez austères, par notre passé protestant. Nous avons donc orienté la revitalisation à travers le tourisme et le patrimoine, en mettant en valeur des expériences déjà présentes, l'expérience gastronomique et l'expérience sportive, puisque nous avons la chance d'être au bord de la Loire et de bénéficier du dernier fleuve français sauvage. Nous avons la Loire à vélo et nous proposons des boucles de plus de 200 km sur nos différents coteaux, pour de la marche à pied, du VTT et du trail. Une troisième expérience correspond au patrimoine historique du village fortifié. Malheureusement, Charles IX a détruit la plupart des tours pour punir les Sancerrois d'avoir protégé les protestants, mais il nous en reste quelques-unes, et nous possédons des paysages uniques au monde. La conjugaison de ces trois atouts nous permet de créer une expérience nouvelle, dont nous essayons de montrer qu'elle est unique et qu'elle vous permettra de passer un bon moment dans le Sancerrois.

Brice DUTHION

Cette expérience se concrétise-t-elle par un événement particulier ?

Laurent PABIOT

Ce sont plusieurs événements, avec notamment la foire aux vins de Sancerre, pendant le week-end de Pentecôte, qui expose intramuros la production de vin de 16 villages et présente le millésime de l'année. L'événement, vieux de plus de 80 ans, permet un cheminement à l'intérieur de nos rues.

Brice DUTHION

Combien de visiteurs accueillez-vous ?

Laurent PABIOT

À l'année, entre 400 000 et 450 000 visiteurs, et entre 10 000 et 15 000 sur une seule journée.

Le deuxième événement important, le Trail de Sancerre, qui s'est déroulé la semaine dernière, accueille 3 500 coureurs professionnels ou semi-professionnels. C'est une course à l'intérieur du village et autour des panoramas et des autres villages qui forment le Sancerrois. Il accueille 15 000 visiteurs sur deux jours, avec un public sportif qui vient profiter de la terre dure, du dénivelé sancerrois et qui, après l'effort, se ressource à l'aide d'un verre de Sancerre. L'expérience gastronomique attire également le public pour cet événement, organisé par plus de 500 bénévoles.

Brice DUTHION

Le vin de Sancerre est donc bénéfique à la récupération des sportifs.

Laurent PABIOT

Exactement. C'est le secret de la minéralité et de la terre, du silex, qui redonne de la force. Le troisième grand événement correspond aux jardins suspendus, car Sancerre intramuros, à l'intérieur de son bâti assez austère, abrite de nombreux jardins cachés, derrière les portes des maisons et des courettes, dont on n'imagine pas l'existence. Notre château 19^e est bâti sur les fondations d'un château féodal, qui a appartenu pendant plus de cent ans à la famille Grand Marnier, Marnier Lapostolle. Il est aujourd'hui ouvert au public, et comporte un parc de 2,5 hectares, qui représente plus d'un tiers de la colline. Tous ces jardins cachés sont ouverts au public pendant une journée.

Brice DUTHION

Le vin de Sancerre est bon pour les athlètes, et le Grand Marnier est bon pour les jardins.

Laurent PABIOT

Les trois grands moments forts contribuent à faire connaître d'une façon différente Sancerre et le Sancerrois, avec tous les villages autour. J'indiquais les 20 millions de bouteilles qui partent dans le monde, beaucoup connaissent le vin de Sancerre mais ils sont incapables de vous dire où se situe Sancerre.

Brice DUTHION

Vous avez bénéficié en 2021 d'un important focus médiatique lié au «village préféré des Français». Qu'est-ce que ce focus a apporté concrètement à votre commune? La labellisation, notamment Unesco, apporte entre 30 à 50 % de fréquentation supplémentaire dès l'année suivante. Qu'avez-vous mis en œuvre pour accueillir le flux de visiteurs supplémentaires ?

Laurent PABIOT

Il s'agit d'un événement populaire qui offre une visibilité extraordinaire en un instant, avec la venue de médias nationaux et internationaux, des magazines étrangers et français. C'est un fait déclencheur pour notre visibilité, mais en matière d'infrastructures, par exemple, nous n'avons rien eu le temps de faire, car cette visibilité survient du jour au lendemain. Le travail a été réalisé avant, par mes prédécesseurs et par moi-même, dans l'objectif de revitaliser le village à travers son patrimoine et le tourisme. Sancerre a toujours été une station de tourisme, un village touristique, dont les infrastructures existantes ont permis d'accompagner le flux de

touristes supplémentaires. Selon nous, le tourisme ne doit pas chasser l'habitant sancerrois, mais au contraire contribuer à en faire venir de nouveaux, en montrant que l'expérience est agréable à vivre à Sancerre, et qu'on peut y vivre au quotidien.

Brice DUTHION

Quel est l'impact sur l'arrivée de nouveaux commerçants et d'artisans à Sancerre ?

Laurent PABIOT

Nous avons aujourd'hui plus de 17 restaurants à Sancerre. Les commerces avaient disparu, nous n'avions plus de boulangerie, et nous en avons une qui s'installe, de même pour le fleuriste, et nous avons trois traiteurs. Des boutiques de commerce traditionnel sont également revenues grâce à l'afflux de visiteurs et à l'occupation des maisons qui étaient pendant de nombreuses années abandonnées. Quand vous êtes jeunes, vous avez besoin d'une voiture, puis de deux lorsque vous créez une famille, vous devez la garer au plus près de chez vous et vous souhaitez un grand jardin et de l'espace pour les enfants. Nous ne pouvons pas offrir un tel choix de vie à Sancerre. Nous devons donc trouver d'autres vecteurs et une autre population. Les nouveaux commerces ont contribué, avec tous les événements, à faire venir des habitants, créant ainsi un cercle vertueux, puisque plus d'habitants amènent plus de commerces, mais nous sommes limités, car la colline ne peut pas accueillir plus.

Brice DUTHION

C'est une bonne nouvelle territoriale. Vous êtes l'antithèse du discours général sur les flux et l'artificialisation des territoires à cause du tourisme. C'est un discours positif dont on pourrait s'inspirer, même si vous bénéficiez d'un site particulier.

Nous allons maintenant descendre la Loire et aller sur le littoral, aux Sables-d'Olonne, avec Yannick MOREAU. Que représente l'événementiel aux Sables-d'Olonne ? Vous organisez un grand événement qui est une figure de proue, mais quelle est d'abord votre stratégie en la matière dans cette belle ville vendéenne ?

Yannick MOREAU

Je voudrais d'abord remercier Philippe SUEUR et Géraldine LEDUC pour l'énergie qu'ils mettent au service du tourisme et des territoires touristiques. Nous avons de la chance de pouvoir compter sur une association aussi volontariste et active. Nous travaillons ensemble avec l'ANEL sur beaucoup de sujets et je remercie également Sylviane NOËL, qui a beaucoup travaillé avec nous, pour nous et nos territoires. Nous avons hâte de voir la PPL prospérer avec la commission mixte paritaire. Merci beaucoup à eux et merci, André, pour ton accueil chaleureux en montagne. Je finis par venir ici plusieurs fois par an au Grand-Bornand, et c'est un plaisir renouvelé.

Brice DUTHION

Est-ce à dire que vous allez vous présenter aux prochaines municipales ici ?

Yannick MOREAU

Ne le dites pas aux Sablais, mais on se pose la question ! Les Sables-d'Olonne, c'est une ville-événement. Nous avons construit la qualité de vie et notre modèle économique et touristique sur l'événementiel. Les événements aux Sables-d'Olonne font battre plus fort le cœur des Sablais et des Vendéens avant d'être une source d'attractivité touristique et un moteur de développement économique. Le Vendée Globe en est la figure de proue, mais nous

accueillons beaucoup d'autres événements majeurs, dont l'Ironman, et nous serons en 2025 l'une des quatre villes françaises de cette manifestation. C'est à la fois bon pour la station touristique que nous sommes et pour la qualité de vie aux Sables-d'Olonne. De notre côté, nous essayons plutôt de freiner les arrivées, car les gens viennent en vacances d'abord, puis en préretraite, puis s'y installent à la retraite, et ils sont friands de cette vitalité qu'apporte l'événementiel. Nous l'assumons et nous l'avons intégré et conceptualisé dans la dynamique de la ville. Malgré la moyenne d'âge assez élevée, Les Sables-d'Olonne sont l'une des villes les plus dynamiques de la côte atlantique.

Brice DUTHION

Lors de votre dernière campagne municipale, vous avez présenté votre stratégie événementielle avec la finalité du lien social, la volonté de pérenniser des activités économiques et peut-être de stabiliser la population.

Yannick MOREAU

C'est parfaitement assumé chez nous, mais le rôle d'un maire, c'est d'être le garant des équilibres, ce qui suppose de trouver le curseur entre la qualité de vie à l'année et l'événement qui sature pendant quelques journées, ou quelques heures, les routes et les accès, les mobilités, les parkings et la voiture, ou « bagnole » quand elle devient désagréable. Les élus des territoires touristiques, nous devons trouver les bons curseurs, mais notre orientation offre un supplément d'âme à la ville des Sables-d'Olonne.

Brice DUTHION

Les Sables-d'Olonne, c'est forcément le Vendée Globe, un événement plus qu'important pour vous, et dont la prochaine édition partira en novembre. Qu'est-ce que cet événement apporte, au-delà de la notoriété, en termes d'attractivité pour le territoire ? Au regard des retombées économiques, ou médiatiques, comment mesurez-vous cette attractivité sur le territoire communal ?

Yannick MOREAU

Je rejoins complètement les propos du président du Conseil départemental, Martial SADDIER, avec l'énergie et la liberté de ton qu'on lui connaît. L'événement, c'est un bon rapport qualité-prix, et le Vendée Globe en est un particulièrement bon. Je ne fais plus de promotion touristique pour les Sables-d'Olonne ou la Vendée, je ne participe à aucun financement de promotion touristique, en dehors des événements que nous accueillons, que nous développons et promouvons. L'année 2020 a été particulière avec le Covid, car nous n'avons pas réussi à obtenir les autorisations pour recevoir du public sur le chenal au départ et aux arrivées du Vendée Globe. Nous avons malgré tout pu avoir quelques dizaines de milliers de personnes, mais rien de comparable à une édition normale. Sur l'édition de référence, en 2016-2017, nous avons accueilli 2 millions de visiteurs et 11 millions de visiteurs sur le site internet. Nous avons bénéficié de 2 300 heures de télé en 2020, dans 190 pays, et le rapport entre l'investissement des collectivités et les retombées directes et indirectes est simple : pour 1 euro investi, ce sont au moins 3 euros récoltés en retombées directes, et pour les retombées indirectes, il faut multiplier par 30, avec près de 400 millions d'euros de retombées. Pour nous, collectivités, partenaires et organisatrices, car le Vendée Globe est une propriété publique du département, de la ville, de la région et de quelques entrepreneurs locaux, c'est évidemment aussi un très bon rapport qualité-prix.

Brice DUTHION

Vous êtes président de l'Association nationale des élus des littoraux. L'organisation d'événements comporte des contraintes sur l'environnement. Quelles sont les problématiques actuelles de l'événementiel littoral ? Les évolutions sont-elles marquées par la limitation de l'arrivée des visiteurs ou des flux ? Quelles sont les problématiques auxquelles vous êtes confronté en tant que président national ?

Yannick MOREAU

Les maires des stations touristiques, en Bretagne, à la Grande-Motte ou au Grand-Bornand, sont confrontés aux mêmes enjeux et aux mêmes défis à relever. Nous essayons tous d'être plus attractifs sur des périodes hors pics d'affluence, avec l'élargissement des ailes de saison, qui à force d'être élargies deviennent annuelles. L'événementiel nourrit l'attractivité en dehors de ces pics, comme "Glisse en cœur", un formidable événement solidaire, mais aussi d'autres événements que nous organisons autour du printemps et à l'automne. Vous êtes d'ailleurs tous invités au départ du Vendée Globe, le 10 novembre prochain, qui n'est pas au cœur de la saison touristique, mais les hôtels seront pleins et il faut se dépêcher.

Le littoral présente une problématique ou un enjeu singulier en 2024, avec les Jeux olympiques, car l'État doit faire face à un défi de sécurité sur les sites olympiques, nous privant de nos renforts mobiles de sécurité dans nos stations touristiques. Nous partageons, beaucoup d'entre nous, la crainte que cette situation perdure, en nous expliquant que si nous avons réussi à nous en passer en 2024, nous pourrions en faire de même les années suivantes. Malgré les efforts que nous réalisons avec nos polices municipales et notre parc de caméras de vidéoprotection, la sécurité reste une compétence régaliennne de l'État. Il est indispensable pour la qualité de l'expérience touristique et la vie des habitants des territoires touristiques, que l'État soit pleinement engagé et renforce les moyens, en fonction des migrations internes à notre pays, et des migrations touristiques y compris en dehors des périodes de pointe. Nous avons besoin, dans la durée, d'un engagement de l'État sur la sécurité de nos territoires touristiques.

Brice DUTHION

Les 30 000 personnes dédiées à la sécurité des JO équivaut à 30 000 personnes en moins sur l'ensemble des communes, notamment touristiques. Votre questionnement est donc approprié et il montre que vous connaissez bien les mécanismes de l'État, puisque vous anticipez la réponse des pouvoirs publics. Merci, Yannick.

Xavier DOUAIS, adjoint au maire de Nîmes, délégué au tourisme et président de l'office de tourisme et des congrès de Nîmes, nous allons commencer par l'Urban Trail de Nîmes. Qu'apporte cet événement à votre commune, qui dispose d'un patrimoine historique de forte notoriété, et à sa collectivité ?

Xavier DOUAIS

Bonjour à tous. Étant le dernier intervenant, j'essaierai d'être concis et peut-être un peu plus léger.

Brice DUTHION

C'est un vent d'ouest très fort qui nous a ramenés en Occitanie !

Xavier DOUAIS

Je suis sans doute le seul ici avec un accent chantant. Vous avez évoqué tout à l'heure Jul à Marseille, et à Nîmes, nous partageons avec Arles l'héritage de « Jul » César.

Applaudissements et rires.

Je vous ai prévenu que je serai léger, après avoir écouté des propos très intéressants. Nîmes repose sur trois piliers : le patrimonial, le culturel et l'événementiel, et j'aurai peut-être le temps d'évoquer un quatrième, qui me tient à cœur, le tourisme d'affaires. L'événementiel est très important à Nîmes, et encore davantage l'événementiel sportif. Un événement en particulier me semble intéressant, car il est duplicable, et c'est sans doute ce que vous êtes venus chercher aujourd'hui en partie. Il s'agit du Nîmes Urban Trail, ou NUT, qui consiste pour nous en une visite guidée en baskets. Nous avons autant de coureurs qui viennent pour faire la course, sur plusieurs kilomètres, que de familles avec enfants pour la marche. Au départ, le NUT était intégralement porté par une structure privée, avec une association de coureurs locaux, et nous avons compris, quand nous sommes arrivés en 2020, que nous devions le prendre à notre compte, après huit éditions. Aujourd'hui, la ville est complètement intégrée dans l'organisation et pas seulement en termes de subventions. Ainsi, la conférence de presse est accueillie à l'hôtel de ville, et c'est la ville qui organise l'événement, qui a attiré sur l'édition précédente environ 9 000 visiteurs. C'est donc un outil pour le territoire, en termes touristiques, et chaque année, nous essayons de nous réinventer. Cette année, j'ai par exemple proposé au directeur d'un palace cinq étoiles à Nîmes l'idée folle de faire traverser son établissement par les coureurs, et comme il est un peu fou comme moi, il a accepté. Il a donc fait passer 9 000 personnes dans son établissement.

Brice DUTHION

Son RevPAR a dû sans doute être impacté.

Xavier DOUAIS

Nous passons aussi dans des EHPAD, où les personnes, qui ne sont pas toujours en forme, applaudissent. Nous développons la notion de découverte de la ville et d'intégration complète de l'animation. L'événement comporte deux autres intérêts, pour les visiteurs, qui sont des « répéteurs » en puissance, censés revenir, et pour les Nîmois, sur la notion d'ambassadeurs et car la visite guidée en baskets leur permet de redécouvrir leur ville.

Brice DUTHION

C'est un formidable outil d'appropriation de la ville par les habitants.

Xavier DOUAIS

L'événement offre également ce que j'appelle la « contre-valeur publicitaire ». Cette année, l'émission Quotidien a fait un reportage de trois ou quatre minutes sur la course, qui est un peu folle, avec des gens déguisés en Romains, par exemple. Je suis également attentif en termes d'image, pour donner une image sportive à la ville.

Brice DUTHION

Vous accueillez régulièrement le tour de France et vous allez bientôt accueillir « La Vuelta », le tour d'Espagne. Qu'est-ce que l'accueil de grands événements apporte concrètement à votre territoire ? Nous ouvrons la réflexion à d'autres types d'événements, et vous en organisez des majeurs, comme les férias, importantes dans la culture taurine française parfois décriée. Quelles sont vos attentes de l'organisation d'événements aussi importants ?

Xavier DOUAIS

C'est la vingtième fois que Nîmes accueille le tour de France et ce sera cette année la seizième étape, le 16 juillet. J'aborderai la question par un prisme qui a été évoqué, en indiquant que la force publique ne doit pas avoir peur d'investir. La flamme olympique n'est pas passée dans le Gard car cela coûtait 180 000 euros et nous n'étions pas en mesure d'anticiper les retombées économiques. C'est impossible à entendre. De notre côté, nous n'hésitons pas. Le tour de France est un investissement, mais tout investissement a une rentabilité et nous n'hésitons pas à l'accueillir. En 2021, 350 000 spectateurs sont venus en deux jours dans la ville de Nîmes, pour une estimation de 7 millions d'euros de retombées. Une étape ne représente pas un tel montant d'investissement, et nous n'avons pas mesuré les retombées indirectes de nos partenaires commerçants. Nous n'allons pas accueillir La Vuelta, mais nous l'avons accueillie en 2017. Nous avons mis en avant la traversée des Arènes à vélo, et pour le départ de La Vuelta, toutes les équipes étaient présentes dans la ville pendant une semaine.

Brice DUTHION

Y a-t-il un impact sur la fréquentation des visiteurs espagnols ?

Xavier DOUAIS

Bien sûr. Les Espagnols sont nos cousins germains, et il est donc difficile de les isoler, sur la taoumachie ou le festival de flamenco, mais ils sont les principaux visiteurs de la ville. C'est pour nous un outil de communication quand nous vendons la destination à l'international.

Brice DUTHION

Vous avez accueilli récemment un formidable outil culturel, le Musée de la romanité. Qu'a-t-il apporté dans votre offre culturelle et pour l'attractivité du territoire, en dehors du patrimoine romain ou gallo-romain que vous possédez, magnifique, avec le classement récent au patrimoine de l'Unesco ? Vous sembleriez contester tout à l'heure les estimations de l'Icomos, association internationale des sites gérés pour le patrimoine. Qu'est-ce que le Musée de la romanité et ce classement au patrimoine de l'Unesco a apporté à Nîmes, en termes de nouveaux visiteurs et de nouvelle offre touristique culturelle ?

Xavier DOUAIS

Je suis un peu responsable, en tant qu' élu au tourisme, de l'augmentation des visiteurs de la Maison carrée et nous étions partis de zéro. Concernant le classement, il existe une certaine inertie avant d'être intégré dans les catalogues des tours opérateurs. Nous devons produire notre propre travail de promotion en rejoignant les grands sites de province. L'augmentation est pour l'heure modeste, à hauteur de 14 % depuis l'inscription de la Maison carrée au patrimoine mondial de l'Unesco, mais elle n'avait pas pour vocation à se développer touristiquement. C'est davantage un partage de la valeur universelle de ce bien.

Le Musée de la romanité a apporté beaucoup, car la romanité est importante à Nîmes et parce qu'il nous a permis de développer l'événementiel du tourisme d'affaires. Le Musée comporte en effet des espaces permettant d'accueillir ce type de tourisme, avec un Rooftop notamment. Il nous a confortés dans l'idée qu'il était nécessaire de nous développer sur le tourisme d'affaires, qui est durable, car il se développe à des périodes où les touristes de loisirs sont moins présents, et profitable, car nous connaissons les dépenses moyennes des touristes d'affaires. Le tourisme doit être développé à mon sens et considéré dans son aspect économique. C'est le moteur qui m'anime. Il nous a permis d'asseoir la romanité de la ville et de développer l'événementiel et nous sommes très rassurés dans la perspective de l'ouverture

de notre Palais des congrès, à 100 mètres du Musée de la romanité et à 150 mètres des Arènes. Nous sommes dans la phase d'équilibrage des comptes d'exploitation et le tourisme d'affaires a donc une place à Nîmes.

Brice DUTHION

Vous accueillez à Nîmes, et au-delà, un écosystème dédié à l'innovation touristique, avec notamment un incubateur appelé l'Open Tourisme Lab. Qu'apporte-t-il à une ville comme la vôtre, en termes d'expérimentation et de projection du tourisme de demain, notamment sur les liens entre le tourisme et le territoire, le développement durable et les nouvelles formes de consommation touristique ?

Xavier DOUAIS

L'Open Tourism Lab est à la fois un incubateur de start-ups dédiées à l'innovation touristique et un expert en accompagnement des collectivités dans la transformation touristique. Je suis à votre disposition pour approfondir le sujet avec vous. C'est un organisme reconnu à l'échelle nationale.

Brice DUTHION

Il fait partie d'un réseau appelé le France Tourisme Tech, dont la DGE est responsable.

Xavier DOUAIS

Tout à fait. L'innovation consiste aussi à orienter la ville vers le tourisme d'affaires. Nous sommes en capacité de mesurer la fréquentation touristique postérieurement à nos événements, avec Flux Vision, mais pour répondre à l'État, au carnet de commandes de nos partenaires, nous nous sommes équipés d'un nouveau dispositif, Lighthouse, qui nous renseigne sur l'état des réservations à un instant T pour une période à venir. C'est donc un outil important pour un élu comme moi, qui doit souvent répondre à la presse, et je remercie le directeur de l'office de tourisme, Xavier Labaune, ici présent, d'avoir pu nous en doter.

Brice DUTHION

Vous pouvez ainsi anticiper les flux.

Xavier DOUAIS

Nous pouvons connaître à un instant T le taux d'occupation des semaines ou des mois à venir. C'est donc un outil de prospective qui nous permet de savoir comment s'annonce la saison.

Brice DUTHION

Merci, Xavier. Merci beaucoup pour cette matinée. J'espère que les réflexions et les témoignages vous ont été utiles, à la fois sur la dimension politique et sur le legs aux générations futures. Les préoccupations environnementales sont également présentes, avec la labellisation et la norme ISO, et beaucoup d'intervenants ont essayé d'attirer votre attention sur d'autres sujets nombreux, notamment l'anticipation des flux que vient d'évoquer Xavier, pour mieux préparer et prévoir les politiques publiques du tourisme, qui sont un enjeu à l'échelle des territoires.

Laurent PABIOT, Maire de Sancerre et Président du Club des Partenaires de l'ANETT, a une annonce à vous faire sur un rendez-vous, dans un peu plus d'une heure, pour aller visiter le Village des partenaires.



Laurent PABIOT

Le président a rappelé dans son propos liminaire nos 32 partenaires, que je vous demande d'applaudir très chaleureusement.

Applaudissements.

Merci à eux. Ils ont contribué très largement à l'organisation de ce Congrès, ils participent activement à toutes les commissions et ils sont primordiaux dans l'évolution des différents sujets abordés. La fameuse « boîte à outils » du Club des partenaires de l'ANETT est à votre disposition. Je vous en rappelle les thèmes :

- La transition écologique ;
- Le patrimoine ;
- L'innovation et le numérique ;
- L'hébergement et la mobilité ;
- Les services de proximité ;
- Le bien-être et la santé ;
- Les outils transversaux.

À 14 heures, un certain nombre d'ateliers vont prendre place. Le premier, avec Lumiplan, porte sur la découverte du réseau de diffusion d'informations du Grand-Bornand grâce au numérique. Ensuite, Bouygues Telecom abordera la question de la fibre optique, devenue absolument indispensable. La sécurité et la responsabilité sont également des sujets primordiaux qui doivent être abordés avec les élus, souvent démunis pour savoir qui fait quoi et qui est responsable de quoi dans cette aventure de réseaux. Nous avons ensuite Pollustock, qui offre l'installation d'un panier ID-O à la ville du Grand-Bornand, les tombolas avec Alcome et Primagaz, et la remise d'une médaille avec Illiwap ce soir.

Grand merci à nos partenaires !

Applaudissements.

V) Comment accueillir les touristes pendant les évènements ?

Témoins :

Olivier PETIT, Directeur Général et associé d'In Extenso Hospitalité

Erven LEON, Maire de Perros-Guirec (22), Coprésident de la Commission Hébergements Touristiques de l'ANETT

André PERRILLAT-AMÉDÉ, Maire du Grand-Bornand (74), Coprésident de la Commission Hébergements Touristiques de l'ANETT

Jean-Luc BOCH, Maire de La Plagne Tarentaise (73) et Président de l'ANMSM

Brice DUTHION

Je vous propose d'entamer la table ronde de l'après-midi sur une thématique absolument centrale à l'échelle de l'ensemble des territoires et des destinations touristiques, à savoir l'accueil des visiteurs et des touristes, pendant les évènements. Autrement dit, on vous propose de faire un petit focus sur la question des hébergements. On a toujours dit que les hébergements constituaient la colonne vertébrale des prestations touristiques : pas d'hébergements, pas de visiteurs ; hébergements de mauvaise qualité, visiteurs insatisfaits. Nous allons faire en sorte de mettre en perspective à la fois les hébergements marchands et non marchands. Les hébergements ont semblé, pendant longtemps, relever d'une équation assez difficile à résoudre, et notre enjeu sera donc de donner quelques idées pour simplifier cette question à l'échelle des destinations. Il s'agit d'une équation à plusieurs entrées, avec notamment les enjeux liés aux plateformes de réservation et les questions liées à la fiscalité locale. Il nous semble important de traiter ce sujet, avec un certain nombre de réflexions que j'aimerais partager avec vous, avant d'inviter les différents orateurs.

Premier point : l'offre d'hébergement est très diversifiée à l'échelle du pays. On a assisté depuis une décennie à une montée progressive en qualité de l'ensemble de l'offre d'hébergement. Cela s'est vu, pour beaucoup de destinations, sur l'hôtellerie, mais également sur l'hôtellerie de plein air. Par ailleurs, la question de l'hébergement ne peut pas se traiter de façon unique à l'échelle d'un territoire ou d'une destination : bien accueillir, avoir des hébergements performants, c'est aussi penser l'ensemble de la chaîne de valeur touristique, de l'accessibilité à la mobilité, en passant par le stationnement et l'ensemble des offres qui l'accompagnent. Une question est également apparue au fil du temps, en l'occurrence celle de la pression foncière, avec notamment l'enjeu de zéro artificialisation nette. Il existe en effet aujourd'hui, à l'échelle des territoires, des enjeux d'égalité d'accès au logement entre visiteurs et habitants.

Dans un premier temps, nous aurons une présentation globale de ce que représentent les hébergements touristiques en France dans les stations touristiques, en essayant de comprendre l'impact des grands évènements sur l'hébergement dans ces stations touristiques. Dans un deuxième temps, nous aurons une réflexion avec trois élus, de montagne et du littoral, pour bien comprendre les enjeux immobiliers et sociétaux. Nous finirons cette table ronde par deux réflexions : la première portera sur la façon de communiquer sur les offres d'hébergement, et la seconde sur l'hôtellerie de plein air.

J'invite tout de suite le premier intervenant, Olivier PETIT, Directeur Général et associé d'In Extenso Hospitalité, pour une présentation sur la place des hébergements dans le tourisme en France, et en particulier dans les stations classées.

Olivier PETIT

Bonjour à toutes et à tous, Mesdames et Messieurs les élus. Merci beaucoup à l'ANETT pour cette invitation.

Je vais vous parler de deux thématiques et faire un petit panorama de l'offre hôtelière et de l'offre de résidence de tourisme à l'échelle française, avant un petit zoom sur les espaces littoraux et la montagne. Dans un deuxième temps, je partagerai quelques éléments de réflexion sur l'incidence des événements sur le marché des hébergements.

Aujourd'hui, la France est un marché à maturité : depuis un certain nombre d'années, on constate une relative stabilité du parc en termes de chambres. En 2019, on comptait ainsi 647 000 chambres, contre 639 000 aujourd'hui. En revanche, le nombre d'hôtels a fortement décliné dans cette période, passant de 17 600 à 16 200. Cette évolution est le fruit d'une disparition d'un certain nombre d'établissements hôteliers. Certains ont basculé dans l'hébergement social. D'autres, de petite capacité, ont pu migrer vers une autre forme d'hébergement marchand (gîte, chambre d'hôtes) afin d'alléger les contraintes en matière de sécurité et d'accessibilité. On voit en parallèle se développer dans les grandes agglomérations, sur un certain nombre de territoires, des établissements de plus grosse capacité, souvent sous enseigne, mais pas exclusivement. On voit également un certain nombre d'établissements indépendants qui continuent leur développement, dans toutes les formes d'espaces. Globalement, on assiste donc à une contraction du nombre d'hôtels et à une relative stabilité du nombre de chambres.

Dans ce cadre, force est de constater une montée en gamme de l'hébergement hôtelier sur nos territoires, avec une montée en pression de l'hôtellerie milieu de gamme, un développement très important de l'hôtellerie haut de gamme et luxe et une contraction très sensible de l'hôtellerie super-économique et économique. Souvent, ces deux catégories sont celles qui basculent dans l'hébergement social. La problématique foncière à laquelle faisait référence Brice tend, compte tenu de la rareté et des prix qui peuvent être pratiqués, à imposer une montée en gamme de l'hébergement, et les fondamentaux touristiques du marché français permettent d'accompagner cette montée en gamme, dans la mesure où la demande y répond.

Les territoires évoluent de manière différenciée. Paris, l'Ile-de-France et les grandes métropoles régionales sont dans des phases de croissance de leur parc hôtelier. En revanche, dans les villes moyennes, les petites villes de campagne, les littoraux, les stations de montagne et les stations thermales, on constate depuis 2014 une déperdition en termes d'offres. Sur les espaces littoraux et les stations de montagne, cette évolution est souvent liée à une pression foncière : des hôteliers qui ont développé leur hôtel il y a une trentaine d'années, sur des produits de petites capacités, sont amenés à céder leur actif lors de leur départ en retraite pour un changement de destination, notamment vers du résidentiel.

L'offre d'hébergement touristique en France est constituée d'un parc de 2 500 hôtels pour 77 000 chambres sur le littoral, et d'un peu plus de 900 hôtels et de 25 000 chambres dans les espaces de montagne. On constate une érosion de ce parc d'hébergement, particulièrement sensible sur les hôtels dans les espaces littoraux, et une déperdition des capacités. La montée en gamme de l'hôtellerie se retrouve également dans ces espaces à vocation touristique, avec un phénomène d'accélération post-Covid : le « tourisme de revanche » à la sortie des confinements successifs a conduit à remettre en valeur ces différents territoires et à recréer de l'attractivité, tant pour les opérateurs hôteliers que pour les investisseurs, avec des dynamiques majoritairement haut de gamme. Force est de constater que les espaces qui vous concernent : espaces de montagne ou littoraux ont des scores moyens sur Booking, dans toutes les catégories, supérieurs aux scores français. On constate parfois une sous-

représentativité de l'hôtellerie de chaîne sur vos territoires, mais le niveau de qualité perçu est parfois supérieur à ce qui peut être observé à l'échelle moyenne de la France.

En ce qui concerne les résidences de tourisme, on retrouve la contraction de ces parcs, tant à la montagne que dans les espaces littoraux, ainsi que ce phénomène de montée en gamme. Les déperditions sont cependant moins nombreuses que dans l'hôtellerie : l'essentiel des développements des résidences de tourisme a eu lieu entre 2005 et 2015, et on ne constate donc pas de sortie de marché aussi importante que dans l'hôtellerie. Sur ce marché spécifique des résidences de tourisme, une partie du parc a déjà disparu, on a constaté une évolution très prononcée ces dernières années, conduisant à passer d'un investissement à la découpe à un investissement en bloc. De fait, la pérennité de ces actifs sera beaucoup plus importante que par le passé. Les notes Booking sur les résidences de tourisme sont beaucoup plus nuancées, et sont plus proches de la performance observée à l'échelle nationale. Un focus a également été réalisé sur les hébergements de type Airbnb. Les évolutions sont à deux, voire à trois chiffres, depuis 2014 : vous avez tous connu une explosion des meublés touristiques, avec une polarité forte sur les territoires des grandes agglomérations, mais également sur vos territoires.

En ce qui concerne l'impact des événements sur les territoires, j'ai demandé un zoom sur la station de Saint-Gervais-les-Bains, qui a accueilli en 2022 et 2023 deux grands événements, l'Ultra-trail du Mont-Blanc et le Tour de France. Force est de constater l'incidence de ces deux événements sur le nombre de nuitées pendant la période où ils se tiennent. Si on met en perspective les taux d'occupation de l'hôtellerie et les taux d'occupation du secteur locatif, on constate, sur la semaine du Tour de France, une augmentation de ces deux indicateurs, avec des niveaux de performance très soutenus. Le marché locatif augmente encore plus fort que l'hôtellerie. Se pose la question des clients de ce marché locatif. Je suis convaincu que des touristes sont venus voir le Tour de France, notamment en tribu, avec une envie de se regrouper : dès lors, le marché locatif est plus simple que les hôtels. Je suis également convaincu qu'il existe une offre de saisonniers, de personnels techniques, qui a saisi l'opportunité de ce mode d'hébergement pendant cette période. Si je reviens sur un autre territoire dont on parle beaucoup en ce moment, en l'occurrence Paris, le marché locatif est manifestement une variable d'ajustement permettant d'accueillir des surcroûts de clientèle touristique sans qu'il soit nécessaire de créer une offre hôtelière pérenne comme ce fut le cas à Barcelone ou Sotchi. C'est ce qui se constate à Saint-Gervais-les-Bains : s'il avait fallu accueillir tout le monde sur le territoire sur une période extrêmement courte, cela aurait été très compliqué pour l'hôtellerie. Le marché locatif est donc venu se substituer au marché de l'hôtellerie. Les hôteliers ont parfois tendance à protester contre l'hébergement locatif, mais cet hébergement d'appoint permet d'accueillir des événements qui auront une incidence favorable pour les hôteliers sur la période de l'évènement, et sur une période beaucoup plus longue.

On parlait précédemment de l'héritage patrimonial lié à ces grands événements, quand sont développées des infrastructures ad hoc permettant de les accueillir : il existe également un héritage en termes de communication, qui est relativement fort. L'incidence des JOP sur Paris vaudra certainement pendant cette période, mais permettra également d'inscrire l'image de Paris dans la durée : les quatre ou cinq années suivantes seront très favorables à l'activité touristique et hôtelière parisienne à la suite de cet évènement majeur.

Applaudissements.

Brice DUTHION

Merci, mon cher Olivier : tu es toujours aussi clair et pédagogue dans tes interventions.

Je vais inviter trois élus à me rejoindre : André PERRILLAT-AMÉDÉ, maire du Grand-Bornand, Jean-Luc BOCH, maire de La Plagne et président de l'ANMSM, et Erven LEON, maire de Perros-Guirec.

André, je vous propose de commencer par un panorama de l'offre en hébergement touristique au Grand-Bornand.

André PERRILLAT-AMÉDÉ

Nous sommes une station village, qui s'est construite, comme beaucoup de stations, avec de la résidence secondaire classique. Notre capacité d'accueil s'établit à 25 000 lits touristiques et 12 000 lits commerciaux. Nous n'avons pas une capacité hôtelière très forte, avec seulement 600 lits en hôtel. En résidence de tourisme, nous avons progressé avec quelques constructions récemment, ce qui donne 1 750 lits. Nous avons, avec les villages de vacances et les campings, 1 200 lits. L'essentiel de l'offre concerne des lits qui sont regroupés via des agences immobilières et des centrales de réservation, pour 4 500 lits. Nous avons également le meublé de tourisme classique, qui est très important pour nous, de l'ordre de 3 800 lits touristiques. Tel est notre panorama d'hébergement touristique.

Brice DUTHION

Rappelons que le Grand-Bornand, c'est 2 000 habitants : c'est un grand village, ou une petite commune, mais qui accueille de grands événements, et notamment une étape de la Coupe du Monde de biathlon. À ce titre, vous accueillez pendant quatre jours 72 000 personnes : comment une commune comme la vôtre se prépare-t-elle à accueillir autant d'habitants en aussi peu de temps, et comment faites-vous pour héberger tant de monde ?

André PERRILLAT-AMÉDÉ

On accueillera pour la sixième fois cette Coupe du Monde de biathlon en décembre prochain. C'est effectivement un moment fort, un moment important. Le Grand-Bornand organise un certain nombre d'événements, principalement dans des périodes hors haute fréquentation touristique, ce qui est le cas notamment pour la coupe du monde de biathlon, qui se tient dans la semaine qui précède les vacances de Noël. Cela représente plus de 75 000 nuitées pendant cette semaine, dont 10 000 liées à l'hébergement des équipes, de la presse et des techniciens. J'ai oublié de dire, mais vous le savez tous, que sur notre secteur, nos voisins ont également un accueil touristique très fort : sur l'ensemble de la communauté de communes, on compte au total 75 000 lits touristiques. Il est donc possible de faire rayonner nos événements sur l'ensemble de ce territoire.

C'est un travail qui est mené en amont avec les hébergeurs en termes de demandes de tarifs et de disponibilités, ce qui suppose des rencontres avec les hébergeurs. Avec les villages voisins, il est nécessaire de négocier et de construire une coopération, dans la mesure où il convient d'assurer une cohérence dans les tarifs d'hébergement dans le cadre d'événements comme celui-ci. En effet, les équipes de biathlon ont des cadres, et il est nécessaire de faire rentrer les prix dans ces cadres. Cela suppose une forte sensibilisation et un accompagnement des hébergeurs sur la spécificité et les contraintes de chacun de ces accueils. En clair, on n'accueille pas de la même manière les familles et les enfants pour le festival Au Bonheur des Mômes et des biathlètes ou des cyclistes. Cela nécessite un travail très dense avec les équipes. De fait, on ne peut pas organiser un événement sur un territoire sans que le territoire adhère à cet événement. Cela concerne tant la population que les hébergeurs : il y a toute une ambiance à mettre en place, et les hébergeurs ont un rôle très important à jouer, ce qui

suppose beaucoup de relations avec l'ensemble d'entre eux afin de les faire adhérer. Lors de ces évènements, tous les hôtels sont bloqués, et ils ne peuvent pas accueillir d'autres personnes.

Brice DUTHION

Vous parlez de mobilisation du territoire : cela signifie que vous avez également une mobilisation des citoyens. Vous avez une spécificité, au Grand-Bornand, en l'occurrence l'adhésion forte des citoyens et des bénévoles à l'ensemble des démarches ? Vous avez un dispositif Cohésion à destination des bénévoles, notamment sur la partie hébergement : pouvez-vous nous en parler ?

André PERRILLAT-AMÉDÉ

Effectivement, au Grand-Bornand, bénévole devient un métier. Pour organiser une Coupe du Monde de biathlon, il nous faut 850 bénévoles. Pour organiser Glisse en Cœur, il nous en faut 300. Le festival Au Bonheur des Mêmes, c'est 350 bénévoles. Nous avons rapidement considéré que cette ressource humaine était nécessaire en complément de tous nos services, en complément de toute l'organisation. Nous avons ainsi un fichier de 1 200 personnes bénévoles, qui nous sont fidèles, avec des provenances géographiques parfois très étonnantes, pour des gens qui viennent de très loin et qui prennent une semaine de vacances pour venir en tant que bénévoles. C'est formidable. Ce sont des rencontres exceptionnelles. Pendant le festival Au Bonheur des Mêmes, nous avons par exemple une équipe d'une trentaine de bénévoles qui viennent de Belgique.

Cela nous a amenés à travailler sur l'humain. On s'est ainsi dotés d'un poste dédié à l'animation de ce réseau de bénévoles, qui travaille toute l'année, afin d'aller les chercher bien en amont et de les accompagner. On a cherché à conserver les mêmes bénévoles, s'ils sont attachés à nous, afin qu'ils reviennent pour nos différents évènements. Ces personnes sont aujourd'hui bien connues, classées, fichées dans un outil de gestion des bénévoles, qui s'appelle effectivement Cohésion. Cet outil gère à la fois le recrutement avec les formulaires d'inscription, la gestion des plannings, les besoins des bénévoles, les attributions, les missions, les dotations, l'hébergement, la restauration. L'outil dispose d'une messagerie dédiée permettant de dialoguer en permanence avec l'ensemble des personnes et de maintenir un lien avec l'organisation. Cet outil offre également un ensemble de statistiques dont nous avons également besoin pour gérer les bénévoles. Cela nous a permis de dégager un certain nombre de lignes directrices : ce travail ne peut être fait au coup par coup, mais nécessite d'être globalisé, mutualisé, afin de créer de la fidélité. Il est par ailleurs important d'avoir beaucoup de bénévoles du territoire, car cela crée un lien fort entre l'évènement et le territoire : il faut faire attention, dans l'organisation de l'évènement, qu'il n'y ait pas de déconnexion entre l'évènement et son territoire et ses habitants. Les évènements qui fonctionnent et qui durent sont des évènements qui sont ancrés dans le territoire. Le festival Au Bonheur des Mêmes en sera ainsi cet été à sa 32^e édition. Glisse en Cœur en est à sa 15^e édition. Quant au Tour de France, nous l'avons fait huit fois, contre six pour la coupe du monde de biathlon.

Dès lors se posent le problème de l'hébergement et le problème de la restauration. La difficulté est que nous ne recherchons pas un hébergement sur toute une saison, mais sur un moment donné : c'est parfois plus compliqué, parce qu'on ne peut pas contractualiser avec des hébergements spécialisés dans les saisonniers. Sur cette question de l'hébergement, nous sommes donc amenés à travailler sur plusieurs pistes, en mobilisant nos habitants pour les inciter à accueillir des bénévoles : cela peut être leur manière de participer à l'évènement, en accueillant des bénévoles quelques jours chez eux. Dans ce cadre, nous sommes également confrontés à la montée en gamme de l'hébergement, car cela signifie que nous avons de moins

en moins d'hébergements à des prix accessibles dans nos stations. Les centres de vacances sont aujourd'hui dans des situations difficiles, et on perd ces hébergements qui nous servaient pour accueillir les bénévoles : cela nous pose de réels problèmes. La montée en gamme est une bonne chose, mais cela conduit à des pertes d'hébergements quand certains établissements ne peuvent pas suivre cette tendance.

Brice DUTHION

Ce sont des sujets partagés sur l'ensemble des territoires, avec notamment la question de l'égalité sociale ou sociétale liée au tourisme.

Dernière question, André : aujourd'hui, quels sont vos besoins les plus urgents, et notamment sous l'angle des besoins exprimés par les entreprises pour mieux recruter, notamment les saisonniers ? Avez-vous des projets de construction, de rénovation, de réhabilitation, d'hébergement à destination des travailleurs, des saisonniers, ce qui contribue aussi à l'attractivité touristique ? Comment arrivez-vous à financer ces projets ?

André PERRILLAT-AMÉDÉ

Il existe à la fois des problèmes immatériels et des problèmes matériels. De la même façon qu'on ne fait pas travailler les saisonniers comme il y a 15 ou 20 ans, on ne fait pas non plus travailler les bénévoles comme par le passé. La notion de rythme, de priorisation, d'aspiration personnelle, le besoin de liberté, le refus des contraintes, sont aujourd'hui à prendre en compte : il faut bien en avoir conscience. En ce qui concerne les besoins liés à ces accueils, on rejoint le problème du logement des saisonniers.

Brice DUTHION

Combien de saisonniers compte-t-on dans une station comme le Grand-Bornand en pleine saison hivernale ?

André PERRILLAT-AMÉDÉ

On compte un bon millier de saisonniers. Les entreprises elles-mêmes ont fait beaucoup d'efforts, car les hôteliers doivent pouvoir héberger une partie de leur personnel. Cela devient même obligatoire : si vous délivrez un permis de construire d'un hôtel ou d'une résidence de tourisme, il doit satisfaire les besoins de ces saisonniers. Pour autant, la collectivité dispose d'un certain nombre de logements, et il est possible de se loger dans le bassin à proximité, d'autant que beaucoup de saisonniers en sont issus. Nous avons 55 logements de saisonniers, soit en propriété communale, soit en bailleur avec des bailleurs sociaux. Chaque commune touristique, depuis la loi Montagne de 2016, a l'obligation de conventionner avec l'État pour un plan de construction de logements saisonniers, ce que nous avons fait récemment : nous aurons d'ici un an quinze logements nouveaux.

Brice DUTHION

Cela satisfait-il l'ensemble des besoins, ou avez-vous encore du chemin à parcourir ?

André PERRILLAT-AMÉDÉ

Il y a encore du chemin à parcourir, mais on s'aperçoit également que, s'il y a des montées en gamme, il y a également des logements qui perdent leur qualification et qu'on retrouve en tant que logements saisonniers. Le besoin existe, c'est certain, mais peut-être de manière un peu moins criante que d'autres stations, dans la mesure où nous avons un bassin de vie, dans un sens comme dans l'autre.

Brice DUTHION

Merci, André.

Je laisse la parole à Jean-Luc BOCH, en lui proposant de rebondir sur ce que vient de dire André. Vous êtes à la fois maire d'une commune de montagnes et président d'une association d'élus de montagne. Il existe un enjeu très important, et d'autant plus après le Covid et les évolutions sociétales, qui concerne le besoin en hébergements et en services à destination des saisonniers. Comment cela se manifeste-t-il chez vous, mais également dans l'ensemble des stations de montagne, dont vous présidez l'association nationale ?

Jean-Luc BOCH

Bonjour à toutes et à tous. Il convient de rappeler tout d'abord qu'aucune station ne ressemble à sa voisine. Il existe différents types de stations. Les stations de haute altitude, par exemple, ont été créées de toutes pièces : il n'existait pas de village à l'origine, village qui aurait fait l'objet d'un agrandissement et d'une évolution. Dans les stations de haute altitude, deux choses sont importantes. Tout d'abord, il existe une obligation de construction, dans tous les PLU, de logements de saisonniers. Toutes les constructions, hôtelière, résidence hôtelière, résidence de tourisme et autre sont obligées de loger leurs saisonniers, quelle que soit leur taille. Il s'agit d'un grand pas en avant, mais cela reste très récent : cela signifie que le déficit que nous avons connu par rapport aux saisonniers est en train de se creuser et de s'accroître. Pourquoi ? Ce n'est pas le salaire qui attire aujourd'hui les saisonniers dans nos stations, mais l'hébergement et la qualité de vie après le travail. On a tout fait dans ce pays pour parler de plus en plus de l'après-travail, en considérant qu'il n'y a pas que le travail dans la vie, et il faut donc être capable de proposer une qualité pour accueillir ces saisonniers, qui ne viennent sur vos territoires qu'à partir du moment où ils sont décemment logés : c'est un impératif. Ils ne travaillent plus 50 ou 60 heures, comme c'était le cas par le passé, ce qui constituait une aberration, non seulement vis-à-vis du Code du Travail, mais également une aberration humaine. Tout le monde a dû revoir ses positions : aujourd'hui, on est beaucoup plus sage de ce point de vue, mais la qualité de l'hébergement est l'un des critères, voire le critère principal qui fait venir des saisonniers dans vos stations.

À La Plagne, nous avons 5 000 saisonniers : nous sommes obligés de trouver des solutions pour les loger. La capacité d'hébergement pure en appartements de ma commune est de 650 appartements destinés aux saisonniers. L'année dernière, nous avons préempté 62 appartements pour en faire des résidences saisonnières exclusives : c'est une première avec ce volume en montagne.

Brice DUTHION

Quand vous préemptez, cela signifie qu'il existe un modèle économique associé. Comment faites-vous pour financer ces démarches ? Avez-vous résolu l'ensemble des problématiques d'hébergement et de services annexes, c'est-à-dire notamment les questions de mobilité ou de garde d'enfants ?

Jean-Luc BOCH

Nous n'avons pas résolu tous les problèmes. Nous sommes exactement comme les autres, et nous rencontrons toujours des difficultés. Chaque année, il est nécessaire de se remettre aux normes, car elles changent chaque année. Nous l'avons dit au Gouvernement à plusieurs reprises : si vous voulez nous aider, ne touchez plus à rien. Force est de constater une verticalité dans ce pays, qui consiste à dire que Paris est le centre du monde, et surtout le centre de la France : tout ce qui se passe à Paris doit se passer avec exactitude dans chacun des territoires. Il faut arrêter de penser qu'un unique modèle fonctionne. Je vais vous donner un

exemple. Ce qu'il s'est passé le 9 juin est catastrophique : on a travaillé pendant presque un an sur un projet, avec des allers-retours sur tous les territoires, sachant qu'il existe des difficultés importantes par rapport au DPE, par rapport aux plateformes, avec un avenir incertain sur les territoires touristiques nationaux. Or, aujourd'hui, plus rien ne se vote, plus rien ne se passe, et on va attendre plusieurs mois, peut-être plusieurs années, avant d'avoir des avancées qui permettent à nos territoires touristiques de fonctionner. S'il n'y a pas d'économie sur les territoires, il n'y a pas de vie : dès lors, il n'y aura plus de problèmes de saisonniers. S'il n'y a pas d'économies, il n'y a plus d'hébergements, et donc plus de problèmes, car il n'y aura plus personne. La difficulté aujourd'hui dans notre pays tient au changement continu des normes. On parle de « choc des simplifications », mais, là encore, il conviendrait de redéfinir ce que simplification veut dire. Simplification, cela ne signifie pas ajouter à l'existant quelque chose de plus simple, mais de supprimer l'existant pour le remplacer par quelque chose de plus simple.

Brice DUTHION

Force est de constater en effet que, aujourd'hui, la « simplification » constitue une forme de course à la norme et à une opacification des procédures.

Pour en revenir sur le propos liminaire d'Olivier PETIT, vous reconnaissez-vous dans le portrait qu'il a dressé de l'état de l'hébergement, s'agissant de la montée en gamme et de l'utilisation des meublés comme étant un usage locatif assez pertinent lors de l'organisation de grands événements ? Et Dieu sait que vous en avez, y compris des étapes du Tour de France.

Jean-Luc BOCH

Je ne vais pas faire un cours d'économie à la salle, mais j'ai une question à lui poser. Quand vous raréfiez quelque chose, quand vous empêchez les constructions, quand vous limitez les évolutions, cela a-t-il tendance, si la demande est supérieure à l'offre, à faire baisser les prix ? La réponse est non. On est tous d'accord. Vous avez parlé du zéro artificialisation nette (ZAN) : pour ma part, j'y suis totalement opposé, et ce pour deux raisons. La première, c'est que cela conduira à raréfier les constructions et les améliorations. De fait, automatiquement, ce qui existe va monter en gamme. Or, si vous montez en gamme, une certaine clientèle qui a plus de moyens va venir, mais vous allez perdre les autres. Si, qui plus est, avec le dérèglement climatique, les petites et les moyennes stations de très basse altitude commencent à rencontrer de grosses difficultés, cette situation va s'accroître. Demain, le risque est de perdre encore plus de capacités d'hébergement dans la mesure où ces stations seront fermées, en tout cas en ce qui concerne le ski et la partie enneigée en hiver. Cela conduira donc à augmenter l'offre en altitude sur le plan qualitatif, et donc à augmenter les prix. Or, on ne comprend pas aujourd'hui que, quand on raréfie quelque chose, on en augmente systématiquement le prix.

La deuxième raison est la suivante : on nous dit aujourd'hui qu'il faut arrêter de construire, de prendre des terrains agricoles, de se diversifier et d'augmenter la capacité. Sur ce point, je n'ai aucun problème, comme tous les maires, comme tout le monde, à la nuance près que, quand on est élu local, on a les deux pieds ancrés sur le territoire. Quand des familles se séparent, quand des familles arrivent, quand des gens viennent habiter sur vos territoires et qu'on n'a pas la capacité de les recevoir, faute d'un nombre suffisant d'hébergements, que passe-t-il ? Ces personnes s'en vont et, par la suite, on apprend dans des sondages d'opinion, dans des informations collectives, que la population en montagne se réduit, et que ces personnes vont sur le littoral, ce qui est une réalité. Cela a été dit ce matin : sur le littoral, on vit aussi bien en période touristique qu'à l'année. Les retraités, souvent, vont habiter sur le littoral, parce que c'est sympathique.

Tout cela montre à quel point on ne prend pas en compte les différenciations des territoires. Ici, au Grand-Bornand, vous êtes dans une station-village. Une station-village, c'est habité à l'année. Mais si la gamme monte, si le prix monte, les jeunes ne pourront plus se loger ici, car ce sera beaucoup trop cher, inaccessible. Plus on avancera dans le temps, plus on aura une raréfaction des constructions, des aménagements, avec un effet sur l'obligation sociale des territoires, ce qui conduira à une baisse de la population.

Brice DUTHION

Je propose, Erven LEON, que vous interveniez à votre tour sur l'état du patrimoine immobilier. À Perros-Guirec, rencontrez-vous les mêmes contraintes que celles dont Jean-Luc BOCH vient de parler, à la fois sur l'existant et sur la projection de construction ou de réhabilitation d'hébergements, éventuellement à destination de saisonniers ou de futurs habitants ?

Erven LÉON

Bonjour à toutes et à tous. Évidemment, nous rencontrons cette difficulté. Aujourd'hui, très clairement, nous avons une dynamique immobilière très forte, car nous avons plus de 1 000 logements en construction entre les lotissements, les programmes immobiliers ou les logements sociaux. Nous avons une population de 7 300 habitants, et nous montons à 40 000 en été. Compte tenu de l'ensemble des programmes de construction en cours, nous aurons consommé notre compte foncier à fin 2025. C'est-à-dire que, à partir de cette date, il n'y aura plus aucune construction nouvelle en extension : il restera de la requalification urbaine, ou des divisions de terrains. Telle est la réalité. La problématique du logement en stations littorales et en stations de tourisme ne vient pas d'un fort taux de résidences secondaires : nous avons 40 % de résidences secondaires à Perros-Guirec. Elle ne vient pas non plus du nombre de meublés de tourisme : nous en avons 900. Elle vient d'un problème de mauvaise appréhension globale de la politique du logement, dans la mesure où nous avons aussi 200 logements vacants et que nous n'avons pas les outils, aujourd'hui, au niveau des maires, des élus, pour lutter contre la vacance. Nous avons été classés en zone tendue il y a trois mois et, dans le cadre de ce classement, la taxe sur les logements vacants a été capturée par l'État, et son paiement est devenu national, alors que je réclame à cor et à cri de disposer d'un outil local pour lutter contre la vacance. Donc, la problématique est bien plus large, car elle concerne la politique du logement dans son ensemble.

Je reviens sur les logements sociaux dans le parcours résidentiel : pour faire en sorte que les habitants qui travaillent dans la commune habitent la commune, il faut avoir un vrai parc de logements sociaux. On entend toujours cette stigmatisation selon laquelle les maires seraient contre les logements sociaux : or, c'est une nécessité vitale pour une commune, pour les entreprises, pour l'intergénérationnel. Effectivement, on fait face aux problématiques de la gentrification et du vieillissement. À Perros-Guirec, on a, depuis deux ou trois ans, environ 60 décès par an, pour 25 à 30 naissances.

Quand on est confronté à ces réalités, il est nécessaire de disposer d'autres outils, d'autres moyens pour pouvoir fonctionner, d'où cette poussée très forte que nous avons mise en place. Encore faut-il que les bailleurs sociaux aient les moyens, car on les leur a fortement réduits également. Aujourd'hui, on trouve des boucs émissaires avec les résidences secondaires ou les meublés de tourisme, mais la problématique du logement est bien plus large.

Brice DUTHION

Vous avez une problématique quasiment japonaise d'un point de vue démographique. Revenons à la question de l'hébergement sous l'angle du tourisme. Quand vous organisez des événements sur votre commune, de quels types d'évènements s'agit-il ? Avez-vous des évènements phares qui illustrent votre dynamique touristique ? Comment faites-vous pour héberger les visiteurs ? Avez-vous opéré une montée en gamme des différents secteurs d'hébergement ?

Erven LÉON

Perros-Guirec a la chance d'avoir un parc hôtelier important, puisque nous avons 20 hôtels pour une ville de 7 500 habitants dans l'année. Nous avons 33 000 lits touristiques et environ 1,4 million de nuitées par an. Nous avons une dynamique très forte, avec une forte montée en gamme : tous les établissements qui sont repris montent en gamme, et passent en quatre étoiles. Nous avons également une caractéristique qui ne s'est pas mise en œuvre sur beaucoup de territoires : au moment de l'élaboration du PLU en 2005, mon prédécesseur, Yvon BONNOT, qu'un certain nombre d'entre vous ont connu, avait mis en place une réserve hôtelière. De fait, huit établissements hôteliers de Perros-Guirec ne peuvent pas changer d'usage de destination. Cela a permis de maintenir cette offre hôtelière et de créer cette dynamique hôtelière, avec des investisseurs qui viennent investir dans l'hôtellerie à Perros-Guirec, ce qui est toujours le cas aujourd'hui.

Nous n'accueillons pas de très grands événements. Nous avons accueilli le départ d'une étape du Tour de France en 2021, année où une arrivée a eu lieu au Grand-Bornand. Nous accueillons des étapes des compétitions de voile. Nous avons accueilli l'année dernière le championnat international d'optimistes, avec 1 500 personnes, ce qui pose des problèmes d'hébergement. Or, sur ce type d'évènements, la montée en gamme nous prive d'hébergements accessibles. Il nous faut dès lors trouver des solutions, en sollicitant les habitants, pour loger des enfants avec leurs familles qui n'ont pas forcément les moyens de trouver des hébergements à des prix élevés, sachant que les déplacements et le matériel coûtent cher. Nous avons un événement récurrent, qui attire énormément de monde : nous recevons chaque année la patrouille de France. Cette année, nous l'accueillerons pour la 41^e fois. Près de 60 000 personnes sont présentes sur la commune à ce moment, d'où une problématique de stationnement et de mobilité.

Brice DUTHION

Je comprends que, quand on vous parle d'hébergement, vous pensez immédiatement aux sujets d'accessibilité et de gestion du trafic, ce qui est évident. Comment faites-vous pour fluidifier la gestion des flux à l'échelle de votre commune ? Sur quoi travaillez-vous ? Quels sont les indicateurs, et quelles sont les décisions que vous avez prises pour améliorer l'accueil en matière d'accessibilité ?

Erven LÉON

La première chose consiste à changer les habitudes des habitants. 90 % des gens qui viennent à Perros-Guirec viennent en voiture, et les habitants se déplacent en voiture. Perros-Guirec n'est pas le Grand-Bornand ou La Plagne, mais la topographie reste un peu compliquée et, avant l'arrivée du Vélo à Assistance Electrique, la pratique du vélo n'était pas très importante. Aujourd'hui, la situation a changé. Tout d'abord, nous nous sommes dotés d'un schéma directeur des pistes cyclables, que nous allons mettre en œuvre en cinq ans pour avoir un maillage complet de circulation à vélo sécurisée. Nous essayons de mettre en place du transport collectif pour que les gens prennent l'habitude de ne plus prendre leur voiture.

L'année dernière, comme cela s'est fait sur d'autres territoires, nous avons créé un parking déporté avec la mise en place d'une navette vers la plage principale. Notre satisfaction a été grande, dans la mesure où nous avons transporté 60 000 personnes sur les deux mois de juillet et août, dont presque 40 % de Perrosiens. C'est-à-dire que nous avons réussi à convaincre une grande partie de la population qu'il était plus simple de se garer en périphérie et de prendre une navette, avec un cadencement tous les quarts d'heure, pour aller à la plage ou pratiquer les activités nautiques.

L'événementiel est pratiquement quotidien en été, dans la mesure où Perros-Guirec a la chance d'avoir deux sites naturels remarquables, en l'occurrence le site de Ploumanac'h, qui attire près de 900 000 personnes par an, et la réserve nationale naturelle des Sept Îles, qui accueille 135 000 personnes par an, qui prennent le bateau pour aller à proximité de l'île Rouzic. Ce sont donc 20 000 personnes environ qui passent chaque jour sur Perros-Guirec en dehors de la population résidentielle.

Brice DUTHION

Merci. Je vais donner la parole à la salle, car je suis sûr que certaines de ses problématiques sont partagées par des élus ou des techniciens présents dans la salle. Avez-vous des questions, des remarques à poser à Jean-Luc et Erven ?

De la salle

Je suis assez convaincu que le succès de l'attractivité de vos territoires réside dans la dimension expérientielle qu'on peut avoir sur vos territoires. Comment cela se traduit-il dans vos stratégies ?

Erven LÉON

Je suis aussi vice-président de Rivages de France : c'est une réflexion que nous avons sur la gestion des sites naturels. Quand, sur le Sentier des Douaniers à Ploumanac'h, on peut avoir jusqu'à 8 000 personnes par jour, entre 10 heures et 17 heures, on se pose forcément la question de l'expérience visiteur. Finalement, on a peu de remarques négatives, mais notre responsabilité, quand on accueille 900 000 personnes, c'est de gérer des pics de fréquentation. Je prends le contre-pied de ce qu'on peut lire à ce sujet dans la presse : je pense que c'est une opportunité. Quand vous avez 900 000 personnes qui viennent sur un espace naturel remarquable, c'est une opportunité de sensibiliser, de faire de la médiation et de la pédagogie. Dès lors, il convient en permanence de renforcer l'accueil sur ces sites naturels pour faire prendre conscience de la nécessité du respect de la biodiversité. Je considère que toutes les stations touristiques dont l'attractivité principale est un site naturel devraient reverser une fraction de leur taxe de séjour à l'accueil sur le site naturel, car c'est ce qui fait vivre l'économie de la commune, de la station, pour avoir une véritable expérience visiteur, mais également une éducation du visiteur. C'est ce que nous faisons, ce qui nous permet d'ouvrir, à partir de cette année, la Maison du Littoral sept jours sur sept, huit mois de l'année, avec un vrai accueil et des animations qui se sont multipliées. Voilà ce qu'il faut envisager quand on a une grosse fréquentation : non pas stigmatiser, mais admettre qu'un site naturel attire les gens. Il convient de profiter du fait que ces personnes sont présentes pour les sensibiliser. C'est essentiel, sans quoi on ne remplit pas nos missions.

Je rappelle que la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO) est née à Perros-Guirec en 1912. En effet, à l'époque, les Chemins de Fer Français faisaient la promotion de la Côte de Granit Rose au travers de la chasse aux oiseaux marins. C'était un argument touristique pour faire venir du monde sur le territoire, et c'était un massacre. Des scientifiques, des habitants, des hommes et des femmes de lettres ont voulu y mettre un terme : ils ont saisi la section oiseaux

du Muséum d'Histoire Naturelle, et c'est ainsi qu'est née la LPO, avec une interdiction de la chasse aux oiseaux. Bien sûr, il faut faire vivre notre économie touristique, mais mesurons bien les impacts que peuvent avoir certains types de promotions. Quand on est élu de Perros-Guirec, nous sommes redevables de ces pionniers de la protection grâce auxquels notre territoire aujourd'hui a une très forte attractivité, car ils ont su préserver ce qui faisait la richesse de notre commune.

Jean-Luc BOCH

Tu as parlé de protection de l'environnement. Or, on oublie un peu trop souvent que, en France, la montagne aménagée ne représente que 2 % du territoire de montagne. Ces 2 % permettent de recevoir en masse les clients, les pistes et les destinations : tout le système a été aménagé pour que 98 % de la montagne restent naturels. Si vous supprimez ces 2 %, et on l'a vu pendant la crise Covid avec la non-ouverture des montées mécaniques, ce sera une catastrophe. En effet, les gens n'ont pas les codes : dans les parcs naturels, ils partaient dans tous les sens, écrasant la flore et déroutant la faune. Arrêtons d'être négatifs : ces 2 % permettent de sauvegarder le reste. On vit toujours une expérience quand on part en vacances : si on ne vit pas quelque chose d'expérientiel, malheureusement, on n'y retourne pas. Or, notre première volonté, c'est de fidéliser notre clientèle pour qu'elle vienne et revienne.

Jean-Pierre BCEUF

Bonjour, je suis le directeur de l'Office de tourisme d'Arles-Camargue. J'ai une question pour Monsieur le maire de La Plagne. Vous nous avez interpellés tout à l'heure avec cette obligation, pour toute nouvelle construction d'hébergement touristique, de proposer le nombre de lits saisonniers nécessaire à l'exploitation. Cela concerne-t-il t les hébergements ? Cela pourrait-il concerner l'ouverture d'établissements de restauration, même s'ils n'ont que quelques saisonniers ?

Jean-Luc BOCH

Cela ne concerne pas les restaurants, mais toute la partie hôtelière et la partie résidentielle. Cela ne concerne pas non plus, évidemment, les résidences secondaires. Car, contrairement au littoral, nous avons une proportion de 70 à 80 % de résidences secondaires. Ce sont les Plans Neige qui ont construit les montagnes françaises et qui ont aménagé ces montagnes, et ces résidences appartiennent donc à quelqu'un. Et cette personne, si elle occupe sa résidence une ou plusieurs semaines et la met en location le reste de l'année, c'est une bonne chose pour les stations. Chaque territoire est différent. La seule chose qu'ont fait Airbnb et les autres plateformes, c'est de mettre en relation des propriétaires avec des locataires : ainsi, les lits qui étaient froids sont devenus des lits chauds.

Brice DUTHION

Je vous propose de prendre encore trois questions.

Jean-Pierre CHAPALAIN

Bonjour. Je suis vice-président de l'agglomération des Sables-d'Olonne. Nous avons, pour réguler les flux, mis en place un système de circulation régulée dans le centre-ville, avec des bornes interdisant l'accès au centre-ville, mais également un système de stationnement payant permettant aux riverains de disposer de places de stationnement dédiées, moyennant une tarification qui, aujourd'hui, génère un niveau d'insatisfaction important de la part de la population locale ; c'est légitime, puisque ce qui était gratuit hier est devenu payant aujourd'hui. Cependant, grâce à cette facturation, ils ont la possibilité d'avoir des places

devant chez eux, qui ne seront donc pas occupées par des touristes. Cependant, cela reste politiquement un peu compliqué. Je voudrais savoir si d'autres collectivités ont mis en place ce système et si, au fil du temps, la population a consenti à accepter que ce système était le seul possible pour réguler les flux.

Erven LÉON

Pour financer la navette gratuite – car, à partir du moment où on demande de se garer sur un parking déporté, il faut que l'accès soit gratuit –, nous avons rendu payantes 200 places de stationnement qui se trouvaient sur des parkings fermés, sur les 800 places disponibles sur la plage. Nous n'avons rien mis en place pour la population résidentielle. Assez étonnamment, la régulation s'est faite toute seule : on n'a pas eu de remontées négatives dans la mesure où il y a toujours quelques places disponibles. Nous mettons aujourd'hui en place la même expérience sur le quartier de Ploumanac'h. Ce sera plus compliqué, et on se prépare à installer des places réservées pour un certain nombre de riverains pour qu'ils aient le droit de se garer sur les parkings payants. Comme je l'ai dit tout à l'heure, près de 40 % des gens transportés dans la navette sont des habitants : dans la mesure où l'on apporte une satisfaction par ailleurs, les évolutions sont mieux acceptées.

Gérald MARTINEZ

Bonjour à tous. Je suis maire de Saint-Légers-les-Mélèzes, dans les Hautes-Alpes, et responsable de l'environnement au niveau de la communauté de communes. Vous avez parlé du tourisme pendant les événements et de l'hébergement. Je voudrais savoir de quelle façon vous gérez les déchets et le tri lors de ces événements. En effet, la problématique principale que je rencontre dans mon territoire, c'est le tri sélectif : comment transmettre l'information au niveau des résidences de tourisme et du logement locatif et, bien entendu, lors d'événements, sans compter la mise en place de la logistique pour le ramassage des déchets. Il me semble qu'il s'agit du point le plus négatif que l'on rencontre dans nos communautés de communes, et c'est ce qui coûte le plus cher aujourd'hui. Je voulais donc savoir si vous aviez réfléchi sur ce sujet.

Erven LÉON

Je pense que les intercommunalités sont organisées : sur les grands événements récurrents, il existe une logistique qui est parfaitement huilée. Certes, le tri sélectif n'est peut-être pas parfait au moment des grands événements : on ne va pas dire le contraire. Pour autant, il me semble que c'est plutôt bien organisé et bien géré. La difficulté que nous rencontrons tient aux éléments que nous ne maîtrisons pas : si vous connaissez le nombre d'hébergements et le nombre de personnes sur votre commune, vous ne maîtrisez pas le phénomène de l'excursionnisme, qui s'est fortement amplifié depuis le Covid. Cela concerne le nombre de personnes qui viennent à la journée, et que vous ne maîtrisez pas forcément. On peut dès lors se retrouver en pleine semaine avec des ordures qui débordent des points d'apport volontaires, ce qui est compliqué à gérer. Au niveau de l'intercommunalité, nous avons mis en place un « fil rouge » : en cas de débordements, il existe une astreinte, une permanence qui est en mesure d'intervenir immédiatement pour gérer ces débordements d'ordures ménagères. C'est l'accord que nous avons avec la communauté d'agglomération.

Jean-Luc BOCH

Je ne vais pas parler pour les autres stations, mais, en ce qui concerne la mienne, nous avons fait 30 % d'économies en volumes depuis cinq ans sur les ordures ménagères avec le tri sélectif. Nous avons mis des campagnes d'affichage dans toutes les résidences touristiques et hôtelières : cela marche très bien. Espérons que cela continue.

De la salle

J'ai beaucoup apprécié la présentation du début sur l'évolution des lits, mais il manque à mon sens un facteur extrêmement important de la typologie de nos stations, notamment en montagne même si cela se constate également sur le reste du territoire, en l'occurrence les lits froids. En effet, on se rend compte que, sur nos territoires de montagne, 50 % des lits ne sont pas du tout exploités, et servent à des résidences secondaires seulement deux à trois semaines dans l'année. Il s'agit d'un facteur qu'on ne met pas assez en avant dans les études, et qu'on ne fait pas assez comprendre. Tant qu'on n'en parlera pas, on aura toujours la problématique du projet de loi Echaniz-Le Meur, qui s'attaque aux gens vertueux mettant en location leur hébergement, mais ne s'en prend pas aux lits froids, aux volets clos, qui, aujourd'hui, pourraient résoudre la problématique des gens qui doivent se loger à l'année et qui, s'ils étaient ouverts, justifieraient les infrastructures qui ont été dimensionnées en fonction du nombre de lits présents sur le territoire, alors que certains d'entre eux ne sont ouverts que deux ou trois semaines dans l'année. Telle est notre véritable problématique : tous ensemble, au moment du projet de Loi de Finances cet automne, nous aurons intérêt à mettre ce sujet en avant pour qu'on arrête de se tromper de débat.

Brice DUTHION

Sur cette problématique des lits froids pour les transformer en lits chauds, il y a eu un rapport d'Atout France il y a plus de dix ans.

Erven LÉON

Il est nécessaire de bien objectiver la situation. Aujourd'hui, quoi qu'on en dise, le télétravail conduit à une plus grande occupation des résidences secondaires – principalement sur le littoral. En revanche, on n'arrive pas à objectiver la réalité de l'occupation. La meilleure solution pour objectiver et pour connaître le nombre de jours où sont occupées les résidences secondaires, le seul indicateur qui est à peu près fiable, c'est la consommation d'eau potable. J'avais demandé à Véolia, dans le cadre de la télérelève, de nous fournir des éléments anonymes pour objectiver la situation. En effet, je ne sais pas dire, aujourd'hui, si les résidences secondaires sont occupées en moyenne deux ou trois semaines, ou cinq ou six semaines. Je ne sais absolument pas le dire, sur ma commune. La seule chose que je peux constater, c'est l'amélioration du trafic chez les commerçants. Je ne sais pas si, sur vos territoires, vous êtes capables de connaître le nombre de jours d'occupation.

Jean-Luc BOCH

Attention sur la consommation en eau : en effet, les Français commencent à prendre conscience que l'eau est une denrée précieuse. Auparavant, ils n'y faisaient absolument pas attention quand ils étaient en vacances. Cet hiver, nous avons explosé les compteurs de fréquentation, avec 3,6 millions de nuitées. Or, on a beaucoup moins consommé que l'année dernière. De fait, regarder uniquement la consommation de l'eau ne permet pas de se faire une idée précise de la situation.

Brice DUTHION

Cela mérite qu'on y réfléchisse : c'est peut-être un élément à développer sur la data.

Je vous propose de poser encore deux questions.

Christophe REINERT

Bonjour. Je suis directeur territorial d'Enedis sur la Savoie et la Haute-Savoie et je vais vous donner un avant-goût de l'intervention que je ferai demain matin : nous expérimentons depuis plusieurs mois une solution qui permet, à partir des données de consommation des compteurs, de capturer un taux d'occupation des logements. L'anonymisation et les règles de confidentialité nous obligent à travailler par quartier, mais nous avons des indications qui sont extrêmement intéressantes. Les tests que nous avons menés montrent que cette solution fournit la capacité de piloter l'utilisation des infrastructures des services en fonction de la fréquentation de la commune de façon globale. D'autres indicateurs existent, mais rares sont ceux qui permettent de capturer l'occupation.

Brice DUTHION

Merci pour la précision.

Je vous propose d'organiser la table ronde sur l'hébergement de plein air, et de finir par un échange collectif qui vous permettra de poser vos questions.

Merci à nos intervenants.

Applaudissements.

VI) Hébergement et Hôtellerie de plein air

Témoins :

Nicolas DAYOT, Président de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air,

Didier BOURGOIN, Président-Directeur général d'Alpha Camping

Didier PAJOT, Camping Liberté

Brice DUTHION

Nous allons bousculer l'ordre des interventions en organisant la table ronde sur l'hébergement et l'hôtellerie de plein-air. J'invite à venir me rejoindre trois opérateurs de l'hôtellerie de plein air : Nicolas DAYOT, que vous devez connaître, qui est le président de la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, Didier BOURGOIN, président-directeur général d'Alpha Camping, et Didier PAJOT, qui viendra nous parler du développement de Camping Liberté.

Cher Nicolas, j'ai grand plaisir à te voir ici, au Grand-Bornand, toi qui illustres, qui incarnes l'hôtellerie de plein-air en France. Tu présides la Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein-Air depuis un certain nombre d'années. Tu contribues à la notoriété du tourisme, notamment par ta présence à la Confédération des Acteurs du Tourisme (CAT). Peux-tu tout d'abord, dans un premier temps, nous donner quelques indicateurs qui nous permettraient de comprendre la dynamique de l'hôtellerie de plein air en France depuis une décennie, et notamment depuis cette fameuse crise du Covid ? On comprend que vous répondez à des aspirations de consommation de nos concitoyens.

Nicolas DAYOT

Bonjour à tous. Je n'ai pas la prétention de représenter à moi seul l'hôtellerie de plein-air. L'hôtellerie de plein-air est une particularité française, dans la mesure où nous sommes le premier mode d'hébergement touristique en capacité d'accueil : nous avons le double des lits touristiques de l'hôtellerie, avec 2,7 millions de lits. Nous sommes évidemment très

concentrés, en termes de fréquentation, sur le cœur de l'été : près de la moitié de la fréquentation touristique nationale de tous les hébergements collectifs se fait entre le 1^{er} juillet et le 30 septembre. On fait à l'année 141 millions de nuitées, contre 103 millions en 2010. L'activité a beaucoup progressé au cours des dernières années, et cette dynamique a été portée par différents facteurs principalement liés à la réglementation. Nous devons continuellement avoir la capacité de nous transformer en fonction des évolutions réglementaires qui s'imposent à nous.

La force de notre secteur d'activité tient au fait que nous sommes le mode d'hébergement touristique collectif le plus souple qu'il soit. En effet, nos hébergements sont principalement des véhicules, ainsi que des constructions démontables ou transportables : en fonction de l'offre et de la demande, il est possible de se transformer en temps réel. L'installation des hébergements locatifs en complément des emplacements nus, qui sont évidemment notre support historique, a permis d'investir beaucoup plus au cours des 25 dernières années que dans les années 1950 à 1970.

En ce qui concerne le sujet de la montée en gamme, je considère qu'il est plus ou moins instrumentalisé par ceux qui ne connaissent pas le dossier ou qui veulent insister sur la notion de surtourisme. Il s'agit là d'un véritable danger pour l'industrie touristique française : en effet, c'est le volume, le tourisme de masse, qui permet de proposer des prix très efficaces, et la montée en gamme et la transformation dans ce secteur d'activité n'ont pas évacué les clientèles populaires que nous accueillons depuis les années 1960. Cette transformation nous a surtout permis de continuer à accueillir les mêmes, et dans une proportion encore plus importante, et d'agglomérer des clientèles nouvelles qui n'auraient jamais fait de camping si on n'avait pas opéré cette transformation.

Je terminerai avec un chiffre : il y a dix ans, nous accueillions 20 millions de personnes par an alors que, l'année dernière, nous en avons accueilli 27 millions. Si on ne nous embête pas trop, ce qui n'est pas totalement gagné compte tenu des contraintes auxquelles nous sommes exposés, nous pourrions sans doute accueillir quelques millions de personnes supplémentaires : parmi l'ensemble des lits touristiques collectifs en France, nous sommes quasiment les seuls à avoir des emplacements totalement improductifs qui, s'ils étaient transformés, permettraient d'accueillir quelques millions de personnes supplémentaires.

Brice DUTHION

En ce moment, la Fédération travaille sur un projet qui semble essentiel à l'échelle des territoires, en l'occurrence la redynamisation des petits campings. Peux-tu nous donner quelques éléments sur ce projet, sur cette stratégie et sur les axes de travail que vous proposez à vos membres et aux collectivités ?

Nicolas DAYOT

Outre la préservation de la souplesse d'exploitation, l'objectif majeur de notre secteur d'activité est de préserver les lits touristiques. Nous connaissons en effet un vrai paradoxe : nous avons beaucoup évolué au cours des trente dernières années et pourtant, chaque année, nous perdons entre 70 et 100 campings, ce qui est une folie totale dans la mesure où, dans notre pays comme dans la plupart des autres, on ne pourra sans doute jamais plus créer d'hébergements touristiques collectifs de grande ampleur et, surtout, très bien placés. L'objectif est donc d'arrêter la disparition des lits. On comptait 3 000 campings municipaux en 1990, et il n'en existe plus que 1 400 aujourd'hui. La moitié d'entre eux est passée en gestion privée, et l'autre moitié a tout simplement disparu. Il est nécessaire de travailler de façon collective pour enrayer ces disparitions, voire pour rouvrir les campings municipaux et les petits campings qui ont fermé. Je précise d'ailleurs que la Direction générale de

L'Aménagement du Logement et de la Nature au ministère de l'Environnement a récemment simplifié ses règles pour permettre la réouverture des établissements fermés depuis dix, quinze ou vingt ans. En effet, les services déconcentrés exigeaient souvent l'obtention d'un nouveau permis d'aménager qu'il est évidemment absolument impossible d'obtenir aujourd'hui. Désormais, sur la base de l'autorisation d'urbanisme historique, il est possible de rouvrir un établissement qui est fermé depuis fort longtemps. La France est le seul pays d'Europe à compter autant de petits campings, en l'occurrence 2 300 avec moins de 70 emplacements. Ils représentent un tiers de la capacité d'accueil de l'ensemble des lits de l'hôtellerie classique française. Il serait donc dommage de ne pas s'appuyer sur ces lits touristiques improductifs, alors qu'on ne peut plus rien créer dans la plupart des stations touristiques ou hors des espaces très touristiques, puisque ces petits campings sont souvent situés dans les espaces ruraux. La Banque des Territoires accompagne les porteurs de projets qui souhaiteraient se doter d'une stratégie de repositionnement. L'appel que je peux passer aux élus consiste tout d'abord à les inviter à sourcer l'ensemble des campings, et notamment des petits qui ont fermé au cours des 25 dernières années, puis à identifier des porteurs de projets qui pourraient s'intéresser à ce secteur.

Pour terminer, je dirai que, contrairement aux campings de plus grandes dimensions qui accueillent majoritairement des classes populaires, les petits campings de 30 ou 50 emplacements ne peuvent sans doute s'inventer un avenir que s'ils se repositionnent sur le haut de gamme et sur des nuitées plus chères, autour de 100, 150 ou 200 euros : en effet, quand vous êtes tout petit, louer à 10 euros la nuit conduit inévitablement à déposer le bilan dans les deux ans. Il faut de l'expérientiel, de l'insolite, de l'atypique, du glamping : nous avons sans doute l'opportunité de faire de la France le leader européen de l'insolite, grâce à ces lits touristiques improductifs.

Brice DUTHION

Nous parlerons dans la suite de nos échanges des nouveaux modèles et des réponses que les collectivités peuvent trouver auprès d'opérateurs.

Peut-être un dernier éclairage un peu singulier. La Fédération de l'Hôtellerie de Plein-Air a travaillé main dans la main avec le ministère de la Culture, dans la mesure où le camping présente une dimension sociale importante, et permet de lutter contre la fracture culturelle. Peux-tu nous dire en quoi ce dispositif contribue à une forme d'attractivité nouvelle pour un camping et un territoire ?

Nicolas DAYOT

Il est vrai que les campings sont le leader du tourisme social, car ils accueillent le plus grand volume de classes populaires et de classes moyennes en France pour les vacances d'été. Or, une partie importante de ces classes populaires est un peu éloignée des problématiques patrimoniales, culturelles et muséales. Avec le ministère de la Culture, pendant le Covid, s'est posée la question de mieux répartir les flux et de s'appuyer notamment sur les richesses patrimoniales et muséales françaises. L'idée était de profiter des volumes importants accueillis chaque année dans les campings pour s'adresser à des populations qui n'ont jamais mis les pieds dans un musée et qui ne vont pas particulièrement visiter le patrimoine bâti ou non bâti. L'idée était d'être très simple dans la transmission de la formation : des outils numériques ont été créés dans ce but. Avec la Réunion des Musées Nationaux et le ministère de la Culture, nous avons mis en place une opération pour thématiser les clubs enfants et y apporter une mallette permettant aux enfants de découvrir la richesse culturelle. La logique est donc similaire à celle des sujets environnementaux, dans la mesure où les classes populaires sont parfois aussi éloignées des problématiques environnementales. L'idée

est donc de profiter du temps de vacances, et de l'hôtellerie de plein air en particulier, pour transformer nos établissements touristiques en centres d'éducation en environnement, comme nous pourrions être transformés en centres d'éducation d'ouverture à la culture.

Dans les faits, cela s'avère cependant plus complexe. Le ministère de la Culture, au cours de l'été culturel, avait payé les entrées dans les musées. Lors des pots d'accueil, en début de séjour, l'offre avait été présentée à l'ensemble des clientèles par les animateurs. Or, en réalité, ce sont plutôt les catégories socioprofessionnelles qui ont l'habitude d'aller dans les musées qui se sont jetées sur les places gratuites : face aux animations, à la soirée mousse et au toboggan aquatique, le musée a du mal à se faire une place. Il convient de poursuivre cette démarche dans la durée, avec les collectivités locales.

Brice DUTHION

Merci, Nicolas, pour ta participation.

Je me tourne à présent vers mes deux autres invités. On a parlé de la fermeture de campings municipaux et de petits campings, et de la nécessité pour des opérateurs de proposer des solutions à des collectivités. Dans le fond, c'est ce que vous faites tous les deux, de façon différente. Didier BOURGOIN, vous êtes Président-Directeur général d'Alpha Camping. Pouvez-vous présenter ce groupe, ses marques et les prestations que vous pouvez offrir aux territoires ?

Didier BOURGOIN

Bonjour à tous. Alpha Camping est un petit groupe créé il y a sept ans, qui gère principalement des campings municipaux, voire intercommunaux ou syndicaux. Nous gérons ainsi 34 campings de cette nature, sous trois enseignes différentes. La première enseigne est la nôtre, car nous l'avons créée il y a sept ans : il s'agit de Bel-Air Village, qui est depuis sa création une enseigne très RSE, très environnementale, alors que ce n'était pas encore la mode. Les deux autres enseignes sont des enseignes franchisées. La première est Camping Paradis, issue de la série éponyme, avec des campings entre 150 et 300 emplacements, très animés sur toute la période d'ouverture de la saison, avec un accueil familial. On compte 91 Campings Paradis en France. 71 sont des campings privés qui ont pris la marque, et nous en gérons 20 directement. La troisième marque s'oriente très fortement vers des petits campings, avec cette image de glamping, bien sûr très environnementale, et un cachet particulier. Nous disposons donc de trois enseignes qui permettent de répondre à chaque problématique des élus. C'est notamment le cas de la question de la taille des campings : à ceux qui s'interrogent sur l'avenir de leurs petits campings, nous avons des solutions à proposer.

Le tourisme est un secteur qui fonctionne à l'envers de l'économie de marché. Dans l'économie de marché, la demande crée l'offre. Dans l'économie touristique, dans les loisirs, dans la culture, c'est l'offre qui génère la demande. Il ne faut donc pas que les élus s'inquiètent quand leur camping ne correspond plus à son environnement, car il existe des solutions qui peuvent être mises en place.

Brice DUTHION

Prenons le cas d'un élu dont le camping municipal se porte mal, voire a fermé. Quelles solutions pouvez-vous apporter concrètement en aide méthodologique, en opérationnel ?

Didier BOURGOIN

L'un de nos métiers consiste effectivement à aider et à accompagner les élus. Il existe de nombreuses formules permettant de savoir ce qui peut être fait de son camping. Certains

maires me consultent car ils envisagent de le vendre, mais ce n'est pas forcément facile. S'agit-il de vendre les murs ? De vendre le fonds de commerce ? S'il est municipal, a fortiori s'il est fermé, il n'a pas de fonds de commerce, par nature, même s'il a été géré en délégation de service public. Vendre le camping est ennuyeux, car cela revient à se séparer d'une partie du patrimoine de la collectivité : dans le conseil municipal ou dans le conseil communautaire, il y aura toujours des élus qui vous accuseront de brader le patrimoine. Ce n'est donc pas forcément la meilleure solution. Le Code de la commande publique est très ouvert. Il ne faut pas se focaliser sur la délégation de service public, le concours ou l'appel d'offres, qui sont très contraignants et posent beaucoup de problèmes. Si vous organisez un concours, ne l'organisez pas à partir de septembre : entre l'analyse des offres, le dossier, la consultation, le conseil municipal, et les auditions des deux ou trois retenus parmi les meilleurs, les auditions auront lieu courant décembre, et le contrat ne sera pas signé en avril. Or, pour l'hôtellerie de plein air, le lancement de la commercialisation se fait en novembre. Si des travaux doivent être réalisés sur le camping municipal, ils doivent être faits entre octobre et février/mars. De fait, un concours se lance en mai, voire en avril, afin que tout soit réglé entre fin septembre et début octobre, ce qui permettra à la commercialisation de se lancer.

Le Code de la commande publique prévoit également des formules beaucoup plus simples, sans qu'il soit nécessaire de se lancer dans le concours ou l'appel d'offres formel. Il en est ainsi d'une formule qui porte le nom d'AMI (Appel à Manifestation d'Intérêt), qui permet aux collectivités d'inviter les différents acteurs intéressés à proposer ce qu'ils envisageraient pour le camping municipal. Il s'agit d'une formule moins figée, plus rapide et plus efficace. Mais il existe également la solution du bail commercial : le foncier reste la propriété de la collectivité et les charges sont réparties intelligemment, le véritable enjeu portant sur le partage de la valeur avec le concessionnaire.

Brice DUTHION

On voit bien que vous apportez des solutions sur mesure à chaque collectivité qui vous contacte. En matière d'organisation d'événements, quelles solutions pouvez-vous apporter aux territoires et aux collectivités ? L'accueil et l'hébergement de saisonniers font-ils partie de vos nouvelles responsabilités et de vos nouvelles offres à destination des territoires ?

Didier BOURGOIN

En tant qu'exploitants de camping, nous gérons l'animation interne du camping, qui n'est pas la même selon les enseignes. Mais nous avons également vocation à travailler avec la collectivité sur son planning d'animation, tant l'animation purement estivale que l'organisation de grands événements en dehors de la période juillet-août. Je connais ainsi un maire qui a mis fin au contrat de DSP précédent, car l'exploitant ne voulait pas ouvrir alors que le programme d'animation court d'avril à novembre. Mes campings, sauf contraintes administratives, sont ouverts au minimum du premier jour des congés scolaires de Pâques au dernier jour des congés scolaires de la Toussaint, ce qui nous permet de participer et d'héberger. Je pense notamment à un triathlon qui a été organisé sur le lac de Vassivière au mois d'avril : nous avons reçu l'équipe d'encadrement sur le camping, et le podium y a également été installé. Nous sommes donc des partenaires : notre objectif est bien de travailler à l'élargissement saisonnier. Il y a quelques années, le camping faisait 80 % de son chiffre d'affaires sur juillet-août. Chez nous, cette période représente 66 % du chiffre d'affaires, le reste étant fait sur les ailes de saison, qui connaissent une augmentation de la fréquentation.

Des interventions ont eu lieu s'agissant de l'image du camping prédateur. Je rappelle que le camping, dans l'hébergement touristique, est le plus écologique. L'emprise au sol est extrêmement faible, ce n'est pas de la construction, mais du démontable, et il existe de

nombreuses solutions pour sortir des voies goudronnées et ne pas imperméabiliser les sols. On pourrait nous reprocher que l'essentiel des clients vienne au camping en voiture. Or, le Covid a modifié les pratiques : lorsque nous avons rouvert, il est apparu que 50 % de notre clientèle venait au camping en faisant moins de 250 kilomètres. La France est une destination touristique hallucinante par son paysage, par son patrimoine vernaculaire, par son patrimoine culturel. Aujourd'hui, encore 30 % de notre clientèle fait moins de 250 kilomètres. C'est une réponse à la nécessité de proximité, avec le développement de bassins de clientèle de proximité.

Il a été dit que l'élévation en gamme de l'hébergement provoque une attrition d'offres pour la clientèle populaire. Or, l'hôtellerie de plein-air a cette vertu que, même quand on monte en gamme, il existe toujours une offre autour de l'emplacement nu ou autour de solutions d'emplacement un peu améliorées avec de petits blocs sanitaires. Même dans un quatre étoiles, nous avons toujours une grille tarifaire très progressive : l'hôtellerie de plein-air, même dans sa montée en gamme, n'est pas exclusive de clientèles diversifiées. C'est une vertu importante : elle est le dernier endroit d'inclusion, de mixité sociale. Compte tenu des mouvements qui nous agitent en ce moment, pour encore quelques semaines, je pense que ce pays a bien besoin d'endroits où on peut encore se rencontrer, même si on n'appartient pas à la même catégorie socio-professionnelle, même si on ne vient pas de la même région, même si on ne vient pas du même pays. Ce sont des valeurs auxquelles je crois, et c'est ce qui soutient le développement de notre petit groupe.

Brice DUTHION

Merci Didier. Je me tourne vers Didier PAJOT, Directeur du Développement de Camping Liberté. En quelques mots, pouvez-vous nous préciser le concept de Camping Liberté, et dans quelles problématiques d'hébergement ce concept a-t-il été créé ?

Didier PAJOT

Adrien GLOAGUEN, le fils du fondateur du Guide du Routard, a créé cette marque il y a un an et demi pour répondre à des problématiques de petits campings qui disparaissent. Adrien Gloaguen, c'est un groupe hôtelier qui compte aujourd'hui une dizaine d'hôtels sur Paris, avec des hôtels boutiques qui ont un peu révolutionné ce concept avec une grande réussite. Il a souhaité créer un modèle un peu à l'identique de ce qu'il a réalisé sur ses hôtels parisiens. Dans ce cadre, il a repris un site dans le Finistère, Port Landrellec, avec 96 emplacements et un accès direct aux plages, sur un site remarquable. Il a également repris un site à Lacanau, avec 76 emplacements sur trois hectares et demi. Nous sommes en passe de signer deux dossiers sur des sites remarquables, l'un de 200 emplacements sur 17 hectares et l'un de 350 emplacements sur 24 hectares. L'idée d'Adrien consiste à dire que, aujourd'hui, le luxe, c'est l'espace. L'objectif n'est donc pas d'accroître le nombre d'emplacements sur ces sites, ce qui va donner de très grandes parcelles. Et, sur ces parcelles, on se limite volontairement à un nombre d'hébergements.

Brice DUTHION

Ce que je trouve intéressant dans le concept, et c'est en lien avec ce que Didier disait il y a quelques minutes, c'est son objectif de recréer du lien social. Votre concept consiste à créer un village en lien avec le village à l'extérieur pour faire œuvre de socialisation et de sociabilité.

Didier PAJOT

Tout à fait. L'esprit de Camping Liberté, ce n'est pas de garder les clients à l'intérieur du camping pour qu'ils consomment à l'intérieur du camping : l'objectif est que les clients sortent

du camping et aillent à la découverte de leur environnement. On s'adresse à une clientèle familiale, avec des enfants en bas âge, et ce sont donc plutôt des animations tournées vers la nature.

Brice DUTHION

On parle beaucoup depuis ce matin du lien entre l'évènement et le territoire. En termes d'hébergements, quels sont les types de territoires que vous privilégiez et quels sont les territoires qui font appel à vous ? Comment répondez-vous aux besoins d'hébergements en cas d'organisation d'évènements à l'échelle de ces territoires ? Avez-vous des offres particulières à proposer aux collectivités ?

Didier PAJOT

Tout dépend des sites. Nous recherchons un maillage plutôt national : nous ne sommes pas spécialement en bord de mer ou sur le littoral. En ce qui concerne l'évènementiel, nous développons la participation à des séminaires en adaptant nos hébergements. Nous proposons des salles de séminaires qui ont une grande attractivité pour la clientèle avant saison. En juillet et en août, tout le monde est capable d'avoir un taux d'occupation élevé : ce qui est important, pour les communes, c'est d'attirer les gens en avril, en mai ou en juin, et en l'occurrence des salariés d'entreprises qui viennent pour des séminaires.

Brice DUTHION

Quels sont vos objectifs de développement dans les deux ou trois ans qui viennent ?

Didier PAJOT

Il y aura de la montagne, de la mer, de la nature. Nous nous développons en Bretagne, en Aquitaine, en Alsace, en Moselle. L'objectif n'est pas d'accumuler les sites, mais de privilégier les relations avec les élus et de s'investir dans la réalisation de travaux qui doivent être faits, et les tenir sur des délais très courts.

Brice DUTHION

C'est votre originalité : vous vous engagez à accompagner les territoires, par exemple, sur l'épuration de l'eau.

Didier PAJOT

En effet : dans une commune de 450 habitants où nous avons repris un site, nous avons dû refaire une station d'épuration, pour un coût de 1,2 million d'euros. L'objectif était d'éviter tous les rejets dans le lac voisin. Nous avons aidé la commune en finançant la station d'épuration, puis nous avons donné un nouveau souffle au camping qui était condamné à terme.

Brice DUTHION

Merci à vous deux.

Applaudissements.

VII) Mieux accueillir, de l'information à la rénovation

Témoins :

Julien CORDIER, Responsable des partenariats locations saisonnières, Le Bon Coin

Paul-Antoine MAURASIN, Responsable du Pôle Hôtellerie et Vice-Président Hospitality, Vinci Immobilier

Brice DUTHION

J'appelle Julien Cordier, qui est Responsable des partenariats locations saisonnières sur le site Leboncoin, et Paul-Antoine MORASIN, Responsable du Pôle Hôtellerie et Vice-Président Hospitality chez Vinci Immobilier.

Commençons par toi, Julien. Je ne savais pas qu'il existait un responsable des partenariats du Boncoin. Peux-tu nous raconter ton rôle, et ce que Leboncoin développe comme actions à destination des collectivités ?

Julien CORDIER

Merci beaucoup pour l'invitation. Leboncoin existe depuis maintenant 18 ans, et son activité s'organise autour de plusieurs verticales : automobile, immobilier, biens de consommation. La rubrique vacances existe depuis maintenant cinq ans, avec la décision de détacher la location saisonnière de l'immobilier pour en faire une verticale à part entière. Je suis en charge des partenariats depuis six mois, sachant que je viens du monde de la conciergerie : je connais donc cette problématique des lits froids et de la location saisonnière. J'ai bien aimé le terme de « colonne vertébrale du tourisme » en parlant de l'hébergement : en effet, sur le territoire, l'offre est regardée sous l'angle de l'hébergement. En la matière, Leboncoin agit comme un moteur de recherche : les personnes se rendent en premier lieu sur Leboncoin avant de lancer leurs recherches. Je précise que les voyageurs dans le cadre de la location saisonnière sont des Français. Ce sont beaucoup de visites de dernière minute, quinze jours ou un mois avant le départ. Pour les hébergeurs, c'est donc une aubaine de pouvoir référencer les logements sur la plateforme. Mon rôle, en tant que Responsable des partenariats, est de mettre en avant les labels (tourisme et handicap, tourisme de qualité, tourisme à vélo), l'objectif étant que les personnes qui accèdent au site puissent avoir accès aux offres disponibles qui correspondent à ces labels.

Brice DUTHION

Quel est le stock d'hébergement touristique disponible en France sur Leboncoin ?

Julien CORDIER

Leboncoin appartient au groupe Adevinta, leader mondial de la petite annonce. Un Français sur deux se connecte tous les mois sur Leboncoin. Ce site est fait pour les particuliers, mais, depuis quelques années, nous y intégrons les professionnels de la gestion locative. En termes de vacances, nous avons 420 000 annonces en ligne en permanence. La grande majorité sont des particuliers, mais nous avons de plus en plus de professionnels.

Brice DUTHION

Le propriétaire d'un hôtel peut-il mettre des stocks de chambres sur Leboncoin ? Des loueurs d'hébergements professionnels peuvent-ils également faire appel à toi ?

Julien CORDIER

En effet : nous travaillons avec de nombreux réseaux de campings, de conciergeries et de particuliers professionnels. Quant aux particuliers, nous les éduquons aux normes de l'hôtellerie : accueillir des personnes en situation de handicap, parler des activités à faire autour de l'hébergement, etc.

Brice DUTHION

Cela représente plus de 3 millions de visiteurs tous les mois, spécialement fléchés sur les locations saisonnières. Vous avez donc une capacité à bien comprendre le parcours du visiteur et à analyser les mots-clés, les requêtes et les critères de sélection. Il s'agit d'un élément intéressant pour bien comprendre les attentes des consommateurs et ce qu'ils attendent quand ils se connectent sur cette plateforme en matière de qualité d'hébergement. S'intéressent-ils davantage à l'hébergement en tant que tel ou à l'environnement de l'hébergement ?

Julien CORDIER

Nous avons en effet un moteur de recherche qui permet de disposer de toutes les informations sur les recherches des Français. Nous avons également un observatoire, que j'aimerais mettre à disposition des élus et que nous pourrions vous envoyer. En ce qui concerne les critères de sélection des hébergements, nous avons un panel de 10 000 personnes que nous interrogeons pour comprendre leurs choix. Il s'avère que le premier critère est le paysage, et donc la vue depuis l'hébergement. Ce critère est très influencé par les réseaux sociaux, qui jouent un rôle primordial sur le choix de l'hébergement. La qualité de l'hébergement n'arrive qu'en troisième position. Quant au deuxième critère, il concerne les activités de plein air autour de l'hébergement.

Brice DUTHION

À quoi sert concrètement votre observatoire ?

Julien CORDIER

Il permet de donner un état du stock par région : combien de lits sont disponibles ? Combien sont occupés ? L'observatoire permet d'effectuer des recherches sur des périodes précises, notamment si vous avez un événement dans votre région. Pour la Coupe du Monde de Rugby 2023, nous avons 7 500 annonces vacances dans les villes de compétition, soit une augmentation de 13 % des offres d'hébergement mises en ligne sur le site par rapport à l'année précédente à la même période. Nous avons enregistré 14 000 recherches de séjours dans les villes de compétition.

Brice DUTHION

Qu'en est-il des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 ? Constatez-vous un fort recours à ces hébergements touristiques, au regard notamment des tarifs parfois un peu démentiels de quelques hôtels en région parisienne ?

Julien CORDIER

Il est vrai qu'on a pu observer, sur toute la période, un engouement pour le tarif à la nuitée. On parlait à un moment de 1 000 euros la nuit dans les appartements parisiens et dans les hôtels. Force est de constater une désillusion de nombre d'hébergeurs qui s'attendaient à voir énormément d'étrangers pendant les JOP : or, il s'avère qu'environ 25 % d'étrangers prendront

leur hébergement à Paris. Ces étrangers ont pris leurs hébergements entre septembre et octobre : elles ont donc déjà trouvé un hébergement, et le prix ne va pas aller à la hausse jusqu'au dernier moment. En définitive, les prix ont progressé de 40 %, alors qu'il avait été envisagé initialement une hausse de 300 %.

Brice DUTHION

Il existe également de petits événements à l'échelle des territoires, notamment des territoires ruraux. Analysez-vous l'impact de ces événements sur le nombre de locations, sur la tarification, sur ce qu'attendent ces visiteurs ? Avez-vous également des données sur l'origine de ceux qui viennent participer à ces événements ?

Julien CORDIER

En effet : le but de l'observatoire est de donner toutes ces données sur les personnes qui viennent sur le site : on sait d'où ils viennent, ce qu'ils recherchent, où ils habitent, où ils vont en vacances. Telles sont les données que nous aimerions mettre à votre disposition.

Brice DUTHION

Comment un élu intéressé par cet observatoire peut-il y recourir ? Est-ce gratuit ?

Julien CORDIER

L'observatoire est gratuit : il était mis initialement à la disposition des professionnels de la courte durée, mais nous l'avons mis en open source, gratuitement, sur un lien non référencé.

Brice DUTHION

Quand cela sera-t-il mis à disposition du grand public ?

Julien CORDIER

À partir de septembre, vous y aurez tous accès, et vous pourrez formuler des demandes spéciales. En attendant, si vous avez des besoins particuliers de données relatives à la fréquentation ou aux mots-clés utilisés dans votre région, n'hésitez pas à me solliciter : je serai ravi de vous les envoyer de façon individuelle.

Brice DUTHION

Merci, Julien, pour cette présentation tout à fait intéressante.

Nous allons finir l'après-midi avec Paul-Antoine MAURASIN. On a beaucoup parlé du foncier, de l'impossibilité de bâtir de nouveaux programmes immobiliers, notamment dans les stations touristiques. Depuis quelques années, Vinci promeut les sujets de transformation d'activités existantes : pourquoi ? Est-ce pour vous le fruit d'une analyse d'une nécessité financière ou environnementale des territoires ? Comment êtes-vous arrivés à fournir une telle solution aux territoires ?

Paul-Antoine MAURASIN

Merci de l'invitation. Vinci Immobilier est une filiale du Groupe Vinci. Nous sommes le promoteur du Groupe, et nous avons la particularité d'avoir un pôle dédié à l'hôtellerie. Depuis le début des années 2000, nous avons plus de 150 projets à notre actif, ce qui nous permet d'être le promoteur référent sur le sujet. Pour rebondir sur ta question, 70 % de nos projets sont aujourd'hui la mise en œuvre d'une transformation d'actifs existants, principalement

d'immeubles de bureaux dans les zones métropolitaines, mais pas seulement : nous reconvertissons d'anciens hôpitaux, d'anciennes chapelles, pour en faire des résidences hôtelières ou des hôtels. Nous sommes capables de trouver des alternatives à des immeubles désuets, qui n'ont plus de vie, qui ne trouvent plus preneur. Cela répond en effet à une nécessité financière : le propriétaire d'un immeuble qui n'a plus de vie est soumis néanmoins à des frais d'entretien, sans compter qu'un bâtiment vide peut déshumaniser un quartier. Or, l'hôtellerie peut redonner vie à un quartier. En ce qui concerne les sujets environnementaux, Vinci Immobilier a été le premier promoteur français à inscrire le ZAN pour 2030, alors que la loi la demande pour 2050. Le ZAN suppose un principe d'équilibre : si on artificialise un projet, il convient d'en désartificialiser un autre. Il s'agit d'un projet global sur l'ensemble de nos vingt agences en France. Le ZAN répond au sujet de l'étalement urbain et à des engagements environnementaux avec la nécessité d'utiliser des produits biosourcés dans les réhabilitations.

Brice DUTHION

La transformation passe soit par la réhabilitation, soit par la rénovation. Quel modèle fonctionne le mieux aujourd'hui sur le plan économique ?

Paul-Antoine MAURASIN

La rénovation est un projet plus simple, conduisant à refaire les peintures, les moquettes, et à monter ou baisser en gamme pour répondre à un marché. La réhabilitation suppose des travaux plus lourds. Réhabiliter est 1,5 fois plus cher que la construction classique : il faut donc que cela réponde à un projet économique.

Brice DUTHION

Quelles sont les différentes étapes d'un bon projet de rénovation ? Quel est le bon modèle économique pour arriver à une rénovation pertinente ?

Paul-Antoine MAURASIN

Un hôtel est une entreprise, ce qui implique de disposer d'un bon chiffre d'affaires, d'un bon résultat brut d'exploitation, et donc d'une capacité à rembourser l'emprunt pour pouvoir payer le futur hôtel. La première étape est de faire des études, notamment pour savoir si l'immeuble est pollué : nous aimons bien les immeubles pollués, car cela permet de rentrer dans le cadre du ZAN. Des études de structure doivent également être menées pour savoir si la nouvelle structure aura la capacité d'accueillir un hôtel. Lorsque ces études ressortent positives, il s'agit de signer un projet entre les parties prenantes, sachant que, entre le jour où on nous contacte et le jour où on ouvre les portes au public, il se passe cinq à six ans en moyenne.

Brice DUTHION

C'est la durée d'un mandat municipal. C'est donc un peu trop long, car un élu aime bien voir la réalisation d'un projet qu'il a lancé. Auriez-vous des exemples qui pourraient mobiliser l'attention des élus ? Avez-vous accompagné des projets dans des espaces ruraux ?

Paul-Antoine MAURASIN

Les consommations touristiques changent. Grâce notamment au télétravail, il est courant de partir aujourd'hui pour des week-ends de trois jours. Nous accompagnons de plus en plus de stations bannières qui sont confrontées à la raréfaction de l'offre avec le développement d'Airbnb. L'exemple le plus probant est le projet de Pen-Bron, en Loire-Atlantique. Il s'agit d'un ancien hôpital, situé sur une presqu'île, qui était à l'abandon depuis une dizaine d'années et

que nous allons complètement transformer. Nous allons rénover le patrimoine et revégétaliser. C'est un projet de 12 000 mètres carrés.

Brice DUTHION

Merci.

Je vous propose de prendre le temps pour quelques questions.

De la salle

Je reviens sur le sujet de l'attractivité, avec le problème des ordures ménagères et le problème du parking. En ce qui concerne le parking, il me semble nécessaire d'être extrêmement prudent pour faire payer des parkings quand on n'a pas la possibilité d'accueillir tout le monde, sous peine de donner un sentiment de racket pour les personnes, les saisonniers ou même les habitants. On peut effectivement se permettre de faire payer les parkings les mieux placés, à partir du moment où il y a de la place pour tout le monde.

En ce qui concerne les ordures ménagères, je pense qu'un service qui ne rend pas service n'est pas un service. Parfois, le système de ramassage n'est pas un service que l'on rend, en particulier aux résidences secondaires ou aux gens qui ne viennent que pour quelques jours et qui, compte tenu de leurs contraintes particulières, ne s'intégreront pas dans cette démarche.

Le dernier sujet concerne la problématique des lits froids, qui est particulièrement importante, mais contre laquelle il est difficile de lutter.

Brice DUTHION

En ce qui concerne le « racket », nous parlerons demain des sujets de fiscalité. Sur la question du stationnement, des communes ont lancé le stationnement dynamique, avec des tarifications différenciées. Quant aux déchets, j'ai beaucoup contribué à Fontainebleau, où j'étais élu, à la recherche du dépôt d'ordures sauvages : aujourd'hui, le sujet est un sujet d'éducation. En Suisse, cela fonctionne très bien, ce qui signifie qu'il existe un autre rapport à la nature et à l'environnement, mais également un autre rapport à la responsabilité. Ce sujet relève de l'éducation, notamment dans le cercle familial. On voit bien, sans polémiquer, qu'une certaine forme de marasme politique vient également de ce manque d'éducation et de la dilution de l'autorité sous ses différentes formes.

Sylvain CHARLOT

Je travaille pour Atout France, et je tenais à réagir sur les problématiques de lits froids et de dimensionnements. Il me semble qu'il reste aujourd'hui beaucoup de travail à mener sur l'analyse du besoin : le terme de « lits froids » est un vocable que nous entendons à éradiquer, car il donne le sentiment que ce sont des lits qui ne sont pas commercialisés, alors qu'ils peuvent être occupés. L'objectif est donc d'être en mesure de voir comment se font les occupations, semaine par semaine, pour savoir qui contribue à quoi. C'est un travail que nous avons engagé, en particulier sur la montagne, afin de mesurer les segmentations semaine par semaine, et de les mettre en relation avec la capacité d'accueil touristique. En effet, si tous les lits étaient remplis, on ferait face à quelques difficultés. De nombreuses stations sont mobilisées sur ce sujet : nous accompagnons 25 destinations aujourd'hui, et nous travaillons sur des outils permettant d'améliorer la connaissance du stock d'hébergements et de leur utilisation.

Brice DUTHION

Vous travaillez depuis quelques années à la constitution de données publiques avec France Tourisme Observation. Ces données seront-elles mises à la disposition des territoires ?

Sylvain CHARLOT

France Tourisme Observation est sur une autre échelle de lecture. Dans mon intervention précédente, je parlais d'un observatoire à l'échelle qui peut être infra-communale, avec de la donnée géoréférencée. Il est ainsi possible d'isoler un secteur sur une commune et de disposer du décryptage de la composition des hébergements par typologie. Il s'agit d'aller vers la télédéclaration avec délivrance d'un numéro d'enregistrement, qui serait obligatoire sur toutes les plateformes de commercialisation : cela suppose d'avoir une qualification assez précise de ce qui est commercialisé, notamment sur les résidences secondaires.

Brice DUTHION

Cela donnerait une petite étape administrative supplémentaire : voilà de quoi réjouir un certain nombre de personnes dans la salle.

De la salle

Je représente l'Ordre des architectes Auvergne-Rhône-Alpes. On a beaucoup parlé aujourd'hui de qualité paysagère, de qualité d'environnement et de problématiques de logement. Je rappelle que la qualité du bâti est également à prendre en compte : un architecte peut intervenir en amont pour vous aider à concevoir vos projets et à vous projeter, en tenant notamment compte des problématiques liées à la loi ZAN. Nous sommes là pour vous aider, car nous sommes formés pour répondre à ces sujets.

Brice DUTHION

Cela préfigure le futur partenariat entre l'ANETT et l'Ordre National des Architectes.

Olivier, je te donne la parole pour la dernière intervention, avant de conclure.

Olivier PETIT

Paul-Antoine, on parle beaucoup de nouveaux concepts. On parle d'hybridation sur les produits comme les hostels, on parle beaucoup de lifestyle. Dans les stations de montagne et les stations littorales, ces produits sont-ils en mesure de s'implanter facilement ?

Paul-Antoine MAURASIN

Une enseigne lifestyle a la capacité de faire venir une clientèle jeune, qui a de l'argent et qui dépense, à condition de répondre à ses attentes. On a assisté à une montée en puissance des hostels entre 2015 et 2018. Aujourd'hui, on constate davantage de réticences. Je rappelle que la montagne coûte très cher : cela suppose de savoir capter une clientèle capable de payer en basse saison 200 euros la nuit, et entre 400 et 800 euros en haute saison. Aller chercher cette clientèle suppose d'avoir une enseigne haut de gamme. Avec le réchauffement climatique, de plus en plus d'enseignes et d'investisseurs ne regardent que les stations qui permettent de skier à partir de 2 500 mètres. Mais il faut aussi savoir créer une destination, car il n'y a pas que le ski. La montagne peut vivre quatre saisons, et il nous appartient de repérer ce qui se fait dans d'autres pays, notamment aux États-Unis, en Suisse et en Autriche, qui sont très forts en la matière.



Brice DUTHION

Merci, Paul-Antoine.

Il est temps de conclure. Merci à toutes et à tous pour votre participation. Merci pour la qualité de vos questions. Je ne vais pas faire une synthèse des différents éléments abordés aujourd'hui, mais vous avez bien compris que réfléchir à l'attractivité d'une destination, c'est réfléchir à tous les éléments constitutifs du tourisme. On y reviendra également demain. Je laisse donc la parole à Géraldine, pour annoncer le programme de demain.

Géraldine LEDUC

Tout d'abord, je voudrais remercier Brice et tous ceux qui nous ont accueillis, mais également tous les intervenants de la matinée et de l'après-midi. À l'origine, nous avions prévu un discours du ministre KASBARIAN, mais les agendas ont été très perturbés.

Nous avons eu une journée très riche : effectivement, sans les hébergements touristiques, on ne peut pas accueillir les touristes. Il était important de rappeler que vous avez en la matière des besoins très différents, ce qui impose de concilier l'accueil des touristes et l'accueil des populations locales. Le sujet des logements vacants est difficile à traiter lorsqu'il concerne des particuliers qui n'ont pas forcément envie de louer. Il existe également un enjeu consistant à rendre la location à l'année intéressante : pour un propriétaire, il est souvent plus facile et beaucoup plus rentable de louer à la semaine. Ces questions ont été abordées cet hiver avec les différents ministres en charge de ces sujets.

Je voudrais tous vous remercier.

Brice DUTHION

Demain, nous parlerons notamment de fiscalité, de taxes de séjour, en essayant d'aller au fond du sujet avec le regret, bien entendu, que l'ensemble des dispositifs réglementaires ne soient pas allés jusqu'au bout en raison de la récente dissolution.

Merci à toutes et à tous. Bonne soirée et à demain.

TABLE-RONDE

Face à la raréfaction des ressources, comment adapter nos modèles touristiques pour accueillir des événements ?

Modératrice :

Edith GUEUGNEAU, Maire de Bourbon-Lancy (71), Coprésidente de la Commission Tourisme Durable de l'ANETT

Témoins :

Gérald MARTINEZ, Maire de Saint-Léger-les-Mélèzes (05), Coprésident de la Commission Tourisme Durable de l'ANETT

Édith GUEUGNEAU

Bonjour à tous. Je suis ravie de vous retrouver sur un sujet important, en l'occurrence la raréfaction des ressources. Je suis Édith GUEUGNEAU, maire de Bourbon-Lancy en Saône-et-Loire. Je suis ancienne députée, et je suis vice-présidente de la communauté de communes entre Arroux, Loire et Somme et membre de l'AMF. Je suis ravie d'être ici, et je voudrais vraiment remercier l'ANETT, son Président et tout le personnel, qui nous offrent l'occasion d'échanger et de travailler au sein des commissions, notamment avec Gérald, que je laisse se présenter.

Gérald MARTINEZ

Bonjour à tous. Je suis Gérald Martinez, maire de Saint-Léger-les-Mélèzes et vice-président de la communauté de communes du Champsaur-Valgaudemar, dans les Hautes-Alpes, chargé de l'environnement. Les sujets que nous allons aborder aujourd'hui sont des sujets délicats, que nous avons à appréhender pratiquement tous les jours.

Édith GUEUGNEAU

Je tiens à saluer tous les territoires, qu'ils soient du littoral, de la montagne ou de l'intérieur. Je voulais vous dire également que tous nos territoires touristiques et toutes les communes sont engagés depuis de nombreuses années sur des actions en faveur du tourisme durable, et ce sur trois piliers : l'énergie, les déchets et l'eau. Je tiens tout d'abord à vous présenter un point sur les travaux de notre commission : nous avons travaillé l'année dernière sur les déchets et sur l'énergie. Cette année, notre travail a porté principalement sur l'eau.

Je tiens à revenir sur les travaux que nous avons menés sur le sujet déchets : en effet, nous sommes tous confrontés aujourd'hui à l'enjeu de réduction des déchets. Même si une loi a été votée pour une application au 1^{er} janvier 2024, les collectivités ont dû se saisir de ce sujet pour apporter une réponse à nos concitoyens : même si les déchets, en général, sont gérés par les communautés de communes, en réalité, c'est toujours le maire de la commune qui est en responsabilité. Je ne connais pas la situation de vos territoires, mais force est de constater que les composteurs individuels font aujourd'hui face à des ruptures de stock, ce qui empêche les fournisseurs d'honorer les commandes. En ce qui concerne les composteurs collectifs, j'en ai installé quatre dans ma ville, qui compte 5 000 habitants, et nous nous efforçons de faire de la pédagogie avec les habitants pour les inviter à participer, dans la mesure où l'engagement du

citoyen est essentiel pour la réussite de ces démarches. Nous y reviendrons plus tard : nous savons que des éco-organismes ont un rôle à jouer en la matière, et il convient d'expliquer de quelle façon ces éco-organismes interviennent aujourd'hui sur nos territoires, et de quelle façon nous travaillons aujourd'hui avec les applications. Je tiens par ailleurs à rappeler que, lorsque vous êtes dans une communauté de communes, la réactivité est parfois beaucoup trop longue, alors que les communes touristiques ont besoin d'agir vite et d'être réactives : souvent, la communauté de communes n'a pas cette orientation. Ainsi, j'attends depuis trois ans une décision pour des conteneurs semi-enterrés, ce qui est très long. Il est donc nécessaire que, dans les territoires, les élus qui portent les compétences soient très volontaires, car le tourisme n'attend pas : il convient de pouvoir apporter du qualitatif et une réponse.

Dans le cadre de notre commission, nous avons par ailleurs demandé une homogénéisation des consignes de tri : en effet, les touristes viennent de toutes les régions de France, et les consignes ne sont jamais les mêmes, ce qui explique que nos concitoyens s'y perdent.

En ce qui concerne les travaux de la commission sur l'eau, nous nous sommes réunis en visio en début d'année. Ces réunions en visio réunissent toujours beaucoup de monde, ce qui permet d'échanger. Un certain nombre de constats ont été faits à cette occasion, et certains combats doivent aujourd'hui être évoqués, notamment les nouveaux polluants, la montée en puissance des enjeux climatiques, la sécheresse et les inondations, mais également les équations financières : en effet, aujourd'hui, nous avons des besoins à satisfaire et des engagements sur les réseaux. Certes, la compétence eau et assainissement n'est pas encore partie dans les communautés de communes, mais je pars du principe qu'il y a plus d'efficacité à gérer seul ce sujet que lorsqu'on y travaille dans le cadre d'une communauté de communes qui peut rassembler 30 communes toutes différentes. On sait qu'il existe un mur d'investissements à financer et, aujourd'hui, les communes sont organisées avec un schéma tant sur l'eau que sur l'assainissement, avec une feuille de route et un budget annuel, ce qui permet de savoir où l'on va. De fait, je considère que la compétence qui part à la communauté de communes sera un frein pour l'avancée des travaux.

Je ne serai pas plus longue. Je vais laisser la parole à Gérald MARTINEZ, le thème de cet atelier portant sur l'eau et l'énergie.

Gérald MARTINEZ

On va ouvrir la porte au débat, car vous êtes présents aujourd'hui pour participer. Parler de l'événementiel et de l'eau, cela revient à s'interroger sur les ressources en eau et sur la façon d'organiser ce type d'évènements afin d'être en mesure d'alimenter en eau nos communes lorsqu'on reçoit un afflux de population. En règle générale, dans les communes touristiques, on dispose souvent d'une infrastructure qui permet d'absorber les pics. Comme nous l'avons rappelé tout au long de ces deux jours, en règle générale, on essaie d'organiser les événements lors des périodes calmes. Il n'empêche que, en ce qui concerne l'eau et l'assainissement, il est nécessaire d'être en mesure de gérer cette logistique. J'ai aujourd'hui l'impression que nous sommes dans une véritable politique de la peur : de temps en temps, on nous dit qu'il n'y a plus d'eau, et il est vrai qu'il existe quelques communes en France qui rencontrent des problèmes d'alimentation en eau potable, ce qui est problématique. Ces communes sont souvent alimentées par des sources avec de petits réservoirs. Il s'agit là d'un sujet qui est relativement important, car il est nécessaire de disposer d'une capacité de stockage qui soit suffisamment conséquente pour pouvoir absorber les pics de population. En parallèle, il existe un certain nombre de services ou autres dont le rôle est de nous apporter une logistique et un accompagnement pour nous aider à mieux gérer et à mieux apporter ce service à la population. Cependant, force est de constater que cela génère plus de contraintes qu'un

accompagnement intelligent ou adapté à nos territoires. En effet, en travaillant en synergie avec les associations d'élus, nous avons pu constater que chaque territoire est complètement différent et n'a pas du tout les mêmes problèmes avec l'eau.

Pour illustrer ce point, je vais prendre un cas que je connais très bien. Je suis d'origine marseillaise et, quand je suis monté dans les Alpes étant enfant, on trouvait de l'eau partout, alors que quand on était en bas, à Aubagne, personne ne laissait un robinet ouvert, et on n'était pas très conciliant avec les enfants qui jouaient avec l'eau. En revanche, quand on arrivait dans les Hautes-Alpes, on trouvait de l'eau partout, avec notamment de nombreuses fontaines. La Provence et les Bouches-du-Rhône ont eu la chance d'avoir le canal de Provence et les grands barrages qui se trouvent sur la Durance et, de l'autre côté, sur le lac de Sainte-Croix. Je crois que, à un moment donné, des gens se sont posé les bonnes questions au bon moment, et ont trouvé des solutions pérennes pour que les personnes puissent, tout au long de l'année, de manière régulière, avoir suffisamment d'eau pour l'agriculture, pour l'arrosage, et pour apporter de l'eau potable de manière continue et sécurisée à la population.

Tels sont les éléments sur lesquels j'aimerais que nous puissions discuter ensemble, afin de comprendre quelle est votre vision des problèmes que l'on rencontre sur l'entretien des réseaux et sur les capacités. Je ne sais si les maires ou les élus qui sont présents ont eu la possibilité d'accéder au rapport qui a été établi par les EPCI, l'État et les gestionnaires de l'eau au niveau national : je vous invite à vous rendre sur le site de l'AMF et à lire ce rapport.

Certains d'entre vous souhaitent-ils intervenir ?

Christine MAXIMIN

Bonjour. Je suis maire d'une petite commune dans les Hautes-Alpes, Baratier, qui se situe au bord du lac de Serre-Ponçon. Par ailleurs, je suis sénatrice suppléante de Jean-Michel Arnaud, sénateur des Hautes-Alpes, qui a d'ailleurs présenté une proposition de loi sur la gestion de l'eau et de l'assainissement, relative à la compétence qui, normalement, sera dévolue à partir du 1^{er} janvier 2026 aux communautés de communes. Cette proposition de loi vise à permettre le libre choix des communes pour remonter cette compétence aux communautés de communes si elles le souhaitent, ou pour la conserver au niveau communal. Jean-Michel ARNAUD a fait énormément de lobbying, tant auprès du Sénat qu'au niveau de l'Assemblée Nationale et du Gouvernement, pour faire en sorte que sa PPL soit bien présentée : elle devait ainsi être présentée le 13 juin après-midi au Sénat, tandis que, le matin, un projet de loi devait être présenté à l'Assemblée Nationale par le groupe Liot, avec le sénateur Jean-Yves ROUX. Le but est vraiment de se battre pour que les communes aient la liberté totale de choisir ce qu'elles veulent. Aujourd'hui, on en est au statu quo, dans la mesure où vous savez bien que tout a été arrêté.

Je voulais vous donner l'exemple de ma commune et de mon territoire. Aujourd'hui, nous sommes six communes dans un SIVU de l'eau. Ma commune a adhéré la première, en 2014. Jusqu'à fin 2023, le prix de l'eau était de 30 % inférieur à ce qu'il était avant 2014. En effet, tout a été mutualisé, et nous avons fait en sorte que nos réseaux soient maillés entre les communes pour faire face aux problématiques de raréfaction de l'eau. En cas de difficultés ou d'incidents survenant sur nos réseaux, la régie a pour rôle de s'en charger, avec les techniciens qui ont été embauchés. Le SIVU ne fait pas du tout appel aux entreprises, mais à ses propres employés et agents, qui connaissent parfaitement le terrain. Aujourd'hui, nous n'avons donc aucun problème. En revanche, il est important de noter que, à l'intérieur de ce SIVU, c'est nous, les élus, qui décidons. Il s'agit véritablement d'un pot commun et, en fonction des priorités, les travaux répondront à ces priorités et seront donc consacrés à telle ou telle commune. Tel est le message que je voulais faire passer, avec cette solidarité qui peut exister entre les communes qui s'organisent. Si vous avez l'occasion de discuter entre vous, avec plusieurs

communes, pour établir la meilleure façon de vous organiser, c'est toujours une bonne chose. Cela se rapproche du sujet de la solidarité entre l'amont et l'aval : nous, en montagne, on donne l'eau pour l'aval, mais on s'aperçoit bien souvent que, au niveau de l'aval, il n'y a pas de remontée de solidarité. La fameuse taxe GEMAPI n'est pas instaurée en bas, dans les territoires du Sud, alors que nous l'avons instaurée, car nous devons traiter nos problèmes de risques d'intempéries, et de protection de nos rivières et de nos torrents de montagne. Je prône donc une véritable solidarité et une mutualisation de tous nos moyens pour permettre à la fois l'alimentation en eau potable de tous et la prise en charge du problème de l'assainissement, ainsi que la prévention des risques, qui sont vraiment très importants aujourd'hui, et vis-à-vis desquels nous devons être prêts.

Édith GUEUGNEAU

Merci beaucoup pour ce témoignage. Nous sommes très heureux de cette proposition de loi, mais cela signifie qu'il n'existe pas d'échéancier à ce jour, compte tenu de l'actualité. Mais peut-être que ce travail ne restera pas infructueux.

Je vous propose à présent de faire intervenir la société Enedis, représentée par Christophe REINERT.

Christophe REINERT

Bonjour. Je suis Directeur territorial Enedis sur la Savoie et la Haute-Savoie. Je suis très heureux de pouvoir échanger avec vous. Ce sujet est d'autant plus important pour nous que les réseaux de distribution d'électricité sont la propriété des communes, qui nous en confient la gestion. Il existe un sujet spécifique pour adapter nos pratiques à des contextes de communes de tourisme important. Nous avons voulu, dans un contexte un peu morose, mettre en valeur des éléments plus positifs, et je commencerai par le sujet de la décarbonation de l'évènementiel et de la manière dont Enedis y contribue, à l'appui des communes, des collectivités territoriales et des organisateurs d'évènements.

Je commencerai mon intervention avec un message sécurité, comme je le fais de façon systématique en interne et à l'externe, et je le fais avec d'autant plus de conviction et de gravité que nous avons appris ce matin le décès d'un technicien prestataire qui intervenait sur un poste source en Aquitaine. Il s'agit d'un métier qui est fortement exposé. La question de la sécurité est fondamentale, tant pour nous que pour les citoyens et pour les clients. Cette nuit, en Savoie, en Isère et en Haute-Savoie, nous avons connu un épisode venteux très important, qui a conduit à la coupure de plus de 8 000 clients. Cela concerne essentiellement des chutes d'arbres, ce qui nous conduit à appeler à beaucoup de prudence pour ne jamais être en contact avec les fils tombés à terre et à nous prévenir au centre d'appel dépannage. Cette actualité renvoie à la question de l'évolution climatique, et nous travaillons constamment à renforcer nos processus de gestion de crise en lien avec les communes, car elles sont également en première ligne sur ces sujets.

J'entre maintenant dans le vif du sujet. 2024 sera une étape dans la gestion de l'évènementiel. Avant 2024 en effet, l'essentiel des évènements culturels et sportifs utilisaient des groupes électrogènes pour s'alimenter en électricité. Un match de foot à Geoffroy-Guichard ou au Stade de France représente entre 4 000 et 7 000 litres de fioul consommés, avec des groupes qui fonctionnent en principal, le réseau étant en secours. Il y a cinq ans, nous nous sommes lancés un défi extrêmement important, consistant à profiter des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 pour alimenter tous les sites olympiques, donc plus d'une centaine de sites, en principal sur le réseau. Cela a conduit à générer plus de 8 000 chantiers. Ces sujets ont permis d'essayer et de faire des expérimentations en avance de phase. Le principe est assez simple : cela consiste à mettre à disposition le courant via un

réseau qui peut être en basse tension ou en haute tension, à proximité des sites qui accueillent des événements exceptionnels. Les Jeux Olympiques ont été alimentés par l'expérience de deux événements qui ont été réalisés et accompagnés en avance de phase sur le territoire de la Savoie et de la Haute-Savoie. Le premier, en 2023, concerne les Championnats du Monde de Ski à Courchevel-Méribel : au travers des branchements que nous avons réalisés, nous avons évité l'utilisation d'une trentaine de groupes électrogènes. Il restait en alimentation principale les centres médias, pour lesquels les exigences en matière de qualité expliquent qu'il soit difficile de fonctionner en direct sur le réseau. Quant au festival Musilac, qui rassemble plus de 25 000 spectateurs chaque soir à Aix-les-Bains, 14 groupes électrogènes ont été évités, et nous prolongeons l'expérience cette année, dans le cadre d'un partenariat que nous avons engagé sur deux ans.

Le modèle est très simple : passer sur l'alimentation réseau conduit à une réduction de 90 % des émissions de carbone. En effet, nous avons l'avantage en France d'avoir un mix carbone très favorable, entre 4 et 10 grammes par kilowattheure en fonction des années. Ce mix est donc extrêmement favorable, et vous constatez l'effet levier immédiat du choix de s'appuyer sur le réseau.

Par ailleurs, nous avons été amenés, avec les équipementiers, à développer des solutions spécifiques qui permettent d'intégrer les bornes d'alimentation dans l'environnement des communes. Cela concerne en premier lieu les chambres HTA, qui permettent, via un coffret béton, d'amener des câbles pour les événements qui mobilisent de la forte puissance. C'est le cas de Musilac, avec 3 000 kilowatts de puissance à amener : pendant l'évènement, on met en place des postes-cabines qui permettent d'alimenter l'ensemble des équipements. La deuxième solution concerne des bornes escamotables, qui ne se voient pas dans l'environnement et qui se rétractent par un système de pistons permettant leur mise en place en situation d'évènement.

Nous travaillons depuis deux mois sur l'électrification de ce magnifique site du Pâquier, dont l'importance symbolique est très forte. Décision a été prise d'étendre le réseau électrique, à la fois sur de la basse tension et sur de la haute tension, pour alimenter des flottes de bateaux, avec des loueurs qui auront l'obligation de progressivement passer leur flotte à plus de 30 % de bateaux électriques, et pour mettre à disposition la chambre HTA et une borne escamotable. Ce chantier a été réalisé en techniques « bas carbone » : nous avons essayé de réutiliser au maximum les terres excavées : cela représente 20 % des émissions carbone liées à un chantier. Plus de 50 % des terres excavées ont ainsi été réutilisées. En ce qui concerne l'utilisation d'engins électriques, l'apport ne porte pas tant sur le carbone que sur le confort : le chantier a été réalisé alors que le site accueillait des manifestations, notamment le marathon d'Annecy. Il s'agit d'un exemple dont nous sommes très fiers, avec des bénéfices très importants pendant et après livraison du chantier.

Le deuxième exemple concerne le passage de la flamme olympique à Chamonix : nous avons profité de l'évènement aussi pour installer une borne escamotable. Cette borne pivote sur des vérins, ce qui lui permet d'être opérationnelle à la verticale pour raccorder des câbles basse tension. En situation d'attente, elle est enterrée au droit de la chaussée. Deux bornes ont été installées. Ces bornes bénéficient actuellement d'un financement par l'ADEME au titre des bénéfiques. En termes de modèle économique, il convient de regarder le nombre de manifestations que vous seriez amenés à accueillir. Le Pâquier accueille ainsi plus d'une trentaine de manifestations chaque année. Chamonix est également un lieu qui a vocation à accueillir des événements, notamment sportifs.

Si vous souhaitez mettre en place ces solutions, je vous invite à contacter les interlocuteurs privilégiés. Vous savez qu'Enedis est très fier d'avoir un réseau d'interlocuteurs privilégiés dotés d'un numéro de téléphone que connaissent tous les maires de France. Ils sont très utiles en

situation de crise, mais également pour travailler en proximité sur des questions d'accompagnement de la transition écologique.

Je vous remercie pour votre attention.

Gérald MARTINEZ

J'aimerais qu'on revienne sur ce qu'Enedis peut mettre en place pour la clientèle touristique. En ce qui concerne l'électricité, j'ai du mal à imaginer qu'on puisse enterrer de tels groupes, notamment en cas de neige. Je suis toujours sceptique s'agissant des projets visant à enterrer de l'électricité, nonobstant la dimension esthétique.

Christophe REINERT

C'est une excellente remarque. Une étude est faite au préalable pour s'assurer que cela ne pose pas de problème. En l'occurrence, pour Annecy, il existe un risque inondation constant. Les installations sont résilientes et robustes à ce risque. Nous avons confirmé avec les services techniques de la mairie que c'était l'option la plus pertinente. Mais, je suis d'accord avec vous, ce n'est pas toujours le cas. De fait, nous proposons également des bornes non escamotables.

Didier GILLET

Bonjour, je suis maire de Montbrun-les-Bains, petit village de la Drôme, au pied du mont Ventoux. J'aimerais comprendre pourquoi, quand on met un fourreau, on ne peut pas passer d'autres câbles que le vôtre. Récemment, en haut du village, nous avons installé un réservoir qui nous permet de desservir la population par gravité, ainsi qu'une réserve sécuritaire pour les incendies. Le premier fourreau a été installé par Enedis et, pour installer le téléphone, il a fallu mettre un second fourreau, ce qui double les coûts. Pour quelle raison ne souhaitez-vous pas qu'il y ait d'autres câbles que le vôtre dans ce fourreau ?

Christophe REINERT

La première réponse concerne le prescrit : nous ne le déterminons pas de façon autonome, et il est discuté de façon systématique au niveau national avec des instances de validation d'accréditation. La question des fourreaux est complexe, car le système actuel nous conduit à installer pour des demandes de raccordement qui sont avérées. Dans le mécanisme de régulation actuel, il n'est pas prévu de poser des fourreaux en anticipation de besoins de raccordements futurs. Nous avons conscience de cette difficulté. Aussi, sur mon périmètre, j'invite les communes à se concerter au maximum pour procéder à ces installations avec discernement dans les zones où l'on anticipe fortement une densification des permis de construire. Il s'agit donc d'un problème de régulation et de financement.

Le sujet de la coordination pollue tous nos échanges, et j'espère que nous arriverons progressivement à trouver des solutions plus pertinentes, notamment avec le développement d'un certain nombre d'outils et une plus grande concertation. On le fait aujourd'hui sur les grosses zones d'aménagement : nous avons mis en place des systèmes de conventionnement qui permettent de jalonner les étapes et de clarifier les organisations de part et d'autre. De notre côté, il est nécessaire que nous ayons sur les zones d'aménagement un chargé d'affaires qui suive l'ensemble des demandes de raccordement pour pouvoir apporter de la visibilité et de la prospective. Cela signifie que, en retour, nous devons avoir des engagements fermes, alors qu'ils ne sont pas toujours très simples à obtenir.

Je vous propose à présent de passer au deuxième sujet, qui concerne un autre domaine, en l'occurrence la valorisation des solutions qui commencent à se développer et qui s'appuient

sur les données que permet de fournir l'infrastructure Linky, le compteur communicant. En France, ce compteur est aujourd'hui déployé à 95 %, avec 35 millions de compteurs. Il s'agit d'un projet majeur, qui a été bien conduit sur le plan industriel, dans la mesure où il n'a pas généré de dépassement de coûts, ce qui est assez rare sur un projet qui s'écoule sur dix ans. Il s'agit d'un actif extrêmement important dans le cadre de la transition écologique : j'en veux pour preuve la dynamique constatée aujourd'hui sur l'installation de panneaux photovoltaïques chez les particuliers, notamment dans le cadre de systèmes d'autoconsommation. On compte aujourd'hui plus de 800 000 installations, avec une augmentation de 80 % l'année dernière. Dans 95 % des cas, avec le compteur Linky, c'est totalement indolore en termes de travaux. En effet, dans la mesure où il s'agit d'un compteur bidirectionnel qui peut être programmé à distance, la mise en service se fait très simplement. Nous avons donc créé une infrastructure qui évite les verrous dès lors qu'il n'y a pas besoin de travaux pour accompagner ce développement des moyens de production photovoltaïques.

D'autres éléments permettent d'établir des diagnostics à l'échelle de vos territoires. Deux applications sont développées en ce sens, le plus souvent en open data. La première est le « Bilan de mon territoire », qui met à votre disposition un certain nombre de données administratives et de données relatives à l'énergie vous permettant de comprendre comment votre commune fonctionne sur le plan énergétique. Ces données consolidées permettent notamment de regarder les variations et les déformations d'une année à l'autre. Ces éléments sont disponibles à toutes les collectivités territoriales sur un site en accès libre.

Le deuxième sujet a été évoqué hier : nous avons essayé, à partir de l'infrastructure Linky, de comprendre de quelle façon elle permettait de capturer des informations sur le taux d'occupation des logements. Cela a conduit à développer une solution, que nous avons appelée « Mon suivi fréquentation », qui permet de regarder si les logements sont occupés. La solution ne fonctionne pas logement par logement, car nous n'avons pas le droit de le faire : ce sont des informations confidentielles et commercialement sensibles. Elle travaille donc sur des agrégats qui correspondent à des mailles IRIS, de façon anonymisée. Les restitutions permettent de comparer et de regarder des déformations en termes de taux d'occupation d'une année à l'autre. Ces données sont extrêmement intéressantes dans la mesure où vous pouvez constater des déformations sur la fréquentation des week-ends, avec des week-ends qui sont de plus en plus larges, et mesurer l'impact des événements, ce qui permet de les piloter. De façon générale, cela vous donne des points de repère sur les flux touristiques. Nous avons testé cet outil pendant six mois avec la mairie de Châtel avant de nous engager dans une industrialisation permettant de mettre les rapports à votre disposition. Nous ne faisons pas encore de la réactualisation au jour le jour : pour le moment, il s'agit d'un extrait que nous fournissons, extrait qui peut être réactualisé par exemple de façon trimestrielle. Cet outil est donc intéressant à utiliser, en complément d'autres outils d'analyse. J'ajoute qu'il est possible de paramétrer les seuils à partir desquels on va considérer que le logement est occupé ou non, en tenant compte d'un talon de consommation.

Si cet outil vous intéresse, je vous invite à vous adresser à votre interlocuteur privilégié.

Édith GUEUGNEAU

Merci. Avez-vous des questions ?

Saffaride AYOUBA

Bonjour, je travaille pour l'office de tourisme de Mayotte. Ces dispositifs sont-ils déployables en dehors de la France hexagonale ?

Christophe REINERT

Cela exige l'existence de compteurs communicants, ce qui n'est pas encore le cas partout. Ici, nous sommes sur un territoire géré par la régie de Thônes, qui est en cours de déploiement de ces appareils. Il conviendra de s'assurer que les données remontent bien de façon automatique. Le déploiement du compteur consiste en effet autant à installer des boîtes qu'à assurer le déploiement de l'ensemble de l'infrastructure télécom qui permet de fonctionner. L'une des principales gageures du déploiement des compteurs Linky était en effet de s'assurer que, en termes de remontée d'informations, le niveau de fiabilité dépassait les 99,9 %. Cet objectif est atteint et c'est une vraie gageure en réalité sur le plan technique. Ce sujet doit donc être regardé avec le gestionnaire du réseau à Mayotte pour connaître sa trajectoire de déploiement de compteurs. De nombreux pays européens n'ont pas de compteur communicant, ce qui ne permet donc pas de proposer ces solutions.

Édith GUEUGNEAU

Merci beaucoup. Je donne la parole à Julien NOIRBENT, de Primagaz.

Julien NOIRBENT

Bonjour à toutes et à tous. Mon objectif est aujourd'hui de vous présenter nos solutions de mobilité pour déployer, lors d'un événement, des solutions de chauffage, de cuisson et de production d'eau chaude en général.

Je commencerai par un rappel sur la puissance énergétique du gaz propane. Le pouvoir calorifique du bois, pour une même unité de production, est de 5,5 kilowattheures par kilo, contre 10,4 pour le fioul et 13,835 pour le propane. Celui-ci offre donc beaucoup de puissance et d'autonomie par rapport à la masse transportée par camion jusqu'à votre événement. L'émission de CO₂ du gaz propane fossile est calculée par l'ADEME, qui prend en compte la production et la distribution : cela représente 272 grammes de CO₂ en équivalent kilowattheure, contre 324 grammes pour le fioul domestique (qui génère en plus des particules fines) et 227 grammes pour le gaz naturel. En ce qui concerne l'électricité, l'eau chaude sanitaire génère seulement 52 grammes de CO₂, tandis que le chauffage en génère 165 grammes. En effet, en hiver, il est parfois nécessaire de mettre en route des centrales à gaz, voire à charbon, ce qui explique que la facture de CO₂ augmente fortement, car le nucléaire et les énergies alternatives ne suffisent plus. Primagaz propose également du biopropane, qui remplira exactement les mêmes fonctions. Il s'agit de la même molécule, issue de l'agriculture et du recyclage des huiles, mais qui générera 75 grammes de CO₂ par kilowattheure. Quant au bois sous forme de granulés, quand il est produit localement, il ne génère que 30 grammes de CO₂.

Aujourd'hui, le propane fossile est donc à 272 grammes. Ses fonctions concernent le chauffage, la cuisson, la production d'eau chaude sanitaire et les opérations de blanchisserie.

Primagaz dispose d'une activité dédiée à l'hôtellerie, la restauration et les loisirs. Pour un hôtel, il est possible de proposer une citerne aérienne ou enterrée. Pour des campings, des gîtes ou des parcs de loisirs, la solution passera par des bouteilles : Primagaz gère aujourd'hui un parc de 7 à 8 millions de bouteilles. Il existe également des solutions intermédiaires, avec des citernes transportables qui peuvent apporter 300 kilos de propane. Leur avantage tient au fait qu'il n'y aura pas autant de contraintes réglementaires que sur une citerne aérienne. Nous avons une équipe de 25 commerciaux dédiés à cette activité dans toute la France, et dont le rôle est d'analyser le besoin par rapport à la consommation. Nous sommes ainsi partenaires du festival des Vieilles Charrues ou du Puy du Fou : pour de telles manifestations, il est nécessaire de passer par une analyse du besoin et du dimensionnement pour que l'offre technique corresponde à l'offre commerciale. Notre objectif est d'accompagner

techniquement et financièrement l'offre : suit une étape de validation des plans, de validation technique et de validation financière, avant la mise en place logistique, sur laquelle nous rencontrons rarement de difficultés compte tenu du grand stock de citernes de bouteilles dont nous disposons.

Nous proposons des bouteilles de différentes tailles, avec de toutes petites de 5 kg, des bouteilles historiques de 13 kg (P13) et de grandes bouteilles qui contiennent 35 kg de gaz, ce qui donne des bouteilles qui peuvent faire 60 kg pièce. Ces bouteilles sont très utilisées également pour la carburation : un certain nombre de chariots élévateurs ou de camions fonctionnent au gaz. Nous disposons pour ce faire de gaz fossile, mais également de petites bouteilles en biopropane à 100 %, les Bio Twiny. Pour les P13, il est possible de les avoir en 100 % fossile, mais également avec 20 % de biopropane et 80 % de fossile dans certains conditionnements. L'intérêt est en effet de faire en sorte que cela soit plus vert, tout en restant accessible en termes de tarifs. La Bio Twiny est apparue en 2018. Elle présente l'avantage d'être très petite : on peut la retrouver en dessous des cuisinières chez les particuliers. Elle est 100 % en biogaz, ce qui signifie une réduction de 73 % de CO2 par rapport au propane fossile. Quant à la P13, elle intègre 20 % de biogaz dans la bouteille.

L'intérêt du biopropane est de se fonder exactement sur la même molécule : l'intérêt, pour celui qui va s'en servir, est qu'il n'a aucunement besoin d'adapter son installation de cuisson ou de chauffage. Cette molécule est issue du recyclage des huiles ou de l'agriculture. Le biopropane est intégré globalement dans les gaz que nous proposons, élément qui est évalué par des commissions. Parfois, certains clients nous indiquent qu'ils veulent être certains de pouvoir être livrés exclusivement en biopropane, et nous leur expliquons qu'il n'existe pas de réelle incidence, dans la mesure où nous leur délivrons un certificat. Cela correspondrait davantage au métier d'autres entreprises, tel qu'un laboratoire qui délivrerait un certificat, mais ce ne serait clairement pas le même prix.

Nous travaillons avec Favex et plusieurs entreprises : en effet, nous ne nous contentons pas de livrer la bouteille, notre objectif étant de mettre en place une solution, et nous travaillons avec les professionnels de la connectique pour raccorder la bouteille au système de cuisson ou de chauffage.

Avez-vous des questions ?

De la salle

Quels sont vos tarifs pour le biopropane ?

Julien NOIRBENT

Il existe plusieurs facteurs. Avant le Covid, chez Primagaz, une tonne de propane fossile était facturée 1 000 euros, contre 1 150 à 1 200 euros pour le biopropane – même si cet écart est passé à 300 euros par moments. Il convient de rappeler que Primagaz n'est pas fabricant du biopropane, mais redistributeur et commerçant. Il s'agit d'un point important : en effet, avec la sortie du Covid, l'inflation, la guerre en Ukraine et l'augmentation des cours, force a été de constater une évolution du coût à la hausse, en parallèle d'une augmentation de la demande, car tout le monde est désormais sensible aux biogaz et aux énergies qui émettent moins de CO2. Or, ce sont des gaz un peu plus purs que le gaz fossile, ce qui intéresse certains secteurs d'activité dans l'industrie ou la pharmacie, qui vont avoir besoin de ces gaz. Une bouteille en pharmacie se vend ainsi très cher, et il existe donc une demande sur des marchés où ces produits se vendent beaucoup plus, ce qui vient mécaniquement augmenter les tarifs. Pendant un an, on nous a demandé d'arrêter de commercialiser le biopropane pour des questions de rentabilité. Aujourd'hui, nous avons à nouveau des tarifs, qui approchent en kilowattheure les tarifs de l'électricité : la tonne de biopropane coûte aujourd'hui de l'ordre de 1 300 euros de

plus que la tonne de propane fossile, soit entre 2 000 et 2 500 euros, ce qui représente 20 centimes du kilowattheure. Ces montants restent néanmoins légèrement inférieurs à ceux de l'électricité. Malheureusement, l'augmentation est réelle et, dans la mesure où nous sommes tributaires du marché compte tenu de notre rôle de distributeur, nous faisons parfois face à des problèmes d'approvisionnement. Cela explique que nous ne validions pas tous les projets : tous les projets de biopropane sont soumis pour validation à un comité. Primagaz a toujours pour ambition aujourd'hui, avec le groupe SHV Énergie, d'être 100 % renouvelable en 2040. Dans ce but, nous sommes en train de construire au Royaume-Uni une entreprise qui sera en mesure de fabriquer du RDME, un carburant alternatif. L'intérêt de ce produit, issu des déchets, est qu'il offre la possibilité, sans changer le brûleur des chaudières, de remplacer le propane et le biopropane. En devenant fabricant, Primagaz sera en mesure de maîtriser la chaîne d'approvisionnement, ce qui éviterait les variations de coûts comme cela a pu se constater avec le biopropane.

Édith GUEUGNEAU

Merci pour votre intervention. Je propose de passer la parole à Madame Amélie SCHEEL de Suez.

Amélie SCHEEL

Bonjour à toutes et à tous. Je suis ravie d'avoir l'occasion d'intervenir. Je suis Responsable du développement chez Suez pour les régions Auvergne-Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur. Je représente l'ensemble des métiers du Groupe : Suez est un acteur engagé des services à l'environnement sur l'eau et l'assainissement d'un côté et la collecte et la valorisation des déchets de l'autre. En Auvergne-Rhône-Alpes, Suez représente 2 700 collaborateurs répartis sur 11 agences, qui desservent 2,3 millions d'habitants pour la collecte des déchets et 1,1 million d'habitants sur les services d'assainissement.

Aujourd'hui, je vais vous parler de Marseille. Le thème de notre atelier porte sur la raréfaction des ressources et sur la façon d'adapter les modèles touristiques pour accueillir les événements. On parle souvent de l'impact sur la ressource en eau du changement climatique, sur le plan quantitatif comme sur le plan qualitatif. S'il existe en effet des sujets en cas de raréfaction de la ressource en eau, il en existe également en cas de précipitations de plus en plus fréquentes et de plus en plus intenses. Tel est le sujet dont je voulais vous parler, en prenant le cas de Marseille. On connaît en effet les épisodes méditerranéens depuis un certain nombre d'années, et cela ne devrait pas aller en s'arrangeant. Il s'agit d'un territoire qui compte 57 kilomètres de littoral et 21 plages : Marseille est l'un des plus grands complexes balnéaires d'Europe. Il existe donc nécessairement un enjeu à ce niveau. J'ajoute évidemment que nous sommes dans une année olympique : Marseille accueille les épreuves de voile et les matchs de football. L'enjeu consiste, en cas de pluies extrêmes, à faire en sorte que la mer soit intacte, pour éviter ce qui a pu se produire à Rio, par exemple, avec les déchets qui arrivent en mer.

Nous opérons l'assainissement de la ville de Marseille au travers de notre société dédiée du SERAMM, qui dispose de deux sites. L'assainissement à Marseille est atypique, dans la mesure où l'usine des eaux est enterrée sous le stade Orange Vélodrome, tandis que l'usine des boues se trouve au niveau de la calanque de Cortiou. Deux points sont importants pour comprendre l'enjeu de Marseille : dans cette ville, et dans le centre-ville en tout cas, on est sur un réseau unitaire, c'est-à-dire qu'il traite à la fois les eaux pluviales et les eaux usées. Cela signifie que, en cas de très fortes pluies, les eaux vont dans ce même réseau et vont directement à la station d'épuration. C'est un sujet que nous avons bien adressé, dans la mesure où nous avons mis en place des bassins de rétention. Cela reste néanmoins un vrai

sujet, d'autant plus si on considère que les épisodes pluvieux intenses sont amenés à être de plus en plus récurrents.

Le deuxième point concerne l'Huveaune, qui est un fleuve particulièrement capricieux et qui traverse la ville. Son lit naturel le conduit directement vers les plages, alors qu'il s'agit d'un fleuve extrêmement pollué. Dans les années 1980-1990, décision a été prise de dévier ce fleuve : aujourd'hui, le fleuve est dévié au niveau de la vanne de Puget, avant d'être dégrillé et rejeté dans la calanque de Cortiou. Lors d'épisodes de pluie particulièrement intenses, nous ne sommes pas en mesure d'absorber le fleuve en plus de ces pluies, et nous sommes donc contraints de baisser la vanne. Dans ces cas, l'Huveaune reprend son lit naturel, se jette au Prado, ce qui peut conduire à la fermeture de plages. Vous vous imaginez donc bien que, avec les épreuves de voile et la présence des touristes, on ne pouvait pas se permettre d'être menacés par cette situation cette année. La solution que nous avons mise en place repose sur des barrages flottants. Le dispositif de notre filiale Marinov, qui développe des solutions portuaires, consiste en la mise en place de barrages flottants, l'un au niveau du lit de l'Huveaune, et le deuxième au niveau de l'exutoire de l'Huveaune en mer. Nous avons proposé à notre client, la Métropole Aix-Marseille-Provence, de mettre en place un bateau de collecte en mer pour récupérer ce qui pourrait rester, mais c'est une option qu'elle n'a pas souhaité retenir. En effet, ce projet se déroule dans le cadre d'un marché public spécifique qui a été conclu avec la Métropole, et ils souhaitent peut-être mettre à disposition leur propre bateau.

Le dispositif paraît assez simple, même s'il ne l'est pas tant que cela. Le premier barrage, sur le lit de l'Huveaune, prend la forme d'un énorme boudin qui traverse complètement le cours d'eau et récupère les déchets sur une surface de flottaison de 50 centimètres. Puis, des camions viennent le récupérer avec un grappin et le transportent vers nos déchetteries avant que tout soit envoyé dans les filières de traitement appropriées. L'idée est bien sûr de développer toutes sortes de solutions intelligentes de suivi, ainsi que des modèles météorologiques pour anticiper les cas de grandes pluies et ainsi mettre en œuvre le dispositif. Il s'agit également de faire des caractérisations du type de déchets anthropiques que l'on retrouve : sur ce sujet, nous travaillons avec une association pour caractériser ce que l'on retrouve. Le deuxième barrage se trouve au niveau de l'exutoire en mer : ce barrage peut, en fonction de la criticité des conditions météorologiques, soit être positionné en quinconce, soit être fermé complètement. Dans ce cas, il est nécessaire qu'un bateau, que nous mettons à disposition, vienne récupérer les déchets.

Aujourd'hui, les Jeux Olympiques n'ont pas encore commencé, et je n'ai donc pas de retour d'expérience sur l'efficacité du dispositif. Cependant, j'ai pleine confiance dans cette solution et dans les équipes qui l'ont mise en œuvre. Le point que je trouve intéressant est qu'il s'agit initialement d'une solution ponctuelle, l'objectif étant de répondre à l'enjeu d'un événement, en l'occurrence les Jeux Olympiques, mais qu'il est possible de s'interroger sur la pérennité de telles solutions pour préserver le littoral, compte tenu des changements climatiques. Il est donc intéressant de voir dans quelle mesure cette solution pourrait, à terme, devenir une solution d'adaptation au changement climatique.

Gérald MARTINEZ

Je suis le local de l'étape : j'habitais en effet à dix mètres de l'Huveaune et à trois cents mètres du stade Vélodrome. Les enjeux climatiques n'ont pas changé. Les orages sur Marseille et sur Saint-Loup sont terribles : ces zones sont surmontées par des collines, et rien n'arrête l'eau. Ce n'est pas le changement climatique qui va changer quoi que ce soit en la matière : nous avons toujours connu des orages terribles, qui durent trente ou quarante minutes et qui génèrent deux mètres ou deux mètres cinquante d'eau dans les rues, tandis que l'Huveaune monte de cinq mètres. C'est donc un étranglement : l'eau arrive des collines et provoque un

véritable étranglement au niveau du stade Vélodrome. L'Huveaune peut monter de cinq mètres en vingt minutes, voire beaucoup plus vite. Il s'agit donc d'un enjeu qui est relativement important, et je pense que la solution qui a été mise en place doit devenir pérenne pour ne pas se limiter à la période des Jeux Olympiques : j'espère que la métropole prendra cette décision.

En ce qui concerne la caractérisation des déchets dans les Bouches-du-Rhône, nous ferons le point l'année prochaine. En effet, j'aimerais bien savoir comment ils seront en mesure de faire la caractérisation alors que, malheureusement, tous les déchets vont aux gadoues. Je n'ai pratiquement pas encore vu de déchetterie ni de tri sélectif à Marseille. Je compte donc sur vous pour établir un rapport sur ce sujet.

Amélie SCHEEL

Il est nécessaire d'apporter un certain nombre de précisions en la matière. Certes, Marseille n'est pas réputée être la ville la plus propre de France. En revanche, nous avons un centre de tri des collectes sélectives au Jas de Rhode, et je vous invite à venir le visiter si vous le souhaitez. Il existe en effet de vrais enjeux sur le tri à Marseille, comme dans de nombreuses collectivités, mais de grands progrès ont été accomplis ces dernières années. Dans tous les cas, je répondrai à votre demande.

Marseille, compte tenu de son interface, fait face à l'enjeu du déchet de la terre à la mer : il s'agit d'un vrai sujet, notamment sur le territoire de Marseille. Cela ferait l'objet d'une autre table ronde dédiée.

Édith GUEUGNEAU

Merci beaucoup. Avez-vous des questions ?

Saffaride AYOUBA

Ma question concerne ces barrages flottants. Tout à l'heure, j'ai rencontré un de vos collègues qui proposait des filets. À Mayotte, nous rencontrons un certain nombre de problématiques de pollution en ce qui concerne les rivières et le déversement de la terre qui, en raison de l'érosion, descend directement dans la mer. Nous avons des mangroves, ces fameux palétuviers qui poussent dans l'eau et qui nous servent de premier point de barrage, mais ils suffoquent beaucoup aujourd'hui. Ce type de dispositif peut-il donc être adapté à notre territoire, sachant que les déchets sont très conséquents et peuvent passer au-dessus des barrages ? Et est-il en mesure de retenir la terre ? Nous cherchons des solutions, ce qui explique que nous ayons fait ce long voyage.

Amélie SCHEEL

Hier, j'intervenais sur le sujet du plastique à Lyon, et j'ai écouté l'intervention d'une personne qui gère ce sujet en Indonésie. Cette personne y déploie des filets et nous a parlé notamment des enjeux de la mangrove que vous partagez : je pourrai vous donner ses coordonnées. De notre côté, nous déployons déjà ce type de barrages à Fos sur l'étang de Berre, mais il s'agit d'eaux plutôt calmes. Nous allons voir ce que cela donne quand l'Huveaune s'agite. Compte tenu de vos enjeux, je ne suis pas sûre que ce soit la solution la plus adaptée. En revanche, il reste effectivement des sujets de filets qu'il est possible de déployer, ce que nous faisons également.

Fabien GARNIER

Bonjour. Je suis Directeur développement Ile-de-France de la SAUR. Avant de commencer, je voulais remercier l'ANETT à titre personnel : j'ai travaillé dans une entreprise partenaire de

vos travaux depuis 2016. Je trouve particulièrement remarquable la place que vous laissez aux échanges avec les partenaires, et je tenais à vous en remercier. Il est intéressant d'avoir l'occasion de se rencontrer compte tenu des nombreux sujets qui se croisent sur les territoires quand on parle d'eau, d'énergie et de déchets. D'ailleurs, j'ai retenu de la présentation d'Enedis au moins deux sujets que nous pourrions travailler ensemble : d'abord, tout ce qui relève du bilan territorial, tant il est vrai que, dans les domaines de l'eau, on travaille de plus en plus sur des analyses fines pour caractériser les usages de l'eau et préserver la ressource ; par ailleurs, comme vous le savez, nous installons de plus en plus de compteurs communicants, et il serait donc possible de croiser les données pour suivre ensemble les sujets de vacance des logements.

Aujourd'hui, le sujet porte sur la façon d'anticiper l'organisation d'évènements, notamment vis-à-vis des sujets d'eau et d'assainissement. Je vais passer assez rapidement la présentation de l'entreprise : je me contenterai de vous expliquer que l'ambition de SAUR est d'accompagner les territoires sur les sujets de transition hydrique, à la fois sur des sujets de quantité d'eau et de qualité et de préservation vis-à-vis des pollutions. Le sujet dont je vais vous parler aujourd'hui est porté par l'une de nos filiales, qui s'appelle Mobile Water Solutions. Ce sont des solutions modulaires facilement transportables sur des sites, installées de façon temporaire pour répondre à une question particulière, soit la panne d'une installation, soit le besoin de renforcement ponctuel, ce qui pourrait être le cas dans le cadre de l'organisation d'évènements. Nous disposons d'une flotte d'équipements mutualisée à l'échelle européenne : quand nous sommes sollicités par un client, nous appelons nos collègues pour identifier, en fonction du besoin, les installations mobilisables.

Cela se présente sous la forme de kits : nous procédons à des montages en assemblant différentes solutions qui permettent, en fonction du besoin, de répondre à des problématiques. Pour l'instant, nous avons plutôt développé le sujet sur le secteur industriel, mais l'exemple dont je vais vous parler concerne une collectivité. Il s'agit d'un projet qui a été réalisé cette année à Pornic, où se passait le congrès de l'ANETT l'année dernière. Il ne s'agit pas, en l'occurrence, de répondre à un évènement, mais de prendre en compte des pluies particulièrement intenses qui se sont manifestées l'hiver dernier, et qui ont débouché sur des quantités d'effluents à traiter par la station d'épuration qui allaient bien au-delà de sa capacité de traitement, avec des rejets au milieu naturel et des problèmes de pollution. Nous avons été amenés à réagir très rapidement en lien avec la collectivité, qui a lancé de son côté un programme sur le long terme pour travailler sur la réhabilitation des réseaux, sur la création de zones de stockage et sur l'amélioration des traitements de l'usine. En attendant que ces travaux soient opérationnels, on nous a demandé pendant trois ans d'installer des unités de traitement complémentaires, que nous avons installées en quinze jours sur site, en amenant une dizaine de semi-remorques avec différents types de traitements qui ont été assemblés sur place. Je vous propose de regarder une vidéo qui présente ce que nous avons fait à Pornic.

Une vidéo est projetée.

Fabien GARNIER

L'intérêt, dans ce projet, est de profiter des évènements pour apporter des améliorations de fond aux systèmes en place. En l'occurrence, l'exemple dont je vous parle est un évènement malheureux d'inondations, mais, dans le cadre d'évènements sportifs, les choses sont plus intéressantes. L'objectif est donc de réfléchir sur le long terme : on parle ainsi beaucoup d'héritage des Jeux Olympiques, et il me semble que cela est important à mettre en avant. Je vous remercie.

Édith GUEUGNEAU

Avez-vous des questions ?

Non. Je propose de passer à la présentation de Louis PEROT, pour Veolia.

Louis PEROT

Bonjour à toutes et à tous. Je vais rester sur la thématique de l'eau, bien évidemment. Il convient de replacer le contexte : aujourd'hui, vous avez tous un service public d'eau potable qui est dans une configuration différente en fonction des besoins du quotidien et du saisonnier. Si vous êtes sur un site touristique, les variations sont importantes. Nous avons des équipements qui s'adaptent à ces contextes, avec la capacité de produire une qualité d'eau et une quantité d'eau variables.

Il est évident, dans notre réflexion, que lorsqu'un évènement important vient s'intégrer dans un service qui est dense, il sera plus facile d'éviter les dysfonctionnements, alors que, sur un service plus modeste, moins à même d'accepter des variations hydrauliques et de production, le risque est de constater des dysfonctionnements. De notre point de vue, il est nécessaire de travailler en anticipation : c'est, pour nous, la clé du succès. Mais que cela signifie-t-il concrètement ? L'exploitant du service est un acteur auprès des collectivités qui lui font confiance. L'idée est donc d'accompagner cet évènement, notamment par la communication afin de sensibiliser les touristes qui vont arriver sur le site à la sobriété. Cela suppose de communiquer par différents réseaux, par le biais de la collectivité et par notre intermédiaire. Cela suppose également d'anticiper les moyens humains, dans la mesure où, pour que tout le monde puisse disposer d'une qualité et d'une quantité d'eau suffisantes, il est nécessaire d'anticiper les casses, les dysfonctionnements, voire les perturbations liées à des évènements climatiques qui peuvent avoir des impacts sur les ressources dont vous disposez. Il est donc nécessaire d'anticiper les moyens humains, en amont de l'évènement, ce qui suppose de renforcer le système d'astreinte, voire de prévoir des moyens matériels supplémentaires pour anticiper, par exemple, une fuite d'eau qui interviendrait sur le lieu de l'évènement. Cela suppose de travailler avec les services de sécurité de l'évènement.

J'ajoute que, plus on équipe le service d'eau et d'assainissement de compteurs et de télérelève, plus il sera possible d'anticiper les problématiques. Chez Veolia, nous disposons d'une sonde du nom de CAPTA, qui vient se fixer sur un réseau d'eau potable et qui aura la capacité de mesurer la pression, la turbidité et la qualité de l'eau. C'est une sonde que nous avons développée aux Jeux Olympiques de 2012 à Londres. Elle s'appuie sur de l'intelligence artificielle, qui rentre donc désormais dans nos exploitations pour anticiper les variations et nous offrir la capacité d'anticiper des évènements. L'essentiel est en effet d'anticiper pour que, en cas de problème ou en cas de dysfonctionnement, nous puissions intervenir rapidement.

Dans le cadre de cette anticipation, nous sommes en mesure de mettre à disposition des unités de production supplémentaires, en utilisant des ressources que nous n'avons peut-être pas l'habitude d'utiliser, par exemple en installant des systèmes de filtration supplémentaires pour aller chercher de la qualité. Ces solutions peuvent permettre de répondre à des problèmes de qualité de l'eau potable, de turbidité, de bactériologie, de métabolites ou de pesticides : nous pouvons installer une ressource supplémentaire de façon temporaire, avec des systèmes de filtration. Ces unités, chez Veolia, ont été déployées en Saône-et-Loire, à Mâcon. Nous sommes en mesure de délivrer et de mettre en place ces unités assez rapidement, même si cela nécessite tout de même un petit temps de préparation en fonction du lieu. Comme pour l'eau potable, nous disposons également d'unités pour l'assainissement, avec la capacité de soulager le système d'épuration. Nous avons également la possibilité de venir en appui sur des particularités, avec des unités qui sont capables de venir aider les

activités de viticulture, qui ont un fort besoin de ressources et qui sollicitent donc beaucoup les réseaux : nous sommes en mesure de répondre à ces besoins et d'anticiper ces volumes. La mise en place de telles unités permet de réduire l'impact de ces sollicitations sur le service d'eau potable.

Pour conclure, je dirai que, entre l'anticipation, les équipements et le soutien au service, nous avons la capacité de répondre à vos besoins pour faire en sorte que vos événements se passent dans les meilleures conditions. Merci.

Édith GUEUGNEAU

Merci beaucoup. Avez-vous des questions ?

Gérald MARTINEZ

Intervenez-vous aujourd'hui de façon plus importante sur le dessalement de l'eau de mer, compte tenu des problèmes que l'on peut rencontrer dans certaines îles d'Outre-mer qui connaissent aujourd'hui de graves problèmes d'approvisionnement en eau potable. Demain, nous rencontrerons également ces difficultés dans nos zones côtières, dans la mesure où nos deltas ne sont malheureusement plus nettoyés et où nous connaissons des inondations à répétition. Avez-vous augmenté votre capacité de production de ces unités, et essayez-vous d'y travailler de manière plus fine afin de réduire les coûts de fonctionnement ?

Louis PEROT

Pour nous, le premier enjeu est de travailler sur l'amont, ce qui signifie mettre en place une démarche de sobriété auprès des usagers afin de les inciter à moins consommer, mais également être plus performant dans le rendement. On voit bien, avec les arrêtés préfectoraux que nous avons connus ces dernières années, qu'il existe une forme de sensibilisation, avec une tendance à la diminution de la consommation moyenne française. Il est nécessaire de poursuivre cette démarche, car le dessalement fait partie des solutions ultimes. Nous devons diversifier les ressources, avec un travail très important qui doit être mené sur le rendement de réseau : en effet, moins on perd d'eau, plus on conserve cette ressource. Il convient également de travailler sur les solutions de réutilisation des eaux usées traitées : ces solutions se développent de plus en plus dans différentes régions. Même dans les solutions d'unités mobiles de traitement, il est possible de trouver ce type de matériel.

Pour répondre à votre question, nous travaillons en effet sur ces solutions, notamment au niveau international. Le problème du dessalement de l'eau de mer tient au fait que ce processus est très énergivore. Aujourd'hui, Veolia développe des solutions moins énergivores : nous nous employons donc à travailler sur ce sujet, mais je pense que la première réponse, aujourd'hui, consiste à travailler bien en amont pour travailler sur la ressource et éviter au maximum de la gaspiller, ce qui nous permettra d'éviter d'aller vers des solutions qui seraient assez énergivores et coûteuses.

Gérald MARTINEZ

En cas de pollution accidentelle, il est nécessaire réagir de manière assez rapide. Ce n'est donc pas dans l'utilisation de tous les jours que le dessalement est une solution. En revanche, lorsqu'on se retrouve dans une situation de crise, avec une nappe qui n'est plus suffisamment propre et une décision de l'ARS empêchant sa consommation, il est nécessaire de disposer de solutions rapides et intelligentes. Travailler sur ce sujet me semble nécessaire, quitte à ce que cela soit énergivore.

Fabien GARNIER

Aujourd'hui, dans les unités de traitement mobiles, nous disposons d'équipements qui permettent de faire ce type de traitement et d'intervenir rapidement. Louis parlait d'énergie, mais le dessalement pose également la question des réactifs et du devenir des résidus de traitement. La réflexion doit donc être globale.

Louis PEROT

Lors de la tempête Alex, nous sommes intervenus pour mettre en place rapidement une unité de traitement d'eaux usées : quand on se trouve dans des situations de crise, on sait répondre à ces problèmes en mettant rapidement en place une solution de protection de l'environnement et de distribution de l'eau potable pour la population.

Édith GUEUGNEAU

Avez-vous d'autres questions ? Nous allons donc conclure. Tout d'abord, je voudrais remercier tous les intervenants et la salle pour sa participation.

Le tourisme durable repose sur trois piliers : sobriété, efficacité énergétique et diminution de l'empreinte carbone. Vous nous avez, tout au long de la matinée, parlé de cette diminution. Je pense qu'on doit concilier la compétitivité de notre pays, qui est un enjeu très important, et agir sur la préservation des ressources. Ce sont des enjeux qui concernent toutes et tous, du citoyen à l'État, qui doit nous accompagner aujourd'hui. On voit bien que, sur les schémas directeurs d'eau et d'assainissement, la France est très diverse, avec des enjeux qui le sont également. Nous avons besoin d'être accompagnés, mais force est de constater que, sur certains territoires, on obtient un peu moins de moyens qu'ailleurs.

Gérald MARTINEZ

Je pense que nous sommes tous concernés : les citoyens, les entreprises, les collectivités. Je vais être provocateur : je pense qu'un actionnaire ne participe pas à la production et à la valorisation de nos territoires. Je suis désolé de le dire : on ne peut pas gagner de l'argent en regardant son ordinateur. Le rapport entre ceux qui travaillent et ceux qui jouent en Bourse devrait être réévalué à un moment donné. Je crois nécessaire de se poser les bonnes questions et de réinjecter l'argent sur de la production tertiaire. Aujourd'hui, on manque de production tertiaire dans notre pays. On se rend compte qu'on manque de valeur ajoutée sur la valorisation du travail. Je crois qu'il sera nécessaire de travailler sur ces sujets tous ensemble pour faire quelque chose de concret et de correct. Si on arrive à travailler sur ces sujets, je pense sincèrement qu'on pourra apporter de la valeur ajoutée et qu'on trouvera des solutions. Nous avons des bras, de la matière grise et, comme je le dis souvent à mes concitoyens, tant que nous avons une tête, deux jambes et deux bras, nous arriverons toujours à surmonter les problèmes.

Encore merci à tous pour votre présence.

Renouvellement du Partenariat entre Veolia et l'ANETT

Philippe SUEUR

Mes chers collègues. Nous avons un partenariat de longue durée avec ce grand groupe qu'est Veolia. Il est dans la nature des choses de poursuivre notre collaboration. Sylvain Boucher, qui est ici présent, est un très grand fidèle avec sa collaboratrice. Je crois qu'il n'a pas raté un congrès depuis des années. C'est une collaboration extrêmement importante, et vous voyez dans quel cadre les grands groupes français interviennent. Veolia, dans le domaine de la recherche et de la formation, est tout à fait exemplaire. Nous allons donc ici renouveler notre partenariat en signant la convention.

Les enjeux sont énormes : devant les réalités, les exigences du soutien au tourisme, j'aurais quelques axes de travail à partager dans la conclusion que je présenterai tout à l'heure, pour que, collectivement, nous puissions sensibiliser, actionner, voire aiguillonner. Nous sommes tous aujourd'hui confrontés à ces questions dans nos collectivités. La loi sur l'eau, qui a été très longue à appliquer en réalité, a conduit à des schémas directeurs d'aménagement et de gestion de l'eau qui ont été déclinés en SAGE sur vos territoires. La GEMAPI a contribué à cette transformation, avec des coûts qui ont d'ailleurs été répercutés sur les collectivités. Il faut avoir à l'esprit qu'un certain nombre de responsabilités de l'État, en termes de prévention des risques, ont été transférées aux collectivités. Je prends un exemple avec l'établissement public des Grands Lacs sur la Seine. Cet établissement a 100 ans aujourd'hui. À l'origine, l'État était le principal financeur : aujourd'hui, il en est pratiquement le dernier. À un moment donné, si les collectivités sont les financeurs, il est nécessaire que nous soyons également les co-décideurs. Quand on a des partenariats comme ceux que nous avons avec Veolia, c'est un grand encouragement, et on vous remercie particulièrement, cher Sylvain.

Sylvain BOUCHER

Comme tu l'as souligné, Philippe, il s'agit d'un partenariat qui existe depuis longtemps. Je pense que nous faisons partie du club des tout premiers partenaires de l'association, avec une présence continue et active, car cette association a une particularité, qui a déjà été évoquée à l'occasion des présentations, en l'occurrence une qualité très importante d'échange sur le fond. Pour nous, cela a énormément de valeur, puisque cela nous permet de vous entendre, de connaître vos difficultés, de connaître vos constats issus de votre réalité quotidienne. Ces constats sont remontés à nos équipes, ce qui permet de faire évoluer la nature des prestations que nous pouvons délivrer auprès de vous et en imaginer de nouvelles pour être, auprès de vous, le plus efficace possible, afin que vous rendiez le meilleur service possible à vos populations. Le Président du Groupe a l'habitude de rappeler que la moitié des métiers du Groupe n'existait pas il y a quinze ans et que, dans dix ans, la moitié des métiers qui existeront n'existent pas encore, ce qui suppose de les inventer en permanence. Et c'est dans les échanges que nous avons avec vous que nous pouvons justement les comprendre, les anticiper, les imaginer et les adapter avant de vous les apporter. Telle est la raison pour laquelle cet échange est important pour nous.

Merci à vous de nous accueillir. Merci à vous d'entretenir cette qualité d'échange aujourd'hui et tout au long de l'année. Un grand merci à la gouvernance qui nous associe à ce niveau, et aux équipes avec lesquelles nous avons une relation régulière, très enrichissante et très nourrie.



Philippe SUEUR

Merci Sylvain. Vous ne le savez peut-être pas tous, mais Veolia est dirigé par une femme, Estelle BRACHLIANOFF. J'ai eu la chance de la connaître : c'est une Polytechnicienne, ingénieure Ponts et Chaussées, et elle a été un temps à la DDE du Val d'Oise. Je me souviens d'elle à 25 ans, en bottes sur les gros chantiers de l'échangeur de la RN 184. Je ne pensais pas qu'elle deviendrait la patronne de Veolia.

Merci à vous.

Table-ronde

Les Stations classées de tourisme en première ligne pour l'accueil des touristes

l) Comment promouvoir les Stations classées de tourisme, véritables pôles d'excellence de notre pays en matière de tourisme ?

Introduction de Philippe SUEUR

Président de l'ANETT

Je vous remercie d'avoir choisi cet atelier : l'intérêt que vous manifestez enrichira nos discussions.

Nous allons aborder la question sensible, qui pourrait même être stratégique, des stations classées de tourisme. Elle s'inscrit dans une histoire longue de plus de 110 ans. En effet, je crois me souvenir que Deauville, la première station classée, a obtenu ce statut en 1912. Lorsque le code du tourisme a imposé un reclassement tous les 12 ans, le maire de Deauville, Philippe AUGIER, s'est efforcé d'être le premier à obtenir ce nouveau classement, ce qu'il a obtenu. Quant à la station d'Enghien-les-Bains, elle a été classée en 1919. A présent, il existe environ 500 stations classées.

Nous avons la chance d'accueillir Madame Hélène MACHART, Directrice de projet à la DGE, ainsi que Stéphanie BARRIÈRE, Responsable des relations institutionnelles à l'Institut Géographique National (IGN), dont le portail d'information touristique est devenu indissociable de l'action et de la vie touristique. Sylvain CHARLOT, quant à lui, représente Atout France, un partenaire essentiel de la promotion des stations classées.

À quoi sert une station classée ? C'est la question centrale. Il y a un siècle, les premières réglementations concernant le tourisme émergeaient, de même que la notion de « commune touristique ». Il était nécessaire d'attribuer un statut à la qualité des communes touristiques.

Nos offices de tourisme jouent un rôle crucial dans la qualification et donc l'évaluation. Il ne sera bientôt plus question du label d'État « qualité tourisme », mais d'un label « destination excellence ». En effet, le terme « d'excellence », que nous avons retenu Monsieur BERETTA et moi, pour les stations classées, dont nous souhaitons qu'elles forment le club des destinations « France Excellence » a été repris par la DGE.

Actuellement, nous comptons un peu plus de 500 stations classées. Cette appellation a-t-elle un écho ? Quelle est l'utilité d'une station classée pour le consommateur et le tourisme ? À cet égard, l'ANETT a mené quelques enquêtes, révélant des éléments essentiels. Tout d'abord, il n'y a pas suffisamment de reconnaissance publique. Je ne parle évidemment pas de l'État, puisqu'il en est à l'origine, mais de notoriété car elle est quasiment inexistante.

Le touriste ne sait pas ce qu'est une station classée. Un travail important est donc nécessaire, car un touriste est un consommateur. Sur les réseaux, il est friand, hélas, peut-être abusivement, des notes, des évaluations et des étoiles attribuées à divers produits ou acteurs de la culture, du tourisme et autres.

Nos communes font pourtant des efforts considérables pour être des stations classées. Les critères sont extrêmement rigoureux et, comme vous allez en parler, chère Hélène, ils ont

encore été actualisés, notamment en ce qui concerne les critères écologiques qui, bien entendu, s'imposent.

Il est crucial d'assurer cette promotion, qui fait partie intégrante du plan de relance. En effet, la mesure 11 du plan de relance et de promotion du tourisme doit nous permettre de favoriser la connaissance et la promotion des stations classées, avec le soutien d'Atout France.

Géraldine LEDUC

Monsieur le Président, je me chargerai de veiller au respect du temps imparti, car celui-ci est limité et de nombreuses questions émaneront probablement de la salle.

Notre réunion se déroulera en deux parties. La première sera axée sur les aspects institutionnels et réglementaires, avec une intervention de Hélène MACHART, de la DGE, qui constituera une sorte d'état des lieux de l'arrêté du 16 juin 2023 et en particulier de certains critères spécifiques qui susciteront probablement de nombreuses questions. Nous poursuivrons avec une intervention d'Atout France, suivie d'un point de l'IGN.

La seconde partie de la réunion sera consacrée à des présentations de quatre partenaires qui assisteront nos élus dans la compréhension et l'application de certains critères complexes et peu intuitifs.

La réunion s'achèvera à 11 heures précises et, Monsieur le Président, je vous inviterai à quitter la salle pour signer une convention avec notre partenaire Veolia dans une salle adjacente.

Témoignage de Hélène MACHART

Directrice de projet - Direction des Entreprises (DGE)

Non, Monsieur le Président, nous ne vous avons pas volé votre nom. La dénomination est une initiative directement issue du Cabinet ministériel. Nous n'avons pas eu à la proposer. L'idée est bonne et le terme d'excellence ne constitue pas une exclusivité.

Permettez-moi d'aborder l'aspect réglementaire. L'État est le garant du Code du tourisme. Le ministère de l'Économie est en charge du tourisme. Il est le gardien du code du tourisme et porte la réglementation sur les communes touristiques et les stations classées.

Jusqu'en 2019, l'État délivrait les arrêtés puis une déconcentration est intervenue et ce rôle a été confié aux préfets de départements. Toutefois, c'est toujours l'État, au niveau du gouvernement, qui réglemente. Il prend et modifie les arrêtés lorsque la réglementation doit évoluer.

Philippe SUEUR

Il est crucial d'être informé des nouveaux classements. Vous savez bien que je l'ai déjà demandé.

Une circulaire doit être émise pour obliger les préfets à centraliser les informations. Peu importe qu'elle émane du Ministre de tutelle, de la Direction Générale des Entreprises ou du secrétariat d'État au Tourisme dirigé par Madame Olivia GRÉGOIRE.

En effet, il est fréquent que nous ne soyons pas informés. Parfois une information nous parvient avec 6 mois de retard. Nous ne sommes pas avertis dans le mois suivant la promulgation d'un arrêté. Ni l'ANETT, ni les autres associations de tourisme, ni les communes touristiques n'en ont connaissance.

Hier encore, nous avons découvert qu'une commune de l'Ain venait d'obtenir son classement sans que nous en ayons été informés. Il est impératif de remédier à cette situation.

Hélène MACHART

Nous travaillons beaucoup sur ce sujet et organisons également des animations dans les préfectures. Nous l'avons déjà fait une fois et prévoyons de recommencer tous les six mois.

Nous effectuons des rappels réguliers pour que les préfectures communiquent bien à tous, les arrêtés concernant les communes touristiques, les stations classées et les offices de tourisme et nous suivons ça de près.

En outre, comme nous travaillons en partenariat avec l'IGN, dont Stéphanie Barrière parlera plus en détail ultérieurement, nous devons nous assurer que toutes les données sont fiables. Il s'agit là d'une pression supplémentaire pour que les informations remontent correctement au niveau de l'État et soient aussi précises que possible. Un énorme travail reste à faire, mais nous espérons que progressivement les choses s'amélioreront.

Je vais à présent vous présenter quelques données concernant les communes touristiques. Il existe un peu plus de 1 000 communes touristiques, dont environ 500 sont des stations classées.

La première réglementation impose des critères de base. Pour devenir une commune touristique d'excellence et donc une station classée, des critères supplémentaires doivent être remplis. Environ la moitié des communes touristiques répondent à ces critères plus stricts.

En 2023, nous avons procédé à une révision de l'arrêté sur les stations classées et donc le niveau d'excellence. Cette révision avait deux objectifs principaux. Le premier était d'introduire des critères de développement durable, comme l'a mentionné Monsieur SUEUR, car le gouvernement aspire à faire de la France la première destination de tourisme durable d'ici 2030.

Nous nous sommes dit que les stations classées devaient participer à cet objectif. Nous avons donc intégré plusieurs critères écologiques. Nous avons travaillé en étroite collaboration avec des élus sur cette question, dont certains sont d'ailleurs dans la salle. Je pense que nous avons accompli un excellent travail dans une concertation exemplaire. C'est très satisfaisant de travailler dans de telles conditions.

Philippe SUEUR

Nous étions réunis, comme à l'occasion d'un séminaire de grande entreprise, au Bercy Lab, en compagnie de jeunes animateurs rompus à ce type d'exercice de réflexion et de collaboration.

Hélène MACHART

Le second critère sur lequel nous avons travaillé à la demande de certains élus concernait la présence de pharmacies. En 2019, ce critère avait été modifié, imposant l'obligation de disposer d'une officine de pharmacie sur le territoire communal. Cette exigence posait problème à plusieurs communes, en particulier pour celles situées en montagne. En 2023, nous sommes parvenus à résoudre cette difficulté, j'y reviendrai.

Philippe SUEUR

En effet, le problème était dû à une évolution de la réglementation concernant la création des pharmacies. Le ministère de la Santé a instauré une régulation stricte, interdisant l'ouverture de nouvelles pharmacies dans les communes de moins de 2 500 habitants.

Prenons l'exemple de La Plagne, c'est une commune de 2 000 habitants. Si elle n'a jamais eu de pharmacie, il est désormais impossible d'en créer une. Cette situation pose un véritable problème.

Hélène MACHART

Effectivement, en l'absence de cette disposition dans le Code de la Santé publique, notre critère n'aurait posé aucun problème. Cependant, cette disposition existe bel et bien, et le ministère de la Santé refuse de la modifier. Par conséquent, nous avons dû revoir notre critère afin de régler la question.

Pour être très précise, l'arrêté relatif aux stations classées comporte neuf catégories de critères. Je vais donc vous exposer les critères que nous avons modifiés en 2023.

La première catégorie de critères concerne l'accès et la circulation au sein de la commune touristique. L'objectif était de proposer des alternatives à la voiture individuelle. Nous avons adopté une approche très large incluant le transport collectif s'il est possible, des stations de location de voitures, du covoiturage, ou encore des vélos. De nombreuses communes offrent déjà ce type de services, qu'ils soient gratuits ou payants, opérés par des entités privées ou publiques. L'important est de permettre aux visiteurs d'arriver dans la commune et de s'y déplacer sans voiture individuelle.

Nous avons également demandé aux communes de communiquer sur ces moyens de mobilité alternatifs, mais aussi de prévoir un accueil spécifique pour les touristes à vélo, avec des consignes pour déposer les bagages et des abris sécurisés pour les vélos comportant des bornes de recharge électrique.

Concernant le critère lié à l'accès à Internet, une proposition émanant des élus visait à mettre à disposition des touristes des informations sur la sobriété numérique, notamment dans les offices de tourisme. Ces bonnes pratiques étaient déjà en place et nous les avons estimées souhaitables. Les élus y étaient très favorables.

Nous n'avons en revanche apporté aucune modification en 2023 aux critères concernant les catégories d'hébergement touristique, l'accueil, l'information et la promotion touristique sur la commune, je passe donc sur ces points.

Concernant les services de proximité, il existe toute une liste de catégories de services à prévoir sur la commune. Nous avons précisé quelques points, toujours dans une optique écologique. Par exemple, sur les marchés hebdomadaires ouverts durant la période estivale, il est demandé de prévoir la vente de produits locaux et/ou biologiques, une pratique déjà courante et appréciée sur ces marchés.

Quant aux pharmacies, il est important de rappeler qu'avant 2023, il était impératif d'avoir une officine de pharmacie sur le territoire communal. Comme nous l'avons dit précédemment, cette exigence était souvent irréalisable. Nous avons donc introduit des alternatives. Idéalement, une officine devrait être présente sur le territoire de la commune. Si ce n'est pas possible, il faut qu'une officine soit accessible en 20 minutes maximum de trajet en voiture. Une autre option consiste à offrir une prestation pharmaceutique sur le territoire communal. Cette prestation ne se limite pas à une officine de pharmacie ; elle peut aussi relever du dispositif « pro-pharmacien », lancé par le Ministère de la Santé. Ce dispositif permet à un médecin de délivrer et vendre les médicaments qu'il prescrit à ses patients. La troisième alternative proposée consiste en la livraison des médicaments à domicile, opérée par une pharmacie.

En résumé, s'il n'existe pas d'officine sur la commune, les alternatives sont : une autre officine à moins de 20 minutes en voiture, le dispositif propharmacien ou encore de la livraison de médicaments par une pharmacie.

Géraldine LEDUC nous a interrogés sur les retours concernant ces critères depuis l'entrée en vigueur de l'arrêté. À ce jour, nous n'avons reçu aucune remontée de difficultés. Il nous a principalement été demandé de clarifier certaines dispositions, concernant notamment ce qui était obligatoire ou non lorsque ce n'était pas suffisamment clair.

Nous avons enregistré dix renouvellements en 2023, mais je ne sais pas s'ils sont intervenus avant ou après la publication du mois de juin. En 2024 cinq renouvellements ont déjà été obtenus. En général, nous comptons environ 10 à 12 renouvellements par an. D'habitude, les préfetures ou les communes nous informent des difficultés, mais jusqu'à présent, nous n'avons reçu aucune remontée de problèmes. Nous avons en revanche reçu de nombreuses questions, ce qui nous laisse penser que la situation s'est plutôt bien régularisée. Nous verrons avec le temps si cela se confirme.

Quant à la catégorie concernant les activités et les équipements sur le territoire de la commune, elle n'a subi que de légères modifications concernant principalement l'affichage d'informations relatives à la pollution, aux déchets, aux mégots, etc.

Par ailleurs, nous avons ajouté une disposition non obligatoire stipulant qu'il est souhaitable de compter sur le territoire de la commune un maître restaurateur ou un chef engagé dans une cuisine écoresponsable, avec réutilisation des déchets.

Philippe SUEUR

Je rappelle que le titre de maître restaurateur est un label d'État

Hélène MACHART

Il est effectivement administré par des collègues au sein du ministère.

Dans la catégorie urbanisme et actions en matière d'environnement, nous avons ajouté l'obligation de préparer un document définissant la stratégie et les objectifs de la commune en matière de tourisme durable. Ce document doit présenter les enjeux, les objectifs et les moyens mis en œuvre. Il peut s'agir, par exemple, de la gestion des flux touristiques lors des pics de fréquentation ou des mesures prises en matière de sobriété énergétique.

Nous avons pu constater hier, à titre d'exemple, que la commune du Grand-Bornand éteint l'éclairage public à minuit, ce qui constitue une bonne mesure en matière de sobriété énergétique. La rénovation des bâtiments pour améliorer leur efficacité énergétique en fait également partie.

Il est prévu qu'au bout de six ans, un document réactualisé soit transmis à la préfecture, le classement étant valable pour douze ans. Cette précision est essentielle, car certaines communes ne comprenaient pas cette exigence. Le document doit être fourni lors du dépôt de la demande de renouvellement ou de la première demande de classement, puis, au bout de six ans, un document réactualisé doit être soumis, car des évolutions ont pu survenir, notamment en matière de sobriété énergétique : il s'agit en effet d'un domaine en constante progression.

Nous prévoyons également une sensibilisation des agents communaux, des acteurs économiques, des hébergeurs et des touristes. Il est de plus en plus courant que les agents communaux reçoivent des formations sur la préservation du patrimoine naturel et les gestes écologiques. Il n'est pas question de 50 heures de formation annuelles par agent, mais d'organiser au moins une formation succincte. C'est vraiment à la discrétion de la commune.

Il est possible aussi, par exemple, de réunir les acteurs du tourisme pour leur expliquer les gestes écoresponsables à adopter dans les hébergements touristiques. Je suis actuellement hébergée dans un hôtel au Grand-Bornand et j'ai remarqué des affichettes destinées à la clientèle indiquant « *Si vous séjournez plusieurs jours, ne changez pas vos serviettes de toilette quotidiennement afin d'économiser l'eau.* » Ces messages visent à sensibiliser tant les hébergeurs que les touristes.

Nous avons également d'autres critères non obligatoires, tels que la mise en place de bornes de recharge pour véhicules électriques, à raison d'une borne pour vingt places de stationnement. Je tiens à rassurer les collectivités sur le fait que nous ne leur demandons pas de prévoir elles-mêmes ces bornes. Si cela devait devenir obligatoire, ce ne serait pas de notre fait, mais de celui d'un autre Ministère. Pour ma part, je ne m'occupe que de la réglementation des stations classées.

Nous avons jugé que c'était une bonne idée car cela favorise la mobilité décarbonée. Toutefois, nous n'avons pas inclus cette disposition comme critère obligatoire après discussion avec les élus et il est hors de question de l'imposer. Nous sommes ouverts à ce que les communes ne soient pas les seules à prévoir ces bornes et qu'elles puissent s'appuyer sur les acteurs économiques locaux, tels que des stations-service, les hôtels, les supermarchés, les hébergeurs et les gîtes pour en installer. Ces bornes sont comptabilisées dans les critères, mais ne constituent pas une obligation.

Un intervenant

Dès lors que nous n'avons pas la maîtrise de la situation, il est totalement inutile de nous imposer une directive, car nous ne pourrions tout simplement pas la mettre en œuvre. J'ai bien compris que cette directive est facultative, mais son fondement repose sur un principe qui n'est absolument pas réaliste. Comment voulez-vous que nous y parvenions ?

Hélène MACHART

Chaque situation est unique. En effet, dans votre cas précis, ce n'est pas envisageable. Toutefois, il existe d'autres régions dans lesquelles c'est possible.

Un intervenant

Les critères d'installation des bornes par les syndicats ne sont pas déterminés par les demandes du maire, mais par la consommation spécifique observée sur les bornes existantes. Si la consommation est faible, l'installation d'une borne ne sera pas envisagée. De plus, l'idée d'imposer une borne pour vingt places de parking est totalement irréaliste et inapplicable.

Hélène MACHART

C'est possible sur d'autres territoires, nous l'avons constaté.

Un intervenant

Effectuez un test sur toutes les stations classées, afin de déterminer si c'est réalisable. Vous constaterez, à mon avis, que c'est extrêmement complexe.

Richard PACCAUD

Je suis Richard PACCAUD, maire d'une petite commune, Ars-Sur-Formans. Sur notre territoire le syndicat a fait installer à sa charge une borne électrique dans chaque village.

Au niveau de la mairie, la communauté de communes nous subventionne à hauteur de 50 % si nous souhaitons en acquérir d'autres en complément, sur certains parkings quand

c'est obligatoire, à l'occasion de leur création, notamment. Nous ne rencontrons pas ce problème dans notre commune.

Philippe SUEUR:

Nous avons anticipé cette question et vous en avons informé.

Hélène MACHART :

Effectivement. Cependant je suis très intéressée par les retours concernant les réalités du terrain.

Philippe SUEUR:

Je note que vous avez conservé le terme de « borne ». Je pense qu'il faudrait employer le terme de poste de recharge car un poste peut comporter trois, quatre ou cinq bornes quand une même borne peut, en réalité, alimenter deux véhicules.

Michel FRUGIER

Je suis Michel FRUGIER, je représente France Station Nautique et je suis l'adjoint au maire d'Aix-les-Bains. Sur notre commune, nous avons le SDES, le Syndicat Départemental d'Énergie de la Savoie qui s'est engagé à installer des bornes de recharge électrique dans les zones touristiques.

Bien que nous ne soyons pas encore parvenus à un ratio de 1 borne pour 20 places, nous progressons rapidement vers cet objectif. Les hôtels ont été incités à installer des bornes de recharge, car les offices de tourisme reçoivent de plus en plus de demandes de la part de visiteurs utilisant des véhicules décarbonés, qui rencontrent des difficultés pour se recharger. Il est crucial que les communes touristiques fassent un effort significatif en ce sens dès maintenant. En effet, dans cinq à dix ans, 30 à 40 % des véhicules seront électriques, et il sera indispensable de pouvoir les recharger sur place. Je peux vous assurer que ces stations sont très fréquentées, il n'y a pas de souci.

En ce qui concerne l'éclairage public, il est impensable de l'éteindre la nuit dans une ville de 30 000 habitants pour des raisons de sécurité. Dans les villes touristiques, il est essentiel de maintenir un bon éclairage nocturne pour garantir la sécurité et le confort tant des habitants que des visiteurs.

Les anciennes lampes, qui consomment beaucoup plus, doivent cependant être remplacées par des LED. Nous avons donc opté pour le passage à l'éclairage LED dans notre commune car il est préférable à l'extinction partielle de l'éclairage public.

Philippe SUEUR

Il est impératif de disposer du maximum de capteurs et de variateurs. Il ne faut pas non plus négliger la pollution.

Hélène MACHART

L'impact est effectivement considérable sur la biodiversité et les insectes en particulier.

Lorsque j'évoque les mesures de sobriété, je parle notamment de passer à l'éclairage LED. Cependant, toutes les communes ne disposent pas encore des ressources nécessaires pour effectuer cette transition. La première mesure à envisager consiste donc à éteindre l'éclairage public. Toutes ces initiatives sont bénéfiques. Néanmoins, nous laissons à la discrétion de chaque collectivité le soin de faire le choix qui lui convient le mieux.

Un intervenant

Je suis très surpris car nous avons également délégué cette compétence au Syndicat Départemental Energie Savoie (SDES). Toutefois, rien n'empêche un opérateur privé d'intervenir sur le domaine public. Je vais vous transmettre les statuts de notre SDES, car j'avais exprimé mon refus de voir des fonds publics financer l'installation de bornes de recharge. Les collectivités n'ont jamais eu à financer l'installation de stations-service sur leur territoire !

En réalité, lorsque des bornes de recharge sont installées dans une commune, cela se fait avec l'argent des impôts de nos habitants, et ce, principalement au bénéfice de personnes venant de l'extérieur.

Nous avons conclu un contrat avec le SPIE, bien que nous soyons affiliés au SDES. Nous avons refusé les bornes proposées par le SDES car elles engageaient de l'argent de la commune ou de l'intercommunalité.

Philippe SUEUR :

En ma qualité de maître du temps, je tiens à rappeler que nous sommes actuellement engagés dans un atelier consacré à l'établissement ou à la mise en place des critères des stations classées. L'année prochaine, nous organiserons un atelier dédié à la transition énergétique.

Hélène MACHART

Il serait également pertinent de rassembler les bonnes pratiques observées dans les communes, stations classées où les initiatives ont été couronnées de succès, afin de les diffuser largement. Géraldine, nous pourrions discuter ensemble de cette possibilité, car cela pourrait aider un grand nombre de collectivités à suivre cette même voie.

Nous aborderons également un autre critère à la fin de cette réunion, qui, je pense, suscitera de nombreuses réactions. Je laisserai donc un peu de temps pour ce dernier point.

En ce qui concerne l'hygiène, les équipements sanitaires et la gestion des déchets, nous avons indiqué la nécessité de mettre à disposition des cendriers et des poubelles permettant le tri des déchets. Cependant, la réglementation du ministère de la Transition écologique a déjà pris en compte ces aspects. Nous ne sommes donc pas plus contraignants que ce que prévoit le Code de l'Environnement.

Pour ce qui est de la sécurité, il existe déjà un plan de sécurité que la collectivité doit présenter dans son dossier de classement. Nous avons ajouté des précisions concernant la gestion des flux touristiques, notamment pour préciser comment la commune gère ces flux en période de forte affluence. Cela fait partie de la révision de 2023, stipulée dans l'arrêté de juin 2023. Il est demandé de fournir un plan de sécurité, déjà existant, en précisant les dispositifs mis en place en cas de pics de fréquentation importants, si tant est que vous ayez à gérer de tels pics de fréquentation.

Lors de la révision de 2023, les élus locaux ont signalé une difficulté majeure concernant l'hébergement touristique. En effet, l'arrêté stipule qu'au moins 70 % des hébergements touristiques d'une commune doivent être classés, ce qui inclut à la fois les hôtels, les campings et les meublés de tourisme. Ce classement, allant d'une à cinq étoiles, est prévu par le code du tourisme pour chaque catégorie d'hébergement.

Dans les communes très fréquentées, où l'on observe une prolifération des meublés de tourisme, loués via des équivalents Airbnb, beaucoup d'hébergements ne sont pas classés en raison de leur nature temporaire. Les propriétaires louent parfois leur logement deux fois par

an, et ne voient pas l'intérêt de se classer, notamment à cause des coûts. Par conséquent, ces hébergements restent non classés.

Lorsque ces meublés de tourisme deviennent très nombreux, les communes ne parviennent plus à atteindre les 70 % requis par la réglementation. Géraldine LEDUC, Simon LEBEAU et toute mon équipe ont rapporté de nombreux cas de communes confrontées à ce problème, rendant leur renouvellement impossible. Nous avons donc organisé une concertation sur le sujet et je pense que vous avez tous été sollicités pour réfléchir à l'évolution de ce critère.

Nous avons reçu plusieurs propositions d'élus locaux, que nous remercions pour leur créativité. Nous avons ensuite testé ces propositions sous divers angles comme la faisabilité économique, les aspects juridiques et les effets potentiels. Parmi toutes les options envisagées, nous avons finalement retenu celle consistant à exclure temporairement les meublés de tourisme du calcul des 70 %. Je précise bien qu'il s'agit d'une mesure temporaire, car l'arrêté peut être modifié à tout moment. Cette décision vise à résoudre le problème des communes qui ne pouvaient pas obtenir leur renouvellement. En excluant temporairement les meublés de tourisme du calcul des 70 %, ces communes pourront ainsi rester classées.

Parallèlement, un travail est déjà en cours dans de nombreuses communes pour collaborer avec les plateformes et les hébergeurs, afin d'inciter à classer les logements. Il est essentiel de se donner le temps nécessaire pour mener à bien cette démarche. Une fois cet objectif atteint, nous pourrons réintégrer les meublés de tourisme dans le calcul des 70 %. Je suis consciente que de nombreux élus tiennent à ce que ces hébergements soient maintenus dans le calcul des 70 %, cependant, il était impératif d'agir en urgence. Cette solution est temporaire et nous devons travailler en parallèle sur les moyens d'inciter les hébergeurs à se classer, ce qui n'est pas une tâche aisée. Je sais que Monsieur CHAPALAIN est très impliqué sur cette question et qu'il existe déjà de bonnes pratiques. Il est crucial de collaborer sur ce sujet.

Michel FRUGIER

Merci beaucoup. J'ai une question à poser concernant la détermination du nombre de logements Airbnb. Comment procède-t-on pour l'établir ? Les propriétaires devraient normalement déposer une demande en mairie. Si nous ne sommes pas en mesure de les identifier, nous ne pouvons pas les intégrer aux 70 % qui deviennent dès lors très faciles à atteindre. Vous comprenez ce que je veux dire ?

Cela présente un caractère quelque peu pervers. Mais si je ne connais pas tous les logements Airbnb, je ne peux pas les déclarer et, par conséquent, si je ne les déclare pas, le taux de logements classés par rapport au nombre total augmente inévitablement. Vous voyez la perversion de la situation ! Cependant, ma question demeure cruciale, car je souhaite éviter toute irrégularité.

Michel PERRAULT

Nous faisons face à une prolifération de locations non classées, pratiquant des tarifs exorbitants. Actuellement les seuls qui sont classés, ce sont les logements des adhérents à l'office de tourisme. Les particuliers qui font cet effort de classement ne passent pas par des plateformes la plupart du temps.

Ces propriétaires sont pénalisés, car le renouvellement du classement est désormais réalisé par des entreprises privées qui facturent cette procédure 500 euros. Cette situation a incité notre office de tourisme à se doter de l'habilitation nécessaire pour effectuer lui-même

les renouvellements de classement dès le second semestre 2024 afin de prévenir la disparition des logements classés.

Environ 800 logements échappent actuellement à ce classement, car leurs propriétaires ne souhaitent pas payer les 500 euros requis. Cette situation est particulièrement problématique pour notre commune, qui est une destination touristique importante. À terme, il nous sera impossible de respecter le critère de 70 % de logements classés.

Jean-Pierre BCEUF

Bonjour, je représente Arles-Camargue. Je vous remercie pour cette excellente nouvelle. En effet, notre commune fait partie de celles où les meublés représentent aujourd'hui 47 % de la capacité d'hébergement marchand. Nous comptons près de 2 000 meublés, et il nous est effectivement impossible d'atteindre le critère des 70 % d'hébergements classés.

En examinant les dates de classement, j'ai constaté que des villes comme Nice, Biarritz, et bientôt Marseille, sont concernées. Cette mesure est donc parfaite pour ces grandes communes. Je partage entièrement votre avis sur la nécessité de classer ces hébergements.

Il est crucial de noter que ces hébergements non classés ne sont pas pour autant de mauvaise qualité. Si nous souhaitons atteindre demain ce critère de 70 % d'hébergements classés, il est impératif de trouver une solution pour obliger tous les meublés à se soumettre à cette procédure de classement. Certains ne pourront pas être classés, et ils resteront effectivement non classés, ce qui reflétera une réalité en termes de qualité d'hébergement. Tant que nous n'imposerons pas cette obligation, nous n'atteindrons jamais les 70 %. Je vous le dis, avec mes 2 000 meublés à Arles, et probablement 6 000 à 8 000 à Marseille, cela sera impossible en raison de la capacité hôtelière.

Chez nous, la capacité hôtelière ne représente plus que 25 %, et nous avons très peu de campings. En effet, de nombreuses communes atteignent les 70 % grâce à la capacité de leurs campings. Avec un ratio de quatre couchages pour un emplacement, cela peut aller très vite dans les communes littorales, où pratiquement tous les campings sont classés. Cependant, dans des stations plutôt urbaines, où les campings sont moins nombreux, comme dans les villes que j'ai mentionnées, nous n'atteindrons jamais les 70 % sans une obligation de classement pour les meublés, qu'il soit finalement obtenu ou non.

Sylvain CHARLOT

Concernant ce sujet, il est indéniable que la loi de finances a engendré un véritable fiasco législatif, notamment en ce qui concerne l'évolution des différences de fiscalité entre les locations meublées classées et non-classées. En effet, la loi de finances a été adoptée, entraînant un alignement des abattements fiscaux pour les locations nues et les locations meublées touristiques, abaissant ainsi le taux à 30 %, contre 50 % et 71 % auparavant pour les locations classées.

L'intérêt du classement réside dans le régime micro-BIC, qui permet de bénéficier d'un abattement fiscal de 21 % sur les recettes locatives. Cependant, la loi de finances a modifié ces dispositions. Par ailleurs, la proposition de loi Le Meur avait plutôt joué sur les seuils de maximum déclaratifs en les abaissant à 15 %, tout en maintenant un abattement exceptionnel de 71 % pour les destinations touristiques non tendues dans le cadre de la loi de finances.

Un travail considérable de simplification a été réalisé, notamment par les sénateurs. La réponse apportée pour les meublés des destinations touristiques a été d'aligner les abattements sur les locations de longue durée à 30 %. Cependant, maintenir un taux de 50 % pour les locations classées aurait constitué une mesure incitative.

Il convient de souligner que cette réforme vise également à réguler les plateformes de location telles qu'Airbnb, souvent accusées d'être à l'origine de tous les maux, dont les difficultés de location. Le groupe de travail interministériel, auquel l'ANETT a participé, a permis de reconnaître qu'il existait d'importantes disparités territoriales concernant ces plateformes. Dans certains territoires, elles représentent un véritable avantage, tandis que dans d'autres, elles peuvent engendrer des tensions sociales. Une distinction a donc été établie.

Toutefois, il est important de se souvenir que le classement reste une démarche volontaire, que l'on s'adresse aux plateformes ou aux agences immobilières. Cette démarche volontaire s'évalue en termes de retour sur investissement. Être référencé sur une centrale de réservation peut favoriser le fait d'être classé.

Malheureusement, la dissolution de l'Assemblée a interrompu tous les travaux en cours, et c'est actuellement la loi de finances qui s'applique.

Il existe une contradiction entre vouloir promouvoir le classement et l'absence actuelle de valorisation fiscale de ce dernier, j'alerte donc sur la question. Tout ce qui est publié sur les plateformes échappe à notre contrôle, car si un agent immobilier ou une centrale de réservation peuvent rappeler d'aller se faire enregistrer en mairie, ce n'est pas le cas des plateformes.

Nous avons beaucoup milité pour la généralisation de la télédéclaration, avec l'obligation d'inscrire un numéro d'enregistrement sur chaque annonce, comme c'est déjà le cas dans les communes de plus de 250 000 habitants et dans les destinations tendues. Une fois cette mesure mise en place, le numéro de télédéclaration signifiera que le bien a été enregistré en mairie. Cela entraînera ensuite un travail conséquent sur la notion de classement pour parvenir à atteindre l'objectif de 70 %. L'objectif est d'améliorer qualitativement l'ensemble de l'offre touristique. Cependant, il est crucial d'anticiper certains points pour réussir cette démarche.

Philippe SUEUR:

Nous ne nous attarderons pas davantage sur ce sujet, mais je tiens à remercier Sylvain CHARLOT pour ces éclaircissements. En effet, nous disposons d'environ deux ans pour parvenir à un encadrement qualitatif et fiscal, car l'incitation fiscale jouera un rôle déterminant. Jérôme PAYANY, présent dans la salle, pourrait intervenir et approfondir ce sujet pendant au moins une heure, tant il est crucial.

Il est également impératif que l'État adopte une position ferme vis-à-vis des plateformes. Bien que l'encadrement fiscal actuel, notamment avec Airbnb, soit relativement efficace, il demeure perfectible. Nous avons obtenu des retours statistiques très riches et encourageants, mais il est nécessaire d'aller plus loin. Il est essentiel que toutes les plateformes n'hébergent plus que des logements classés.

Hélène MACHART :

Concernant la connaissance de l'existence des meublés., il est à noter qu'au ministère, nous œuvrons à instaurer une obligation pour les plateformes de transmettre aux collectivités les informations relatives aux meublés présents sur leur territoire. Vous pourrez ainsi disposer à l'avenir d'une connaissance plus précise des meublés existants, cependant, la question du classement demeurera.

Il est évident que même les plateformes ne savent pas toujours si ces meublés sont classés ou non. Il sera donc nécessaire de collaborer avec elles pour déterminer comment elles pourront également recenser cette information et encourager les hébergeurs à se diriger vers le classement.

Isabelle POCHAT-COTTILLOUX

Intervention inaudible.

Hélène MACHART :

Je vous remercie pour ce témoignage. Il est essentiel de diffuser ces bonnes pratiques. Il faut conclure, parce que Monsieur SUEUR rappelle que deux autres interventions sont prévues.

L'arrêté a été signé par notre ministre ainsi que par le ministre de l'Intérieur car il relève de deux compétences distinctes. Toutefois, il n'a pas encore été publié au Journal Officiel. En raison de la dissolution, certaines publications ont été gelées, y compris celle de cet arrêté.

Par conséquent, tous les dossiers en attente de renouvellement ne peuvent être traités tant que l'arrêté n'aura pas été publié au JO. Si vous vous trouvez dans cette situation et que vous ne parvenez pas à atteindre les 70 %, informez-en la préfecture de votre département ainsi que notre service, nous pourrions vous expliquer comment vous y prendre.

Intervention inaudible.

Pour l'instant aucune station n'a perdu son titre de station classée. En effet, nous avons prévu une disposition stipulant que toutes les demandes de classement en cours d'examen par la préfecture au moment de la publication de l'arrêté bénéficieront du nouveau cadre. Ainsi, nous veillons à ce que le dossier de Nice reste en cours d'examen jusqu'à la publication de l'arrêté au Journal Officiel, afin qu'il soit soumis à la nouvelle réglementation et renouvelé en conséquence. Si ces explications vous semblent techniques ou peu claires, n'hésitez pas à nous contacter. Nous sommes à votre disposition pour vous fournir des précisions.

Philippe SUEUR:

Cette précision revêt une importance particulière, car hier, nous avons introduit ce sujet en mentionnant que nous attendions l'arrêté. En effet, celui-ci est actuellement en cours de finalisation.

Nous devons maintenant poursuivre, et selon l'ordre du jour, c'est à Sylvain CHARLOT de prendre la parole.

Géraldine LEDUC

Permettez-moi, Monsieur le Président, de présenter une brève introduction afin d'optimiser le temps.

En examinant l'article 11 du plan Destination France, nous avons constaté qu'il incluait non seulement la procédure de classement, mais également la valorisation et la promotion des stations classées. Comme vous l'avez mentionné précédemment, un touriste ne choisit pas une station en raison de son classement. Nous avons donc organisé un groupe de travail avec la Direction Générale des Entreprises, Atout France et l'IGN. Atout France nous a recommandé de soumettre un dossier de candidature à un appel à manifestation d'intérêt (AMI) sur le marketing digital

Sur ce sujet technique, nous avons eu la chance qu'Élise BRISSEAU rejoigne notre équipe. Élise, pourriez-vous rappeler brièvement la définition du marketing digital ?

Élise BRISSEAU

Le marketing digital englobe l'ensemble des stratégies et des techniques employées pour promouvoir. En l'occurrence il s'agit de la marque « Station Classée ». Cela inclut les réseaux

sociaux, le référencement sur les pages web, les sites internet, ainsi que les campagnes par e-mail.

Géraldine LEDUC

Elise a examiné la situation de nos stations classées. Nous avons soumis notre candidature en octobre et avons reçu le résultat dans le train avant-hier soir. Notre candidature a été retenue. Bien que cela ne soit pas encore officiellement annoncé, nous en sommes très fiers.

Je vais maintenant céder la parole à Sylvain CHARLOT, qui vous expliquera en quelques mots en quoi cela consiste. Nous sommes particulièrement heureux car nous serons accompagnés par Atout France pour promouvoir nos stations d'excellence.

Témoignage de Sylvain CHARLOT

Représentant d'Atout-France

Merci, Géraldine. En effet, ce projet est remarquable, car les stations classées offrent de nombreux avantages, notamment en termes de dotation globale et de surclassement par rapport à la population existante.

Cependant, la question soulevée concerne essentiellement la valorisation du retour sur investissement. Obtenir ce classement constitue un investissement conséquent, cependant, sommes-nous en mesure de le valoriser de manière claire et distincte sur le plan promotionnel ? Ce sujet est complexe. Le statut de station classée est-il compris et intégré par la population française ? Fait-elle la distinction ? Et la question se pose encore plus concernant la population internationale. C'est un vrai sujet.

Au-delà du classement, l'enjeu réside dans les efforts entrepris pour améliorer la qualité de l'offre sur le territoire. Ce point peut être mis en avant pour faire la promotion des stations classées.

Un label ou un classement n'est pas toujours facile à promouvoir. Prenons l'exemple du label « Flocon vert » que nous cherchons à valoriser. Ce n'est pas un classement d'État, mais il concerne la montagne. À présent des offices de tourisme le mettent en avant car il a obtenu une reconnaissance.

Toutefois, ce n'est pas le résultat qui importe, mais le chemin parcouru. En effet, obtenir un classement ou un label témoigne de la capacité à mobiliser l'ensemble des acteurs du territoire qu'il s'agisse d'élus, de techniciens ou de socioprofessionnels pour coconstruire la destination de demain.

Dans cette démarche collective, de nombreux critères doivent être pris en compte. Une métaphore serait plus claire. Imaginez une table de mixage qui les reprendrait tous. Quels critères devraient être poussés au maximum et quels autres laissés plus en sourdine ? Aujourd'hui, la question se pose de savoir comment promouvoir les éléments particulièrement distinctifs, et ce notamment sur le plan digital.

Nous disposons d'un socle commun, mais les éléments distinctifs varient selon les typologies de destination, les territoires et les clientèles. Pour une stratégie de marketing digital efficace, il est crucial de bien cibler la clientèle adéquate. Devons-nous recourir plutôt à des influenceurs ou aux réseaux sociaux ? La réponse réside dans l'adaptation de notre approche en fonction de ces paramètres.

Le timing de notre réunion est particulièrement opportun, car nous venons de finaliser une vaste étude menée par Harris Interactive. Cette étude porte à la fois sur la perception de la

France et d'autres pays en tant que destinations touristiques, tant par les Français que par la clientèle internationale et sur les éléments distinctifs par grande typologie de destination.

Il est important de retenir que ceux qui ont effectivement voyagé en France lui attribuent une bien meilleure note que ceux qui ne l'ont pas visitée. Ils lui donnent en effet de 1,2 point de plus, sur 10 en moyenne. Cela prouve que la qualité de notre offre, de notre accueil et de nos services n'est pas suffisamment connue. Je pense par conséquent qu'il faut promouvoir ces aspects.

Nous avons également analysé les éléments distinctifs par typologie de destination, en identifiant les points d'interpellation des clients. En écoutant les échanges concernant l'évolution des critères, j'ai d'ailleurs relevé les points de recoupement. Les premiers critères mis en avant par ceux qui ont répondu à l'enquête sont le rapport qualité-prix puis la qualité des hébergements. Ces deux critères apparaissent systématiquement en première et deuxième position, quelle que soit la destination qu'il s'agisse du littoral, de la campagne, de la montagne ou de la ville. Ils constituent un socle incontournable. Il est crucial de bien identifier nos différents socles et de connaître les critères à mettre en avant pour promouvoir les stations classées.

Le littoral représente 45 % des stations classées. En ce qui le concerne, le troisième critère indiqué est l'aménagement et la propreté des plages. Cela correspond bien au nouveau classement, qui inclut justement ce critère. Il est par conséquent pertinent pour les stations littorales de se concentrer sur cet aspect.

Pour la montagne, les premiers critères restent le rapport qualité-prix et la qualité des hébergements, mais apparaissent ensuite les bienfaits pour la santé et l'importance d'une nature préservée. Il est patent que la gestion des ressources et de l'environnement, qui influence aussi sur le classement, doivent être mis en avant.

En parallèle du classement des stations, il faut considérer aussi le label de « destination d'excellence » qui étrangement d'ailleurs, malgré son intitulé de « Destination » porte en réalité sur les composantes de cette destination, qualifiées ou non de « Destinations d'excellence ». J'estime qu'un travail d'identification de ce qui fait sens est à mener.

La question centrale sera de déterminer l'objet de cet appel à manifestation d'intérêts. Comment passer des 512 stations classées sur 1000 stations touristiques à une segmentation plus précise ? Nous savons que 45 % des stations classées sont situées sur le littoral, 27 % en montagne 6 % en ville et que 12 % relèvent du thermal, ce qui implique une certaine perméabilité avec la montagne notamment.

Nous sommes ravis que ce projet soit retenu. C'est en effet un vrai enjeu que de déterminer comment ce classement, qui constitue avant tout un avantage pour le fonctionnement communal peut devenir un élément distinctif dans le cadre de la promotion. La population explose pendant les pics de fréquentation en comparaison avec la population permanente, ce qui nécessite d'importants investissements, mais le classement, outre ses avantages pratiques, pourrait aussi constituer un support pour la promotion. Le marketing digital peut jouer un rôle crucial dans ce domaine.

Il est également satisfaisant de constater que 15 destinations pilotes ont été sélectionnées. Cela permettra de recueillir des retours d'expérience pour ensuite amplifier et généraliser ce qui aura été réalisé. Nous disposons d'un budget de 100 000 euros pour soutenir cette dynamique sur un budget initial de 135 000 euros.

Enfin, il est important de souligner que ce projet dépasse les prérogatives individuelles de chacun. Il s'agit d'un effort collectif afin, ensemble, de faire de la France la première destination touristique durable du monde. Ce sera grâce au cumul de destinations qui se sont

engagées et ont des atouts à faire valoir que nous serons en capacité d'avoir un marqueur international qui s'avérera bénéfique pour la France.

Prenons l'exemple du Danemark, et plus particulièrement de la ville de Copenhague. Ce pays est remarquablement avancé sur la question du développement durable. C'est criant lorsqu'on visite Copenhague. Pourtant, bien que peu de gens savent qu'ils utilisent des tableaux, des indicateurs et des classements basés sur les 17 objectifs de développement durable international. Ce qui importe, c'est la notoriété de leur engagement durable, qui transcende les frontières. Une fois sur place, les visiteurs ne sont pas déçus, car tous les acteurs locaux sont alignés sur ces objectifs.

Ils avaient notamment pour but de réduire de 80% l'utilisation de plastique dans la restauration. Eh bien, en trois ans, ils ont atteint un objectif de zéro plastique. Bien que ces éléments ne soient pas encore distinctifs aujourd'hui, nous observons des signaux faibles indiquant des caractéristiques qui interpellent les clients, comme les voyages décarbonés, la gestion des déchets, la propreté et la qualité de l'accueil.

Les classements vont dans le même sens. Nous nous inscrivons dans une dynamique qui peut sembler contraignante, être parfois même inconfortable, comme lors des discussions concernant les bornes de recharge, cependant, c'est ensemble que nous pourrions faire évoluer les choses. L'objectif est à présent de déterminer ce que nous pourrions promouvoir.

Applaudissements.

Philippe SUEUR:

Je vous remercie sincèrement. L'attractivité constitue un enjeu majeur. Elle repose sur deux séries de critères distincts. D'une part, nous avons les critères corporels ou matériels, toutes les stations touristiques classées y répondent et, de l'autre des critères incorporels, immatériels, des ressentis, tels que la notoriété, sont également à prendre en considération. C'est précisément ce travail expérimental que nous allons initier avec les quinze stations identifiées.

Merci de cette action.

Hélène MACHART

Je tiens à féliciter l'équipe pour le travail considérable accompli afin de répondre à la demande émise. De nombreuses discussions ont été menées avec Géraldine LEDUC et Simon LEBEAU. Je les ai beaucoup encouragés à s'investir dans cette candidature. Je suis ravie d'apprendre que vous êtes parmi les lauréats.

Témoignage de Stéphanie BARRIERE-RIFFORT

Chargée relations institutionnelles Tourisme et sports de l'IGN (Institut national de l'information géographique et forestière)

L'Institut national de l'information géographique et forestière est un service public sous la double tutelle des ministères de l'Écologie et de l'Agriculture. Notre mission consiste à produire et diffuser des informations géographiques au travers de thématiques.

Nous nous intéressons tout particulièrement à l'attractivité touristique des territoires. Aujourd'hui, certains d'entre vous connaissent sûrement le Géoportail, un site gouvernemental qui enregistre environ cinq millions de visites par mois. L'IGN en est l'administrateur. Ce site, propriété de l'État, regroupe les données cartographiques et les photographies aériennes que nous produisons, ainsi que des informations provenant de diverses structures, de l'agriculture ou de la forêt notamment, je ne vais pas entrer dans le détail.

Récemment, nous y avons intégré des données relatives au tourisme. Concrètement, une mesure du plan France Relance vise à valoriser la station classée auprès des citoyens français pour mieux la faire connaître. En collaboration avec la Direction générale des entreprises et l'ANETT, nous avons examiné comment l'IGN, via le Géoportail et sa cartographie, pouvait contribuer à cette initiative.

Pourquoi cette démarche ? Parce que les Français portent un attachement assez fort à la marque IGN, notamment au travers de la pratique d'activités de plein air, de découvertes touristiques, de nos services et de nos produits. Il nous a donc semblé tout naturel de proposer à la DGE et à l'ANETT notre contribution pour valoriser ces données touristiques.

Sur le Géoportail, nous géolocalisons les communes identifiées comme touristiques et les stations classées de tourisme. Concrètement, nous présentons sur des cartes localisant les communes touristiques, des descriptifs et l'URL d'accès. Il était important pour nous d'inclure le panneau que l'on peut voir à l'entrée des communes dans le descriptif, afin de créer un lien entre les données diffusées et leur représentation sur le terrain. Nous avons également ajouté des liens vers les sites de la DGE et de l'ANETT pour fournir des informations complémentaires. Le Géoportail devient ainsi un vecteur supplémentaire de communication et d'information.

Le même principe s'applique aux stations classées. Je suis particulièrement fière de ce travail. Lorsque les données sont mises à jour dans nos bases, elles sont diffusées sur le Géoportail et reflétées sur les cartes des pages miroirs dédiées aux stations classées, des sites de la DGE et d'Atout-France où un article spécifique a été publié, incluant également cette carte.

Hélène, tu avais déjà évoqué un point crucial pour l'Institut Géographique National. Il ne s'agit pas en effet seulement de diffuser des données, mais aussi de garantir leur qualité et leur fiabilité. Ce rôle de tiers de confiance est essentiel pour nous, car il assure l'intégrité des informations intégrées dans nos bases de données. Diffuser des données est une chose, mais il est impératif qu'elles soient à jour. Comme tu l'as décrit, collecter des informations précises pour que nous puissions les actualiser constitue un très gros travail.

Concrètement, les fichiers de la Direction Générale des Entreprises alimentent nos référentiels, et nous effectuons des mises à jour périodiques. Pour ceux d'entre vous qui connaissent les cartes au 1/25 000ème de l'IGN, les célèbres Top 25, vous avez peut-être remarqué que certaines communes sont encadrées en rose. La légende indique que ces encadrements correspondent aux stations classées de tourisme.

L'IGN est fière de contribuer à la valorisation des territoires français en mettant en avant les communes touristiques et les stations classées.

Je vous remercie de votre attention. Je ne souhaitais pas aborder ce sujet pour gagner du temps, mais n'hésitez pas à profiter des quelques heures restantes pour venir discuter avec nous et découvrir notre nouvelle application Cartes IGN. N'hésitez pas à la télécharger et à en explorer les nombreuses fonctionnalités innovantes.

Applaudissements.

Géraldine LEDUC

Nous venons d'étudier le contenu des critères de classement avec Hélène MACHART. Nous allons à présent examiner leur application concrète. L'un des premiers critères à aborder est l'accessibilité et la diffusion des informations au sein de la commune.

Témoignage d'Arnaud CHEVAILLER

Directeur marketing et Expérience Client — LUMIPLAN

Je vais me concentrer sur les questions de l'accès, de la circulation dans la commune touristique et de l'information des usagers, car j'ai noté qu'elles entraînent dans les critères d'éligibilité. Je vais aborder ces trois sujets de manière concrète, à savoir : quelles solutions pouvez-vous facilement acquérir et mettre en place pour vous améliorer dans ces domaines, qui sont évidemment importants puisqu'ils constituent des critères d'évaluation.

Le premier sujet concerne la gestion des flux touristiques, notamment lors des pics d'affluence. Comment adresser ces flux de manière efficace ? Il est pertinent de raisonner par typologie de flux.

Le premier flux, souvent le plus problématique, est celui des automobilistes. Lors des pics d'affluence, ce flux crée de véritables perturbations. Une solution technique efficace consiste à installer des panneaux numériques à l'entrée de la ville pour guider, informer et alerter les automobilistes. Ces dispositifs, que l'on retrouve fréquemment dans les communes, comme au Grand-Bornand ou à Perros-Guirec, sont très efficaces. Il ne faut pas hésiter à les utiliser non seulement pour la promotion, mais aussi pour fournir des informations en temps réel sur les parkings, par exemple, ce qui peut s'avérer très judicieux.

Le deuxième type de flux concerne les piétons. Ici, il est également important de raisonner par typologie, car cela permet de rendre les dispositifs de communication plus efficaces. Pour toucher les piétons, on utilise des dispositifs plus petits, tels que des totems, placés à proximité des flux piétonniers. Ces panneaux ne servent pas seulement à guider les flux, mais aussi à proposer, inviter et valoriser des événements, améliorant ainsi l'expérience du séjour. La communication peut être ciblée en termes de lieux, de moments et de populations. Par exemple, le soir ou en journée, vous pouvez délivrer des messages différents selon les populations présentes à ces moments précis.

Le responsable de la communication de l'office de tourisme a indiqué hier, pour ceux qui ont eu la chance de participer à cet atelier, qu'il disposait d'une trentaine d'écrans répartis sur la commune. Il expliquait qu'il utilisait ces écrans de manière variée, en fonction de leur emplacement et du moment opportun. Ce qui est particulièrement intéressant dans son témoignage, c'est que ce dispositif a permis à la commune de mettre en place une gouvernance de l'information destinée aux clients. Cette gouvernance permet à la mairie, à l'office du tourisme et aux socioprofessionnels de diffuser des informations de manière coordonnée, rendant ainsi la communication numérique du territoire plus pertinente.

Par ailleurs, en termes de solutions techniques, il existe également des bornes tactiles. Contrairement aux dispositifs de diffusion, les bornes tactiles sont des outils de consultation. Elles permettent de mettre à disposition des informations existantes, souvent méconnues, et d'inciter à leur utilisation. Ces bornes peuvent être installées à l'intérieur de l'office de tourisme, mais aussi à proximité des lieux de forte fréquentation, afin de proposer et d'enrichir l'expérience des visiteurs. Par exemple, vous pouvez intégrer dans ces bornes toute la cartographie proposée par l'IGN, ce qui en constitue un usage pertinent.

Il s'agit là, déjà, de marketing digital. En effet, lorsqu'une borne tactile est installée, elle fonctionne comme un grand smartphone mis à disposition des utilisateurs. Vous pouvez ainsi leur proposer de s'enregistrer pour recevoir des éléments éventuellement sélectionnés, de façon à enrichir votre base de données, ce qui constitue l'un des éléments cruciaux du marketing digital.

Enfin, l'application mobile constitue un outil stratégique judicieux, mais tout ne peut pas reposer dessus. L'application mobile reste un complément des dispositifs physiques d'accueil

numérique que j'ai mentionnés. Le smartphone, grâce à la géolocalisation et à la possibilité de recevoir des notifications, offre des usages sur mesure extrêmement intéressants. Je tiens à souligner qu'une application mobile pour une destination touristique doit être perçue non seulement comme une source d'information, mais aussi comme un portail d'accès à des e-services. Elle permet, par exemple, de réserver en ligne ou de s'inscrire à des activités. Il est donc crucial d'exploiter pleinement les capacités techniques des smartphones. En procédant ainsi, vous apportez une véritable valeur ajoutée à vos visiteurs.

Nous collaborons avec toutes les destinations, qu'elles soient du littoral, en montagne, urbaines ou rurales. Cet outil, que vous vous approprierez, peut être calibré en fonction de vos enjeux. C'est un aspect important à considérer. Monsieur le Président, j'en profite pour mentionner l'application mobile d'Enghien-les-Bains, ainsi que celle, toute nouvelle, de la station thermale d'Evian-les-Bains. Cet outil très intéressant répond à diverses problématiques et mérite d'être pris en considération.

Enfin, pour conclure, je me pencherai sur le cyclotourisme. L'augmentation du nombre de touristes à vélo est notable. Il y a quelque temps, nous avons interrogé des professionnels du tourisme et des représentants de territoires sur les moyens de les aider face à divers enjeux, sans mentionner spécifiquement le vélo. Il est cependant apparu comme l'une des problématiques car, si les communes constataient la présence de touristes à vélo, elles ne savaient pas quels services leur apporter au-delà des abris vélo que ce soit en termes d'informations ou d'expérience sur les territoires.

En réponse à cette problématique, nous avons co-conçu avec ces acteurs un dispositif innovant. Il présente le double avantage d'être entièrement autonome, ne nécessitant aucun raccordement physique, ce qui permet de l'installer n'importe où, et de fournir des informations en temps réel.

Il s'agit donc à la fois d'un dispositif numérique qui apporte de l'information en temps réel et d'une borne interactive personnalisable. Il est capable d'informer les cyclotouristes de leur position et des services disponibles à proximité. Par exemple il est possible d'indiquer « *je suis le maire d'une commune à proximité de la piste cyclable sur laquelle vous roulez, vous pourriez la visiter* » et ainsi inciter les cyclistes à visiter la commune sans qu'ils aient à faire de détour. Ce dispositif permet ainsi de dynamiser l'économie locale en attirant les cyclotouristes vers les commerces et services de la commune.

Je vous invite à consulter le verbatim du Président du Conseil départemental de la Mayenne affiché à l'écran pour mieux comprendre cette démarche. Il est disponible aussi sur notre stand.

Sachez qu'il existe également un guide du numérique, préfacé par le Président SUEUR, qui compile l'ensemble de ce que je viens de vous dire, des bonnes idées et des bonnes pratiques. Il est accessible sur le site Web de l'ANETT, dans la boîte à outils des partenaires, ou téléchargeable en scannant le QR code.

Merci de votre attention.

Applaudissements.

Philippe SUEUR

Je précise que, lorsque je consulte les horaires de tous les trains de la Gare d'Enghien-les-Bains, j'obtiens dix fois plus rapidement le résultat sur Lumiplan que sur le site de la SNCF.

Témoignage de Stéphane AUBERT

Directeur développement territorial pour la Savoie et la Haute-Savoie — EDF

Stéphane AUBERT

Bonjour à toutes et à tous, je vais tâcher d'être bref, d'autant plus que le sujet des bornes de recharge a déjà suscité de nombreux échanges précédemment et je vais essayer de ne pas relancer le débat. L'idée est de vous éclairer quant au développement de la mobilité électrique dans les zones touristiques. Il est question de l'implantation de bornes, mais derrière, il y a surtout des électromobilistes qui viennent en voiture électrique.

Vous pouvez consulter les données à l'écran et notamment celles de l'évolution du parc automobile français. En 2010, il ne comptait que quelques centaines de véhicules électriques. Aujourd'hui, en mai 2024, selon le baromètre de l'Association Nationale pour le Développement de la Mobilité Électrique (AVERE), on dénombre 1,8 million de véhicules électriques et hybrides rechargeables en circulation, soit un véhicule sur 25. Ce chiffre est loin d'être négligeable. Les projections pour 2030 estiment qu'un véhicule sur cinq sera électrique ou hybride, soit environ 9 millions de véhicules.

Actuellement, une proportion significative d'électromobilistes visite déjà vos territoires, et leur nombre est appelé à croître selon les prévisions. Aujourd'hui, 20 % des ventes de véhicules concernent des modèles électriques ou hybrides, ce qui représente un véhicule sur cinq vendu. Comparez ces données avec la recommandation d'une borne pour 20 emplacements. Aujourd'hui il ne s'agit que d'un véhicule sur 25, mais demain il pourrait s'agir d'un véhicule sur 5.

Il n'est peut-être pas clair que l'obligation porte spécifiquement sur les points de charges accessibles au public. Le baromètre de l'AVERE indique qu'il existe aujourd'hui 133 000 points de charge ouverts au public en France, un chiffre en croissance exponentielle. Cependant, le nombre total de points de charge, incluant ceux installés chez les particuliers et dans les entreprises, s'élève à 1,7 million. Un point de charge ouvert au public est, comme son nom l'indique, accessible à tous les utilisateurs. Il est interopéré, c'est-à-dire que vous y avez accès, quel que soit votre opérateur avec votre carte de recharge.

En ce qui concerne le ratio de 1 place sur 20, il ne sort pas de nulle part. En effet, depuis 2019, la loi d'orientation des mobilités impose certaines exigences sur les parkings. Par exemple, les parkings neufs doivent être pré-équipés en bornes de recharge. Il serait regrettable de construire un parking et, quelques années plus tard, de devoir creuser des tranchées pour passer des câbles afin d'alimenter les bornes. Depuis 2021, il existe une obligation de pré-équipement d'une place sur cinq dans les parkings neufs. Cette obligation n'est ni complexe ni coûteuse à la construction, et elle permet de prévoir des infrastructures adaptées pour équiper les parkings. Quant aux parkings existants, l'obligation est d'équiper une place sur 20 d'ici 2025. Ce critère ne s'applique pas uniquement aux stations classées, mais est également une exigence de la loi d'orientation des mobilités.

Pour aller au-delà de ce critère purement chiffré de 1/20, il est important de considérer les spécificités de chaque territoire touristique. Au-delà du simple calcul du nombre de places de parking et de bornes nécessaires, il faut réfléchir aux besoins des visiteurs. Ces besoins varient selon les territoires. Par exemple, certains touristes restent une semaine à l'hôtel et auront besoin de bornes de recharge à l'hôtel, tandis que d'autres, qui visitent à la journée, auront besoin de se recharger sur une certaine durée. Par conséquent, au-delà du critère de nombre, j'insiste vraiment sur l'importance de constater l'usage effectif des bornes. Parce qu'en lui-même un nombre de bornes, ne signifie pas grand-chose. Comme vous l'avez mentionné, Monsieur le Président, nous parlons de points de charge. Une borne pouvant comporter deux points de charge. En comptabilisation, c'est aux points de charge que nous nous référons.

Il existe divers types de bornes. Il existe la borne de charge à domicile avec une prise renforcée, offrant quelques kilowatts de puissance, permettant de recharger un véhicule en environ dix heures. Elle coûte quelques centaines d'euros.

Concernant la charge ouverte au public, il existe des bornes en voirie, généralement de 7 à 22 kilowatts, ou des bornes situées dans des hôtels, des supermarchés ou des lieux attractifs. Aujourd'hui, il est courant d'installer des bornes de recharge dans des endroits fréquentés, tels que des restaurants, permettant aux utilisateurs de recharger leur véhicule en 30 minutes à une heure tout en profitant des services disponibles sur place. Ces bornes, d'une puissance de 7 à 22 kilowatts, coûtent quelques milliers d'euros.

Nous avons également des stations de charge rapide, équipées de bornes de 50, 100, voire 150 kilowatts, permettant de recharger un véhicule en une vingtaine de minutes, voire moins. Actuellement, des stations de charge avec des bornes de 300 kilowatts se développent, réduisant le temps de recharge à quelques minutes.

Il est crucial de déterminer le type de borne en fonction des besoins des utilisateurs, car les coûts et les investissements varient considérablement. Il est également nécessaire de disposer d'un poste de distribution adéquat.

Un intervenant

Ce que vous indiquez, c'est juste le prix de la borne, mais est-ce que le pré-équipement requis varie selon les puissances ?

Stéphane AUBERT

À ma connaissance, quand on parle de pré-équipement, on parle de nombre de places prééquipées, donc de fourreaux à tirer.

Un intervenant

La taille du fourreau dépend de la puissance.

Stéphane AUBERT

Effectivement, mais de manière générale, ce que l'on observe aujourd'hui sur les parkings concerne principalement le développement de bornes de 7 à 22 kilowatts, avec des fourreaux relativement standards.

En revanche, l'implantation d'une station de charge rapide nécessite souvent un projet distinct, pour lequel le pré-équipement ne suffira pas. L'idée est de territorialiser véritablement votre projet et de réfléchir au-delà du ratio de 1 sur 20, en anticipant les besoins des usagers.

En ce qui concerne les financements, j'aurai deux choses à dire. Premièrement, il existe des aides en lien avec un programme basé sur les certificats d'économie d'énergie, en place depuis dix ans, appelé le programme Advenir, à consulter sur <https://advenir.mobi/>. Honnêtement, ce programme est bien conçu et permet d'accéder à des aides pour les particuliers, les entreprises et les collectivités. Par exemple, pour la voirie publique, des subventions de l'ordre de 30 % sont disponibles pour les bornes de recharge. Elles peuvent varier entre 1 000 et 9 000 euros selon les types de charge. Savoir qui de la commune ou du secteur privé doit investir rejoint les débats précédents. Tous les cas de figure existent.

La réflexion à mener, au-delà de l'usage, porte sur le financement et l'exploitation de ce service sur la durée. En effet, il n'y a rien de plus frustrant que d'arriver enfin à une borne de recharge et de constater qu'elle ne fonctionne pas ou qu'il est nécessaire de contacter le service opérateur. L'exploitation de ces bornes sur la durée constitue un véritable enjeu.

Actuellement, des réseaux de bornes sont implantés grâce à des investissements publics, qu'il s'agisse de la mairie ou du syndicat d'énergie, tandis que l'exploitation et la monétique sont gérées par la collectivité.

Depuis quelques années, un modèle d'investissement privé commence à émerger, avec des tiers investisseurs capables de développer des réseaux aussi bien dans les grandes métropoles, comme Lyon où 600 points de charge ont été installés grâce à ce modèle, que dans des collectivités de taille plus modeste, telle que la ville de Thonon-les-Bains, située non loin d'ici, où quelques dizaines de bornes ont été implantées.

Ces deux modèles coexistent. Soit c'est la collectivité qui les prend à sa charge, soit elle s'associe à un AOT. Il convient d'adapter le modèle aux spécificités de chaque territoire, au-delà du simple ratio de 1 borne pour 20 véhicules.

Je souhaite également mentionner la filiale spécialisée d'EDF, IZIVIA, qui se charge de l'installation et de l'exploitation de bornes de recharge. IZIVIA propose des solutions clé en main ou via des tiers investisseurs, y compris pour des stations de charge rapide de type station-service.

Vous pouvez nous contacter territoire par territoire via notre site internet, en entrant votre code postal. Vous trouverez alors mes coordonnées pour la Savoie et la Haute-Savoie, ainsi que celles de mes homologues pour les autres départements.

Applaudissements.

Géraldine LEDUC

Merci Stéphane. Je vais maintenant appeler un autre Stéphane, Stéphane ASIKIAN. Si vous avez des questions à poser, n'hésitez pas à nous les transmettre ; nous les relayerons aux différents intervenants.

Hélène MACHART a évoqué un critère concernant la préservation de l'environnement. Stéphane ASIKIAN, Pollustock a une solution à proposer. Nous vous invitons d'ailleurs, après la table ronde sur les finances, à accompagner une délégation du Grand-Bornand à la remise d'un dispositif symbolique par Stéphane ASIKIAN.

Témoignage de Stéphane ASIKIAN

Président de Pollustock

Bonjour à toutes et à tous. Merci, Monsieur le Président de nous donner la parole. Je tiens aussi à remercier Géraldine LEDUC pour son soutien, extrêmement précieux pour nous.

Pollustock est une entreprise que nous avons cofondée en 2009 entre acolytes un peu dingues. À l'époque, s'intéresser à l'environnement était précurseur, nous n'en étions pas encore au stade des préoccupations environnementales au niveau que nous connaissons aujourd'hui, et cette nuance est importante.

Depuis lors, nous avons été confrontés à des rapports alarmants, notamment ceux du GIEC, ainsi qu'à des chiffres en constante augmentation, très difficiles à accepter. C'est ainsi que le terme éco-anxiété a émergé.

Quelques chiffres pour illustrer la situation : il y a six ans, 12 millions de tonnes de déchets étaient rejetées dans les mers et océans. Aujourd'hui, ce chiffre avoisine les 20 millions de tonnes. En France, 31 milliards de mégots sont jetés chaque année, sachant qu'un seul mégot peut polluer entre 500 et 800 litres d'eau. Ces chiffres sont vertigineux et soulignent l'ampleur du problème, qui est à la fois environnemental et sanitaire.

En effet, ces polluants se fragmentent en nanoparticules, envahissant ainsi tous les écosystèmes et, par conséquent, notre corps. Chacun de nous ici présente du plastique dans son organisme. Si l'on peut penser que le plastique physique sera évacué, le véritable problème réside dans les produits chimiques qu'il libère. Aujourd'hui, on retrouve ces nanoplastiques jusque dans le placenta, qui est censé être la partie la plus protégée du corps humain.

Je ne vais pas m'attarder davantage sur ces aspects anxiogènes. Passons maintenant aux solutions. La bonne nouvelle est que cette pollution, bien que protéiforme et complexe, suit un processus que nous avons identifié. Lorsqu'un déchet, comme un mégot, se retrouve au sol, il est emporté par le vent et la pluie vers le réseau hydraulique.

Un réseau hydraulique est un système qui collecte les eaux pluviales et les évacue vers le milieu naturel, c'est-à-dire nos rivières, fleuves, lacs et étangs. Une fois introduits dans ces milieux, les déchets se dégradent et créent un déséquilibre. Cependant, ce déséquilibre peut être contrôlé. Dès qu'un déchet pénètre dans un réseau hydraulique, nous pouvons l'intercepter et le piéger, ce qui constitue une bonne nouvelle.

Nous avons imaginé des solutions et développé notre premier prototype en 2010. Nous avons commencé par travailler à la sortie des réseaux hydrauliques, en utilisant des filets de très grandes dimensions capables de collecter plusieurs tonnes de déchets. Un seul de ces filets, installé au centre de Cannes, peut récupérer jusqu'à cinq tonnes de déchets.

Outre cette stratégie de lutte massive, nous avons également développé un autre axe de contrôle des déchets. Nous travaillons aussi sur les grilles d'avaloir, avec des paniers filtrants, je vous présenterai ces dispositifs tout à l'heure. Ces paniers filtrants peuvent intercepter des déchets de très petite taille, jusqu'à des billes de polystyrène, offrant ainsi une approche extrêmement ciblée.

L'aventure Pollustock a été très complexe. Jusqu'en 2015, personne n'écoutait notre message. L'environnement constituait un centre d'intérêt, rien de plus. Heureusement, certains se sont érigés en champions de l'environnement, des élus notamment.

Monsieur PERRAULT, présent dans la salle, est l'adjoint de Madame la Maire de Saint-Tropez, notre championne toute catégorie. En effet, à Saint-Tropez, 150 paniers filtrants ont été installés ce qui, ramené au nombre d'habitants, représente un effort considérable, faisant de cette ville un exemple remarquable dans l'interception des polluants. Nous bénéficions également du soutien du maire de Cannes, du maire de Mandelieu et du maire de Rouen. Aujourd'hui, nous accompagnons 150 collectivités en France, ce qui représente environ 500 à 600 communes.

Le message que nous souhaitons transmettre est simple : si nous unissons nos forces et nos volontés, dans dix ans, cette solution ne sera plus nécessaire, on pourra l'éliminer de la surface de la planète.

Je suis particulièrement fier de cette initiative, car elle représente une innovation française remarquable. Il est important de souligner que nous sommes en avance sur le reste du monde. En fin d'année dernière, le 18 décembre 2023, notre Président de la République a souhaité créer l'index French Blue Tech. Cet index recense les meilleures start-ups de France dans sept catégories différentes, toutes liées à la préservation et à la pérennité des océans. Pollustock fait partie de ces 35 meilleures start-ups, ce qui nous emplit de fierté. Cela confirme la justesse de notre vision et nous permet de nous projeter dans un avenir vertueux.

Je suis conscient que parmi vous, certaines petites communes ont d'autres priorités et problématiques. Cependant, parfois, une action symbolique suffit. Nos solutions, au-delà de l'interception des déchets, sensibilisent fortement les visiteurs et les habitants des

communes. En 2012-2013, les premières critiques que j'ai rencontrées expliquaient que j'imaginai une pollution inexistante et que nos efforts seraient vains. Aujourd'hui, nous démontrons, grâce à ceux qui utilisent nos paniers filtrants, que les comportements doivent évoluer.

Il existe deux types de touristes, d'une part, ceux qui sont très sensibles aux actions environnementales envers qui la commune doit communiquer sur ses initiatives et ceux qui sont peu scrupuleux qu'il faudra convaincre de changer de comportement et de respecter votre commune. Autrefois, nos dispositifs étaient dissimulés ; aujourd'hui, ils sont mis en avant avec des supports visuels et des totems explicatifs, détaillant l'installation des filets et des paniers. C'est extrêmement important.

Pour que vous compreniez ce que nous trouvons dans un filet, regardez l'écran. Cette image illustre la caractérisation d'un orage dans un filet. La photographie que vous voyez n'a pas été prise à l'étranger. Delphine GIRAULT le sait bien. Je suis contraint de préciser qu'il s'agit de Goussainville. Vous constatez la quantité ?

Voilà le résultat que nous obtenons. Par ailleurs, comme je l'ai mentionné, nous avons nos championnes et champions qui communiquent sur le sujet et nous ont appris à communiquer. Ils nous ont incités à ne pas rester dans l'ombre, à montrer nos solutions et leurs résultats. Nous devons utiliser ces éléments pour modifier les comportements.

Pour conclure, après des débuts quelque peu laborieux, une association, que je ne citerai pas pour l'instant car le projet est en cours, va créer un label. Ce label ne se concentrera pas uniquement sur nos solutions, mais les intégrera pour récompenser les communes les plus actives dans le domaine de l'environnement.

Je vous remercie toutes et tous.

Michel PERRAULT

Nous avons pleinement adhéré à ce dispositif, notamment grâce à un système de récupération des déchets géré par une entreprise spécialisée. Il est crucial d'intervenir en amont, dans le cadre du label station classée, en sensibilisant les saisonniers et les employés des boutiques et restaurants. Notre ville compte 800 boutiques pour 4 000 habitants, ce qui implique un nombre important de personnes susceptibles de fumer et de jeter leurs mégots dans les avaloirs. Pour remédier à cela, nous avons apposé sur chaque avaloir l'inscription « La mer commence ici », et nous envisageons de la traduire en anglais pour sensibiliser également nos amis touristes. Cet effort, bien que conséquent, est indispensable.

Nous entretenons des liens particuliers avec la ville de Pise. Récemment, lors d'une visite, nous avons déposé un dossier auprès de la communauté européenne dans le cadre des actions franco-italiennes. Ce projet vise à travailler sur la récupération des déchets plastiques en collaboration avec le port et la ville de Pise. Nous espérons que l'Europe prêter attention à ces problématiques, car pour nous, elles revêtent une importance capitale. Notre saison touristique, qui s'étend d'avril à presque le 1^{er} novembre, nécessite une sensibilisation accrue au respect de l'environnement, et cela passe par des initiatives de ce type.

Géraldine LEDUC

Dernière intervenante sur un critère mis en avant dans nos stations en matière de mobilité douce: l'accueil et l'accompagnement des vélos.

Témoignage de Tiffany CHEVALIER

Commerciale - ABRI PLUS

Je serai brève et concise. Nous pourrions reprendre contact ultérieurement et notre stand restera ouvert pour ceux qui souhaitent obtenir davantage d'informations.

Abri Plus est une entreprise française, forte de plus de 30 ans d'expérience. Actuellement, nous installons environ 5 000 abris par an. Bien que j'évoque principalement nos abris vélos, notre activité ne se limite pas à cela.

Nous intervenons également dans le domaine des biodéchets, avec des produits tels que le biocompost. En mars dernier, nous avons eu l'opportunité d'inaugurer notre nouvelle usine de production à Saint-Philbert-de-Grand-Lieu, au sud de Nantes.

En tant que fabricant français, nous gérons intégralement nos projets, de l'innovation à l'installation. Notre bureau d'études et notre département de recherche et développement travaillent en interne pour concevoir nos produits. La fabrication, entièrement française, privilégie les matières premières locales. Nous veillons également à renouveler régulièrement notre flotte de véhicules pour minimiser notre impact écologique.

Concernant le tourisme, nous avons développé et breveté l'abri vélos AirLift, particulièrement adapté aux événements tels que les Jeux Olympiques. Cet abri est facilement déplaçable à l'aide d'un chariot élévateur, permettant une flexibilité totale de son emplacement. Par exemple vous pouvez en avoir besoin à un endroit donné, l'installer puis le déplacer à l'autre bout de votre commune, pour un autre évènement deux semaines plus tard. Cette flexibilité facilite la réflexion sur l'emplacement des abris dans la ville car l'on ne sait pas d'emblée lequel sera le plus stratégique.

Nous proposons également l'abri sécurisé Nomade. Il est pré-monté dans notre usine de Saint-Philbert-de-Grand-Lieu puis déposé par une grue à l'endroit souhaité. Cette méthode permet de réduire considérablement le temps de montage sur site, évitant de monopoliser l'espace pendant deux semaines. Les touristes peuvent ainsi accéder immédiatement à l'abri dès sa livraison. Différents habillages existent, nous pourrions vous les présenter sur notre stand.

Vous pouvez aussi voir à l'écran un rack mobile, facilement déplaçable, ce qui est idéal pour les événements nécessitant une installation rapide et ponctuelle. Ce type de support ne requiert aucune compétence particulière, vous pouvez l'installer vous-même sans difficulté.

Permettez-moi de vous présenter quelques-unes de nos réalisations au sein du département avec l'abri sécurisé MOSAÏC. L'habillage bois s'intègre joliment dans votre environnement.

Nous proposons également les consignes individuelles Level Box, dans lesquelles chaque utilisateur peut sécuriser son vélo avec son propre cadenas. En effet, compte tenu de l'augmentation significative des prix des vélos, les propriétaires y tiennent tout particulièrement, ce qui rend la sécurisation indispensable pour les touristes.

A l'écran vous voyez une station de réparation Deluxe, installée en Bretagne. Elle est équipée d'outils standards et d'une pompe à vélo. Cette station peut, sur une voie verte par exemple, permettre d'effectuer l'entretien courant des vélos. Elle est particulièrement appréciée des cyclotouristes, car il est rare d'avoir sur soi toutes les clés Allen et plates nécessaires. Cet outil est très prisé dans le domaine du tourisme à vélo.

Je vous remercie pour votre attention.



Applaudissements.

Géraldine LEDUC

Merci Tiffany. Je vous invite à vous rendre sur son stand où elle vous présentera tous ces éléments en détail.

Nous allons maintenant aborder la session plénière consacrée aux finances locales, car toutes ces initiatives nécessitent des ressources financières.

Je remercie chacun d'entre vous pour sa participation, c'était très enrichissant.

Quels outils aux mains des élus pour accueillir un afflux exceptionnel de touristes ?

- l) Face à des dotations qui n'évoluent plus, quels sont les outils efficaces pour permettre aux maires de réaliser leurs projets touristiques sans impacter leur attractivité : Fonds vert, DSR, taxes de séjour, THRS...

Brice DUTHION

Bonjour à toutes et à tous.

Je suis ravi de vous retrouver ce matin pour la dernière table ronde en plénière de ce 93ème congrès de l'ANETT.

Comme nous avons un léger retard, nous devons nous montrer synthétiques à l'occasion de cette ultime table ronde. Je suis conscient que nombre d'entre vous, moi y compris, ont des obligations cet après-midi, qu'elles soient ferroviaires ou autres. Nous tâcherons donc d'être assez brefs.

Abordons à présent une question qu'il nous a semblé pertinent de traiter collectivement : quels outils aux mains des élus pour accueillir un afflux exceptionnel de touristes ?

L'actualité parlementaire de l'année écoulée a mis en lumière l'importance du financement des activités touristiques pour les collectivités. C'est une préoccupation légitime et bien fondée. Nous en avons suffisamment discuté depuis hier, et je ne reviendrai pas sur certains aléas parlementaires ni sur la fameuse dissolution qui suspend les travaux législatifs et réglementaires.

Nous souhaitons faire le point ce matin, en compagnie d'élus qui partageront leurs témoignages de terrain, ainsi que d'experts et de techniciens, notamment sur la fameuse taxe de séjour, sujet de nombreux débats et qui a fait couler beaucoup d'encre depuis plus d'un an.

Nous débiterons notre dialogue avec un élu. Lors de notre première conversation pour préparer cet échange, Stéphane ROSSIGNOL m'a annoncé qu'il devait absolument être à la Grande-Motte à 17 heures. Étant donné la durée légèrement prolongée des tables rondes précédentes, il nous reste environ dix minutes pour échanger sur le sujet avec lui.

Alors, Stéphane ROSSIGNOL, vous êtes vice-président de l'ANETT et maire de la Grande-Motte. Pour commencer, pourriez-vous replacer brièvement la Grande-Motte dans son contexte historique ? En effet, cette année, la Grande-Motte célèbre ses 50 ans et vous fêtez également un centenaire.

Stéphane ROSSIGNOL

Maire de La Grande-Motte (34), Vice-Président de l'ANETT, Président de la Commission Tourisme innovant de l'ANETT

Stéphan ROSSIGNOL

La jeune histoire de la Grande-Motte est effectivement remarquable. Pour rappel, il existe trois villes dans le monde qui ont été conçues par un seul et même architecte. Oscar NIEMEYER a dessiné Brasília au Brésil, LE CORBUSIER a conçu Chandigarh en Inde, et Jean BALLADUR, cousin d'Édouard, a dessiné la Grande-Motte.

Cette ville est devenue iconique grâce à son architecture distinctive. Si vous la connaissez, vous savez qu'elle est surnommée la Cité des pyramides. Cette appellation vient du fait que notre architecte s'est inspiré des pyramides de Teotihuacan lors d'un de ses voyages, avant d'être choisi par Pierre RACINE. Ce dernier avait été nommé par le Général DE GAULLE à la tête de la mission d'aménagement du Languedoc-Roussillon. Cette mission avait pour objectif de créer huit nouvelles stations touristiques afin d'attirer les touristes qui se dirigeaient vers l'Espagne. En effet, alors que la Côte d'Azur avait déjà été aménagée, le littoral du Languedoc-Roussillon manquait encore de stations pour accueillir les visiteurs.

Brice DUTHION

Historiquement, il convient de rappeler que c'est l'époque où la France s'est inventé un destin touristique avec l'instauration des premières politiques d'aménagement du territoire et la création de la DATAR en 1963, sous l'impulsion des politiques du Général DE GAULLE.

Stéphan ROSSIGNOL

Olivier GUICHARD était alors à la tête de la DATAR.

Brice DUTHION

Effectivement, des stations littorales et de montagne ont alors vu le jour, dont de nombreuses sont encore aujourd'hui les héritières.

Stéphan ROSSIGNOL

Contrairement au Cap d'Agde, qui s'est développé à proximité d'Agde, et au port Camargue, situé près du Grau-du-Roi, la Grande-Motte a émergé de rien. À l'emplacement actuel de la ville, il n'y avait autrefois que des marécages, des dunes, du sable et une abondance de moustiques. Cette station balnéaire, fondée en 1968, a été rattachée pendant plusieurs années à Mauguio-Carnon avant de devenir une commune de plein exercice le 1^{er} octobre 1974.

Vous pouvez voir à l'écran le logo créé à l'occasion du cinquantième anniversaire de la station. Nous avons également célébré les cent ans de Jean Balladur, le 11 mai 2023. Jean BALLADUR, décédé en 2002, aurait en effet eu cent ans cette année. Il nous a légué une station balnéaire qui est aujourd'hui devenue une véritable ville, voyant sa population passer de 9 000 habitants permanents à 100 000 en saison. Hier, Yannick MOREAU a évoqué l'idée d'étendre la saison touristique. Actuellement, à la Grande-Motte, nous pouvons parler d'un tourisme quatre saisons. En effet, tout au long de l'année, de février à décembre, à l'exception du mois de janvier où la période des vœux apporte un peu de calme, des événements importants se succèdent sans interruption, attirant divers types de population en fonction des manifestations organisées.

Brice DUTHION

Ce qui est particulièrement intéressant, c'est la création d'une « commune nouvelle », comme il s'en est créé d'autres sur le territoire national.

Quels sont aujourd'hui les principaux enjeux en termes d'hébergement ? Il est évident que cinquante ans d'existence impliquent que de nombreux logements nécessitent des rénovations ou des réhabilitations. Quelles sont les implications de ces besoins pour une commune telle que la vôtre ?

Nous aborderons ensuite les questions liées à l'événementiel et au financement.

Stéphan ROSSIGNOL

À l'origine, il s'agissait d'une station touristique et balnéaire, conçue sans vocation à devenir une ville permanente.

Brice DUTHION

Combien d'hébergements touristiques recensez-vous sur l'ensemble de la commune ?

Stéphan ROSSIGNOL

Nous disposons de 90 000 lits, dont 9 000 sont des studios. À l'origine, ces studios étaient conçus comme des studios-cabines pour accueillir des familles et des enfants, avec des lits superposés.

Aujourd'hui, le défi réside dans la rénovation de l'immobilier de loisirs. Malheureusement, les villes littorales n'ont pas connu le même succès que les communes de montagne, où de nombreuses initiatives de rénovation ont bien fonctionné.

Nous avons tenté certaines expériences, notamment avec les ORIL, qui n'ont pas abouti. Depuis deux ans, en collaboration avec Atout France, la région Occitanie et l'État, nous avons répondu à un appel à manifestation d'intérêt (AMI). Nous avons été sélectionnés, aux côtés d'autres stations littorales et de montagne, pour bénéficier non pas d'une aide aux travaux, mais d'une aide à l'ingénierie, notamment par le biais d'architectes d'intérieur. L'objectif est de transformer ces studios, initialement conçus pour accueillir des touristes, en logements plus permanents, ou de fusionner deux studios pour créer un appartement.

Brice DUTHION

Il est intéressant de noter que cette initiative implique une transformation et une rénovation du bâtiment, tant sur son aspect extérieur, en répondant aux exigences de haute qualité environnementale et d'efficacité énergétique, qu'à l'intérieur, par des réaménagements visant également à optimiser la consommation énergétique.

Stéphan ROSSIGNOL

Le principe consiste à prendre en charge les frais d'un architecte d'intérieur. Nous avons établi une liste d'architectes d'intérieur qui se rendent dans les appartements, élaborent des plans et proposent des solutions.

Ces services sont financés par des aides de la région Occitanie, en collaboration avec la Banque des Territoires. Nous avons ciblé quatre résidences à La Grande-Motte et sélectionné plusieurs dossiers parmi elles. À ce jour, cinquante dossiers ont bénéficié de subventions totalisant 200 000 euros, dont 70 % ont été pris en charge par la région et le reste par la commune. Grâce à cette ingénierie, nous avons pu transformer des studios inadaptés pour accueillir un couple, permettant ainsi de les rendre habitables à l'année ou de les louer sur une base annuelle. Cette prise en charge, s'élevant entre 4 000 et 5 000 euros environ, permet à de nombreux propriétaires d'adapter leur espace de vie.

Par ailleurs, nous avons élaboré un guide destiné aux professionnels et aux particuliers. Ce guide, riche en visuels, fournit des indications sur la décoration et l'achat de mobilier d'intérieur, incluant toutes les références nécessaires. Ce travail colossal permet de gagner du temps en évitant de longues recherches pour meubler son intérieur.

Brice DUTHION

Un total de 50 hébergements au sein d'un parc de 9 000 logements constitue une expérimentation. La diffuser largement est, j'imagine, votre objectif en tant que maire et élu, afin de maintenir l'attractivité de votre destination.

Quels sont aujourd'hui les outils financiers à votre disposition pour planifier et développer une politique ambitieuse de rénovation ? Nous évoquerons notamment la taxe de séjour, mais pas uniquement.

De quels moyens disposez-vous pour planifier et développer une politique ambitieuse de rénovation et d'aide à une généralisation de la rénovation ou de la réhabilitation de ces logements ?

Stéphan ROSSIGNOL

La taxe de séjour, comme vous le savez, est exclusivement utilisée pour l'office du tourisme et la promotion de notre territoire.

Brice DUTHION

A combien s'élève-t-elle sur votre territoire ?

Stéphan ROSSIGNOL

En 2008, lors de mon élection, elle s'élevait à 850 000 euros. À la fin de l'année 2023, ce montant a atteint 1 500 000 euros, et cette année, nous prévoyons de dépasser ce chiffre pour atteindre entre 1 600 000 et 1 700 000 euros. Nous avons donc doublé la taxe de séjour, ce qui témoigne de l'attractivité croissante de La Grande-Motte.

Je tiens à rappeler que certains d'entre vous peuvent encore avoir une image négative de La Grande-Motte, souvent qualifiée de Sarcelles-sur-Mer ou de ville bétonnée. Cependant, il est important de noter que 70 % de la ville est constituée d'espaces verts, un aspect souvent méconnu.

Nous avons également mis en avant notre architecture emblématique, ce qui nous a valu le label « Patrimoine du XX^{ème} siècle ». La Grande-Motte est la seule ville littorale en France à avoir obtenu ce label pour l'ensemble de son territoire. De plus, nous avons été sélectionnés par la région Occitanie parmi les 40 grands sites de la région, étant la seule ville contemporaine à recevoir cette distinction. Enfin, je le répète, La Grande-Motte se distingue par ses 70 % de surfaces vertes et ses 35 000 arbres.

Brice DUTHION

Vous avez concrétisé le rêve d'écrivains et d'architectes : construire les villes à la campagne !

Stéphan ROSSIGNOL

Effectivement, il s'agit d'un véritable jardin méditerranéen. Vous voyez sur les photos à quel point la ville est verte.

Jean BALLADUR avait conçu la Grande-Motte avec une partie féminine caractérisée par des immeubles en forme de conque de Vénus, des structures courbes et des bonnets d'évêques et une partie masculine reconnaissable à ses immeubles élancés et pointus.

En arrière-plan de la photo à l'écran, vous pouvez apercevoir aussi la mer et l'étang.

Aujourd'hui, nous avons mis en avant l'identité de la ville, ce qui explique son attractivité. Nous avons désormais un tourisme quatre saisons, avec des événements se déroulant tout au long de l'année.

Par exemple, en février, les oursinades sur les quais attirent plusieurs milliers de personnes venant de Montpellier et de Nîmes. En décembre, nous organisons des animations autour de Noël, incluant un feu d'artifice et une soirée de drones. L'année dernière, 60 000 personnes ont assisté au spectacle de drones sur la promenade Jacques CHIRAC, en front de mer. 60 000 personnes, un 29 décembre, à la Grande-Motte, c'était du jamais-vu !

Cet afflux de visiteurs a eu un impact significatif sur la restauration et l'hôtellerie, avec des touristes venant y passer une ou deux nuits pour assister au spectacle. La saison estivale fonctionne toujours bien, mais il était crucial de cibler des événements tout au long de l'année.

En avril, nous accueillons le Salon international du Multicoque, le premier salon mondial des constructeurs de catamarans. L'année dernière il a attiré 16 000 visiteurs, dont 60 % d'étrangers. Le plus grand constructeur mondial de catamarans, basé en Afrique du Sud, y participe.

Ainsi, tout au long de l'année, nous organisons des événements ciblés pour attirer diverses populations.

Brice DUTHION

Une dernière question : quid de la THRS ?

Stéphan ROSSIGNOL

Pour répondre à votre question, nous avons voté la taxe d'habitation sur les résidences secondaires (THRS) après de longs débats. Nous ne l'avons pas fixée à son maximum, mais à 40 %, ce qui représente un gain de 1 700 000 euros annuels.

Brice DUTHION

Elle porte sur combien de résidences secondaires en tout ?

Stéphan ROSSIGNOL

Nous comptons 24 000 résidences secondaires dans la ville.

Brice DUTHION

Permettez-moi de poser une dernière question, étant donné que nous participons à une table ronde et que nous réfléchissons notamment aux outils financiers. Quels sont vos besoins actuels et quelles sont les exigences que vous souhaiteriez que l'ANETT porte au niveau national ?

Stéphan ROSSIGNOL

Aujourd'hui, la problématique majeure réside dans le fait que la ville a été conçue sur une période d'une dizaine d'années. Nous faisons donc face à présent à de nombreux projets de rénovation, ce qui nécessite beaucoup de temps.

Je dis souvent que le général de Gaulle a créé la mission Racine pour l'aménagement du Languedoc-Roussillon en 1963 et que, cinq ans plus tard, les premières pyramides émergeaient du sable.

Actuellement, mes collègues maires en sont bien conscients, le temps nécessaire pour monter un projet est considérable. Entre la décision initiale, le vote, l'obtention des subventions, le permis de construire, les délais de recours, le début des travaux sans compter les appels d'offres qui parfois s'avèrent infructueux, cinq ans peuvent s'écouler.

Brice DUTHION

Vous souhaiteriez prolonger le mandat du maire et le faire passer de cinq à sept ans ?

Stéphan ROSSIGNOL

Non, je demande simplement un allègement des contraintes administratives, comme cela a été fait à l'époque avec la DATAR, qui permettait de lancer de grands projets sans être entravé par des règlements d'urbanisme. Certes, des règlements sont nécessaires, mais aujourd'hui, nous sommes confrontés à des obstacles tels que la présence d'un lézard à queue argentée ou d'un pélobate qui empêche l'agrandissement d'un cimetière.

Toutes ces contraintes n'existaient pas à l'époque, sinon nous n'aurions jamais pu construire une ville nouvelle ou plutôt une station balnéaire qui devienne une ville permanente. Aujourd'hui, il s'agit d'alléger ces contraintes et de faire confiance aux élus locaux que nous sommes.

Nous ne sommes pas des inconscients, mais nous sommes confrontés à des décisions souvent prises dans les ministères par divers fonctionnaires. Il est évident que, selon les départements, les Directions Départementales des Territoires et de la Mer (DDTM) n'exercent pas les mêmes pouvoirs et n'imposent pas les mêmes obstacles dans le Gard, l'Hérault ou l'Aude.

Aujourd'hui, cette difficulté entrave notre capacité à agir et à progresser. Lorsque je suis confronté à la nécessité de rénover, ce qui est fréquent, car tout est vétuste à la Grande-Motte, il faut un temps considérable pour obtenir les autorisations nécessaires. Cette lenteur est due, en partie, aux contraintes imposées par les Architectes des Bâtiments de France. En raison du classement de la ville, il est indispensable de solliciter leur avis pour de nombreux projets. En somme, nous subissons une perte de temps considérable et pendant ce temps rien n'avance.

Brice DUTHION

Par conséquent, réduire les contraintes administratives, assouplir la réglementation et peut-être aussi optimiser les dispositifs financiers sont des objectifs à atteindre.

Merci, Stéphan, et bonne route.

Pour poursuivre la réflexion amorcée avec Stéphan, j'invite Jérôme PAYANY à me rejoindre. Vous connaissez bien Jérôme à l'ANETT car il en est un partenaire historique, il intervient, dit-il, en cas d'actualité et les actualités sont fréquentes.

Il dirige Nouveaux Territoires, une entreprise ayant su exploiter une niche d'opportunités dans son domaine et s'est imposée en France comme la spécialiste de la taxe de séjour.

Jérôme, je te cède la parole pour une synthèse d'environ dix minutes sur les points essentiels et en faire une synthèse.

Jérôme PAYANY

Directeur de Nouveaux Territoires

Je tâcherai de faire une synthèse rapide afin de laisser place aux questions.

La DGCL, en raison de son devoir de réserve, n'a pas pu être présente aujourd'hui, mais nous a transmis des données qui, à ma connaissance, ne sont disponibles nulle part donc je pense que c'est intéressant de les présenter.

Concernant la taxe d'habitation sur les résidences secondaires que le maire vient d'évoquer, vous pouvez voir à l'écran les chiffres pour 2022 et 2023 et constater l'évolution du produit pour les communes.

Les données concernant uniquement les communes touristiques sont présentées aussi à part, ce qui est particulièrement intéressant. Je n'ai pas de commentaire particulier à apporter, n'étant pas du tout un spécialiste de cette taxe en particulier mais j'ai pensé que ces données pourraient vous être utiles.

Depuis 2007, nous avons accompagné de plus en plus de territoires, et nous avons le plaisir de collaborer avec de nombreuses stations classées dont les représentants sont dans la salle. Aujourd'hui, nous avons une vision globale des communes, qu'elles soient du bord de mer ou de la montagne ainsi que des schémas dans lesquels l'office de tourisme est communautaire et où la station classée est intégrée dans un cadre où la taxe de séjour est également communautaire. Cette diversité de situations nous permet de mieux comprendre les dynamiques en jeu.

En 2024, 710 communes supplémentaires appliqueront la taxe de séjour par rapport à l'année précédente. Ce sont des territoires nouveaux qui s'installent et se développent. La Loi NOTRe, a favorisé l'extension de cette taxe et nous sommes passés à plus d'un millier d'établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) et seulement 832 communes. Il est clair que le bloc communautaire joue un rôle crucial.

Brice DUTHION

Que représentent les zones grises sur la carte ?

Jérôme PAYANY

Il s'agit des communes qui n'ont pas encore adopté cette taxe.

Brice DUTHION

Pour quelles raisons ne l'ont-elles pas encore adoptée ?

Jérôme PAYANY

C'est leur droit, tout simplement.

La DGCL nous a également fourni des chiffres, bien que je ne comprenne pas comment ils ont obtenu les données de 2023 alors que les comptes administratifs sont en train d'être votés. Cela reste un mystère pour moi.

Brice DUTHION

L'État est toujours très en avance.

Jérôme PAYANY

Les données transmises par la DGCL indiquent que le produit de la taxe de séjour atteint 972 millions d'euros, répartis sur différents territoires.

Savoir que le Bulletin d'information statistique (BIS) 2 023 de la DGCL révèle que la taxe de séjour perçue en 2022 par les communes touristiques représente 4 500 euros pour 100 habitants, contre moins de 500 euros pour les autres communes pourrait vous intéresser aussi.

Ayant reçu les chiffres avant-hier, je n'ai pas encore eu le temps de les vérifier par rapport aux données dont je dispose de mon côté, car cela nécessite un traitement de Big Data. Toutefois, je m'y attellerai prochainement car je pense que ces données pourraient vous intéresser ; le fichier est disponible à l'URL indiquée à l'écran.

La distinction entre réel et forfait est importante car certaines stations classées continuent d'utiliser ce dernier, bien que seulement 1 % des territoires y recourent presque intégralement. En effet, les meublés non classés et les hôtels non classés sont obligatoirement soumis au régime réel et ne peuvent pas opter pour le forfait.

Cependant, 7 % des territoires utilisent encore le forfait. La taxe de séjour au réel est souvent inadaptée pour des raisons de collecte dans les ports de plaisance, car son montant de 20 centimes doit être intégré dans les frais de port, ce qui engendre plus de travail que de revenus financiers. Le forfait permet donc de simplifier ce processus.

Certaines difficultés persistent aussi avec l'hôtellerie de plein air. En raison de la déficience de ses déclarations au réel, les territoires ont tendance à les mettre au forfait. Par ailleurs, le problème des personnes séjournant à l'année dans les campings et louent des bungalows demeure. En effet, les gestionnaires refusent obstinément de collecter la taxe de séjour sur toute l'année. Dans ces situations, les communes n'ont d'autre choix que de recourir au forfait, surtout lorsqu'elles sont confrontées à des refus d'obtempérer aussi fermes et qu'elles ne souhaitent pas appliquer une taxation d'office qui pourrait représenter plusieurs centaines de milliers d'euros. Cela engendre néanmoins de fortes tensions, notamment avec les taxes additionnelles régionales.

Un point important à souligner est la diversité des situations. Je souhaitais vous présenter la diversité des tarifs de la taxe de séjour en France. L'année dernière, nous avons établi ces données à partir des informations provenant de la région Occitanie. Vous pouvez constater que chaque territoire applique des tarifs différents.

L'idée d'unifier ces tarifs par un pourcentage unique me semble contraire à la réalité historique établie depuis 2015. En effet, chaque territoire a déterminé son tarif en fonction de ses besoins de financement. Comme vous le savez tous, la taxe séjour est forcément utilisée pour le financement de la promotion du tourisme et, la plupart du temps, pour financer l'office de tourisme et ses actions.

Certaines communes, disposant de recettes importantes issues de la taxe de séjour, ont élargi les compétences de leur Établissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC) pour le charger. C'est tout à fait normal compte tenu des charges communales mais montre bien que chacun agit comme il le souhaite. Les élus sont souverains.

Je vous rappelle qu'il vous reste à peine dix jours pour voter les tarifs de l'année 2025, ces derniers devant être délibérés avant le 30 juin 2024. Cette année, en raison de l'indice de l'INSEE, nous observons des augmentations significatives, notamment pour les palaces dont le tarif est passé de 4,64 à 4,80 euros. Cela ne concerne que deux territoires présents ici mais il s'agit là du montant maximal de la taxe de séjour proportionnelle, ce qui est important. En ce qui concerne les autres catégories, les hôtels cinq étoiles voient leur tarif passer à 3,50 euros,

les quatre étoiles à 2,60 euros, et les trois étoiles à 1,70 euro, avec une augmentation de 10 centimes.

La grande nouveauté de cette année réside dans l'explosion des taxes additionnelles, ce qui pourrait même entraîner des questions. Auparavant, seules les taxes additionnelles départementales étaient en vigueur. En 2019, en région parisienne, une taxe additionnelle de 15 % a été instaurée pour financer la construction du Grand Paris Express.

L'année dernière ont été introduites trois nouvelles taxes additionnelles dites régionales, alors qu'elles ne le sont pas. En effet ces taxes ne sont ni appliquées à un échelon régional ni votées par la région. Elles sont prélevées par des sociétés indépendantes, des EPIC qui financent la construction de lignes ferroviaires à grande vitesse telles que la ligne Marseille-Nice, la ligne Montpellier-Perpignan, et enfin la ligne Bordeaux-Dax et Bordeaux-Toulouse. Ces trois taxes s'élèvent à 34 %.

De plus, lors de la dernière loi de finances, une nouvelle taxe additionnelle aux bénéfices d'Île-de-France Mobilités (IDFM) est sortie du chapeau.

Brice DUTHION

C'est la taxe préférée du Président de l'ANETT !

Jérôme PAYANY

On peut le dire comme ça... Les taxes de 10 %, 15 %, 34 % faisaient « petit joueur », ils ont décidé que la taxe additionnelle au bénéfice d'IDFM serait de 200 %.

Cette situation m'a amené à me poser une question fondamentale est-il légal qu'une taxe additionnelle soit supérieure au produit de la taxe initiale ? Bien que cette question soit rhétorique et que je n'aie pas la réponse, n'ayant pas fait l'ENA, il semble que d'autres se la soient posée également, ou peut-être pas d'ailleurs, mais quoi qu'il en soit, pour l'instant, cette taxe est en vigueur.

Vous pouvez voir à l'écran une carte des taxes additionnelles sur l'ensemble du territoire français. Les zones blanches représentent les régions exemptes de taxes additionnelles départementales ou autres. La Savoie en perçoit depuis longtemps, mais pas la Haute-Savoie par exemple. Je n'ai pas eu l'occasion d'interroger le Président hier pour savoir s'il envisageait d'introduire cette taxe en Haute-Savoie, car il est surprenant de se priver d'une telle source de revenus.

Brice DUTHION

Il nous a déjà expliqué qu'il disposait de moyens financiers particulièrement conséquents.

Jérôme PAYANY

Il est possible que la Haute-Savoie soit un département relativement prospère, en partie grâce à la contribution financière de ses voisins suisses. Cependant, il convient de se poser certaines questions. En effet, de moins en moins de territoires échappent à l'instauration de la taxe additionnelle départementale. À ce jour, la Charente, le Gers et l'Hérault ont institué cette taxe au 1^{er} janvier 2025.

La région Bretagne a demandé que la loi de finances inclut une taxe additionnelle de 2 euros sur toutes les taxes de séjour. Cette initiative est astucieuse, car elle permettrait de faire passer la taxe sur les campings, actuellement bloquée à 0,60 euro depuis 2015, à 2,60 euros.

Il est en effet paradoxal qu'un camping cinq étoiles soit moins taxé qu'un meublé ou un hôtel une étoile. Toutefois, pour qu'une telle augmentation soit possible, une inflation de 20 % serait nécessaire, ce qui semble très improbable. En attendant, cette proposition permettrait de rehausser la taxe sur les campings à 2,60 euros. La mise en œuvre éventuelle de cette mesure dépend du gouvernement qui adoptera la loi de finances. Le vœu a cependant été voté, mais il reste à voir quel gouvernement le mettra en application.

Jérôme PAYANY

Par ailleurs, un autre rapport parlementaire mentionne une taxe additionnelle « sargasse » pour la Guadeloupe et la Martinique. Toutefois, aucune taxe additionnelle départementale n'est actuellement levée dans ces territoires. Il en existe une, déclarée sur Ocsitan pour la Martinique, mais elle n'est pas levée sur le territoire. Cette situation s'explique par le fait que la taxe avait été votée par le Département de la Martinique, lequel n'existe plus depuis la création de la Collectivité Territoriale de Martinique. Cette nouvelle entité n'a pas repris la délibération et ne l'applique pas sur les trois intercommunalités.

Je crains que cette taxe ne soit assortie d'une obligation de moyens plutôt que d'une obligation de résultat. Honnêtement, parvenir à endiguer les sargasses semble humainement impossible, même avec tous les milliards d'euros de la terre.

Une dernière taxe suscite de plus en plus de discussions. Certains d'entre vous en ont peut-être entendu parler, notamment ceux qui occupent également des fonctions dans les Services Départementaux d'Incendie et de Secours (SDIS). Il s'agit d'une taxe additionnelle pour les SDIS, évoquée dans des rapports parlementaires concernant leurs besoins. Initialement, il n'était pas clair si cette taxe devait être prélevée sur une part de la taxe additionnelle départementale ou si elle devait être instituée par les départements.

La question de savoir si cette taxe sera intégrée dans la loi de finances et appliquée de manière obligatoire à tous les départements de France reste également sans réponse, car rien n'a encore été décidé. Le taux proposé était de 20 %, car un taux de 10 % n'est plus à la mode. Ce sujet soulève également la question de l'affectation de la taxe de séjour à des projets de moins en moins touristiques et de plus en plus universels. Si vous disposez de plus d'informations à ce sujet, n'hésitez pas à les partager.

Intervention inaudible.

Brice DUTHION

C'est un point très intéressant parce que là, nous balayons l'actualité la plus chaude et voir les sujets à l'échelle des départements et des régions est extrêmement enrichissant. Merci à Erven LEON pour toutes les informations qu'il nous a déjà apportées au cours de ses différentes interventions.

Jérôme PAYANY

Si quelqu'un souhaite aborder le sujet de la taxe SDIS, je suis certain qu'il en sait bien plus que moi à ce propos. La question n'a toutefois pas été posée à Île-de-France Mobilités et la taxe est passée sans encombre.

Philippe SUEUR

Lorsque vous interrogez le directeur général d'Île-de-France Mobilités, il affirme que c'est parfaitement légitime parce qu'Île-de-France Mobilités, dont le budget avoisine tout de même les 10 milliards d'euros, soutient le tourisme en proposant des pass touristiques.

Ces pass doivent leur coûter environ trois à quatre cent mille euros par an quand la taxe leur rapportera probablement entre trois cents et quatre cents millions d'euros.

Nous sommes dans une situation aussi absurde et irresponsable que celle du fameux « gage tabac ». Chaque fois qu'on instaure une dépense nouvelle, elle perdure ensuite.

Brice DUTHION

Les cinq dernières minutes de notre discussion sont particulièrement intéressantes d'un point de vue historique. En effet, il y a eu un versement destiné aux transports pour financer les infrastructures parisiennes, ce qui impliquait que l'ensemble de la France contribuait financièrement à la région parisienne. Ce qui pourrait être perçu comme une nouvelle forme de décentralisation... vue de Paris !

Jérôme PAYANY

Hier, nous avons abordé un point d'actualité important, en effet la commission mixte paritaire concernant l'attrition des meublés de tourisme et la mise en place d'un numéro d'enregistrement indépendant du changement d'usage pour toutes les communes de France aurait dû se tenir hier. Il semble que ce texte pourrait voir le jour, mais sous quelle forme ?

La sénatrice a laissé entendre que cela reviendrait à la commission mixte paritaire, bien que ce ne soit pas le même Parlement. Je dois admettre que cela dépasse mes compétences, donc nous verrons bien ce qu'il en adviendra. Ce qui est certain, c'est que la priorité de tout gouvernement, quel qu'il soit, ne sera probablement pas de commencer par ça en pleine période des Jeux Olympiques.

Brice DUTHION

Cela devra attendre la rentrée au minimum.

Jérôme PAYANY

Je souhaite souligner que la procédure d'enregistrement et le changement d'usage sont actuellement régis par des textes de loi en vigueur, appliqués par de nombreuses communes touristiques, et qui produisent des résultats tangibles. Je vais vous donner un point de vue non pas du logement, car ce n'est pas mon domaine, mais en lien avec la taxe de séjour, qui est l'objet de mon intervention.

Nous avons près d'un millier de communes utilisant le numéro d'enregistrement et le changement d'usage, travaillant avec nos outils. Il ne s'agit donc pas de quelques centaines de communes seulement. De nouveaux territoires continuent d'adopter ces mesures, comme en témoignent de nombreuses communes des Hautes-Alpes cette semaine, conformément au décret.

Consultez les graphiques à l'écran. Pour la commune de La Ciotat, par exemple, l'évolution des meublés connus par le service de la taxe de séjour est significative. Environ 40 % des transactions de meublés de tourisme se font directement, sans passer par des plateformes numériques. Ainsi, la collecte et le reversement direct par les opérateurs numériques représentent une somme considérable. Cependant, si votre plateforme de taxe de séjour n'est pas correctement renseignée sur l'ensemble des meublés de tourisme du territoire, vous perdez 40 % du produit de cette taxe. Pour de nombreuses communes touristiques, cela représente des montants substantiels. Il est donc crucial de réaliser ce travail, bien que laborieux. Par exemple, à La Ciotat ou à Deauville, les résultats sont éloquents. Cassis a également effectué un travail remarquable, et on observe une nette progression. À Bandoil, le

numéro d'enregistrement a également montré son efficacité. Enfin, à Val-d'Isère, les résultats financiers ont été spectaculaires.

Prenons l'exemple de l'agglomération de Reims, qui a développé une stratégie spécifique. Reims est l'un de mes plus anciens clients, le deuxième en date. Nous avons commencé notre collaboration en 2010. Vous disposez de statistiques depuis cette année-là. Initialement, Reims était soumis à une taxe communale. Le premier pic observé correspond au passage à la taxe communautaire. Les pics successifs sont liés à la mise en place de la procédure d'enregistrement dans les villes centres.

Chaque année, trois à quatre communes supplémentaires sont intégrées, avec l'autorisation du préfet, par rapport au changement d'usage. Ce point est essentiel. Pour vos stations classées et communes touristiques, vous avez normalement l'autorisation de mettre en place le changement d'usage, grâce à l'extension du décret du 25 août 2023. Ce décret a permis à de nombreuses communes touristiques d'adopter cette mesure. Cependant, vous pouvez vous trouver dans une intercommunalité où les autres communes n'ont pas ce droit. Étant donné que le Plan Local d'Urbanisme (PLU) est communautaire, cela pose un problème. On se demande alors comment généraliser cette mesure. La seule solution est de demander l'autorisation au préfet pour mettre en place le changement d'usage et la procédure d'enregistrement dans les autres communes, tout en maintenant cette autorisation pour celles qui l'ont déjà obtenue.

Nous avons récemment rencontré un cas intéressant concernant un territoire touristique relativement, disons, « méconnu » en Île-de-France, à savoir Marne-la-Vallée, Val d'Europe. Ce territoire, qui abrite un certain parc d'attractions attirant plusieurs millions de touristes, faisait face à un problème majeur. Son règlement de changement d'usage, initialement très restrictif, avait été contesté puis suspendu. Hier, Maître DURAND, qui accompagne les territoires dans leurs délibérations, a réussi à obtenir la levée de cette suspension. Il a démontré que le règlement était parfaitement normal et ouvert, sans intention de contrôle excessif. L'objectif était simplement de garantir que les habitants disposent de suffisamment d'espace et que, lorsque la mairie construit une copropriété, tous les appartements ne soient pas immédiatement achetés par des investisseurs étrangers, notamment de Dubaï, pour être mis en location. Maître Durand a su trouver un équilibre et faire comprendre aux élus qu'ils ne pouvaient pas légalement être trop restrictifs dans leurs souhaits, sous peine de voir leurs décisions gelées par les tribunaux.

Hier, il a été jugé que Marne-la-Vallée pouvait appliquer son nouveau règlement sur les dix communes de Val d'Europe, ce qui constitue une grande victoire. Le schéma actuel fonctionne sans nécessiter de nouvelles lois. Toutefois, la loi permettra d'aller plus loin sur plusieurs points et d'étendre les mesures en place. Néanmoins, il n'y a aucune raison d'attendre davantage, surtout à l'approche des élections municipales, période durant laquelle de nombreux opposants pourraient vous dissuader d'agir. Je suis convaincu que la majorité de la population souhaite la mise en place d'un numéro d'enregistrement, afin que les lois et la fiscalité soient appliquées de manière équitable sur tout le territoire, et qu'il n'y ait pas de locations meublées non déclarées. Ce dispositif, connu de la mairie, fonctionne déjà efficacement. En conclusion, cette initiative est non seulement intéressante, mais elle vous permettra également de disposer de données précises pour prendre des décisions éclairées après 2026.

Brice DUTHION

Merci, Jérôme, pour cet exposé d'une clarté et d'une précision remarquables. Je propose que nous poursuivions avec les interventions de Catherine JULLIEN-BRECHES, puis de Laurent

MALET. Nous réserverons un temps pour les questions à la fin, car il est probable qu'un débat intéressant s'ensuive, permettant de confronter les points de vue de Jérôme et de Laurent.

Chère Catherine JULLIEN-BRÈCHES, maire de Megève et membre du comité des finances locales, pourriez-vous nous faire part de votre première réaction à la présentation de Jérôme ?

Témoignage de Catherine JULLIEN-BRÈCHES,

Maire de Megève

▪ **Catherine JULLIEN-BRÈCHES**

Il est toujours très intéressant d'entendre les rapports concernant la taxe de séjour, un sujet particulièrement pertinent pour nos communes touristiques. La collecte de cette taxe demeure en effet un défi constant. Nous nous efforçons continuellement d'optimiser toutes les stratégies possibles afin d'en maximiser les bénéfices.

Brice DUTHION

Megève fait partie des communes soutenues par Nouveaux Territoires. Je ne m'étendrai pas davantage sur ce sujet, car vous exprimerez sans doute votre grande satisfaction quant au travail de Jérôme, et Jérôme indiquera qu'il est presque satisfait de cette collaboration.

Pour commencer, étant donné que nous avons abordé hier la thématique de l'événementiel et de son attractivité, et que ce matin nous nous concentrons davantage sur les outils financiers, pourriez-vous nous rappeler quelle est la stratégie événementielle de Megève ? Quels sont les principaux événements qui structurent la vie de la commune ?

▪ **Catherine JULLIEN-BRÈCHES**

La stratégie événementielle constitue un outil de promotion essentiel pour notre village. Nous distinguons deux types d'événements : d'une part, les animations destinées principalement à la population locale, qui optimisent également le séjour de nos résidents et visiteurs et, d'autre part, les événements ayant pour objectif de générer du trafic et d'attirer une population plus large vers le village. Ces derniers visent à créer des retombées économiques, notamment en matière d'hébergement et au profit des socioprofessionnels locaux.

Cette stratégie permet également de fidéliser notre clientèle. Nous comptons en effet un noyau important de résidents secondaires qui reviennent régulièrement, attirés et fidélisés par ces événements. De même, les visiteurs en séjour prolongé sont incités à revenir grâce à l'optimisation de la fréquentation du village.

Nous nous efforçons de positionner ces événements sur des périodes stratégiques. Ce défi a été relevé en collaboration avec les collectivités et les associations locales. Par exemple, l'un des principaux événements, Toquicimes, organisé par la collectivité, a été délibérément programmé lors du premier week-end des vacances scolaires. Cette période, choisie pour son potentiel à générer un flux important de visiteurs, illustre bien notre volonté de maximiser l'impact de nos initiatives événementielles.

Brice DUTHION

Pour générer du trafic et des retombées, il est essentiel de fidéliser la clientèle et de travailler sur la notoriété de la marque, ce qui paraît évident. Quels outils financiers avez-vous à votre disposition pour développer cette stratégie ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Nous mobilisons une part importante des finances locales pour financer ces événements, tout en recherchant activement des partenariats. Concernant les événements organisés par la collectivité, nous sollicitons des subventions auprès de nos partenaires institutionnels, tels que la région et le département. Malheureusement, ces subventions restent limitées, car ces deux institutions privilégient les aides à l'investissement plutôt qu'au fonctionnement.

Cependant, le département joue un rôle crucial depuis deux ans en accordant des subventions pour les étapes du Tour de France. Comme l'a souligné le Président SADDIER, cet événement est perçu comme un vecteur de rayonnement pour le territoire et le département. Ainsi, pour les collectivités qui accueillent une arrivée ou un départ du Tour de France, le département s'engage à prendre en charge intégralement le droit d'entrée pour ces événements.

Par ailleurs, certaines associations organisent des événements majeurs. Par exemple, dans un mois, l'association « Megève en Selle » organisera le Jumping. Cette association gère entièrement l'événement, mais nous lui apportons également des subventions pour soutenir ses efforts.

Brice DUTHION

Votre budget global à l'année sur l'événementiel s'élève à combien ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Nous apportons une contribution d'environ trois millions d'euros.

Brice DUTHION

Abordons à nouveau l'outil évoqué avec Jérôme concernant la taxe de séjour. Quelle est votre stratégie à ce sujet, en incluant également la taxe d'habitation sur les résidences secondaires ?

▪ **Catherine JULLIEN-BRÈCHES**

Nous avons optimisé la collecte de la taxe de séjour depuis 2019.

L'optimisation de la collecte en 2019 nous a permis de passer de 300 000 euros à plus d'un million.

Nous venons d'adopter une délibération visant à modifier nos taux. Ce travail a été réalisé en collaboration avec les socioprofessionnels, qui ont unanimement recommandé l'application du taux le plus élevé. Ils estiment, à juste titre, que cela n'affecte pas le choix des clients lors de leur séjour.

Brice DUTHION

La décision est claire.

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Nous venons donc de prendre cette délibération afin d'optimiser la collecte.

Brice DUTHION

A quelle date votre décision sera-t-elle applicable ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

La mesure sera applicable à compter du 1^{er} janvier 2025.

Brice DUTHION

Qu'en est-il de la taxe d'habitation sur les résidences secondaires ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

C'était un vaste débat. Concernant la taxe d'habitation, nous avons déjà un taux relativement élevé à Megève, par conséquent, je n'ai pas souhaité appliquer cette taxe cette année. Pour moi, il s'agit d'un travail de fond. Taxer simplement pour générer des recettes n'était pas l'objectif de notre démarche. Cette taxe doit être affectée de manière spécifique.

Notre principale problématique, commune à de nombreuses stations touristiques, est celle du logement permanent. En raison de la pression foncière actuelle, nous observons une diminution de notre population permanente. L'objectif pour l'année prochaine est d'introduire une taxation supplémentaire sur la taxe d'habitation. Les montants collectés seront alors dédiés à l'optimisation du logement permanent.

Brice DUTHION

Pour de la construction, de la rénovation et de la réhabilitation ? Il reste du foncier disponible ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Contrairement à la Grande-Motte, née de constructions massives en une seule fois, Megève s'est développée progressivement et nous avons régulièrement entretenu nos bâtiments. Il faut maintenant s'adapter au DPE mais c'est une autre problématique.

Toutefois, bien que la rénovation de nos bâtiments soit importante, elle n'est pas notre priorité actuelle. Notre objectif principal est d'optimiser notre offre de logements pour notre population permanente.

Brice DUTHION

Combien de logements sont concernés dans ces programmes ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Aujourd'hui, la collectivité s'engage à optimiser le foncier dont elle est propriétaire en créant de nouveaux logements. Nous possédons un bâtiment, adossé à notre complexe dénommé « le Palais », qui célébrera ses 55 ans demain.

Actuellement, ce bâtiment est occupé par les salariés de la collectivité. Étant donné son ancienneté, il nécessite une réhabilitation complète. Le projet consiste à démolir cette structure pour en reconstruire une nouvelle, financée par le biais de la collecte.

Brice DUTHION

Vous comptez y intégrer d'ailleurs des logements à destination des saisonniers ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Nous mutualiserons logement permanent et logement saisonnier.

Brice DUTHION

Pourriez-vous nous exposer brièvement, le projet d'ingénierie financière qui a été à l'origine de ces nouveaux équipements ? Je pense que cela présente un intérêt certain.

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Le Palais est un projet de longue haleine, initié il y a 55 ans. Dès 1950, les élus avaient exprimé la volonté de doter la commune d'un équipement comprenant une piscine et une patinoire.

Ce projet a été concrétisé par les élus de l'époque et inauguré en 1969. Depuis, ce bâtiment a considérablement enrichi la vie de notre population locale. Cependant, il a également évolué pour répondre aux besoins de diversification touristique, devenant un complément essentiel aux activités de ski et aux autres offres que nous devons proposer à nos visiteurs et clients séjournant à Megève.

Aujourd'hui, le Palais s'étend sur 30 000 mètres carrés et regroupe divers équipements tels que piscine, patinoire, espace balnéo, centre de remise en forme, et mur d'escalade.

La dernière phase de ce projet, qui sera inaugurée demain, a consisté en la réorganisation de l'espace intérieur. Une salle des congrès, initialement située à l'étage, a changé de place avec le gymnase. Désormais, le gymnase occupe l'étage tandis que l'ancien espace du gymnase a été transformé en une vaste salle polyvalente.

Cette nouvelle configuration permettra d'accueillir des spectacles et des concerts, tout en étant adaptée aux séminaires et au tourisme d'affaires. Cette initiative vise à attirer des séjours et des séminaires durant les périodes creuses, contribuant ainsi à dynamiser l'activité du village pendant les périodes plus difficiles.

Brice DUTHION

Pour conclure, pourriez-vous préciser le montant de l'investissement ainsi que les modalités de financement des partenariats ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

Cet investissement, initié en novembre 2013 avant mon accession à la mairie, mérite notre attention. À l'époque, le projet était annoncé à 27 millions d'euros hors taxes, mais en réalité, toutes dépenses confondues, il s'élevait à 40 millions d'euros. À mon arrivée, j'ai hérité de ce projet de 40 millions d'euros, dont 9 millions d'emprunts, ce qui constituait une équation complexe à résoudre.

Nous nous sommes interrogés sur la marche à suivre. Tout arrêter et repartir de zéro avec un nouveau projet était l'une des options. Malheureusement, les marchés avaient déjà été attribués aux entreprises, ce qui aurait entraîné un coût de 8 millions d'euros sans rien obtenir en retour si nous avions tout arrêté.

Nous avons donc relevé le défi et nous nous sommes adaptés, bien que cela ait été très compliqué. Nous avons contracté un nouvel emprunt de 20 millions d'euros, ce qui nous a permis de renégocier un emprunt qui était toxique.

De plus, sur les recommandations de la Chambre régionale des comptes, nous avons dû nous déposséder d'une partie de notre foncier. Cette première tranche a été financée par un emprunt et la cession d'un foncier, ce qui nous a permis de combler le déficit. Récemment, la tranche dite conditionnelle avec l'inversion des salles a été évaluée à 8,7 millions d'euros hors taxes, soit environ 11 millions d'euros toutes dépenses confondues.

Un important travail de demande de subventions a été réalisé, ce que n'avaient pas fait nos prédécesseurs pour la première tranche.

Nous avons eu la satisfaction de recevoir 2 millions d'euros de la région et 2 millions d'euros du département. Ces apports financiers sont particulièrement appréciés pour des investissements aussi structurants et significatifs.

Brice DUTHION

Vous avez embauché une personne spécifiquement dédiée à cette ingénierie financière ?

Catherine JULLIEN-BRÈCHES

En 2014, j'ai souligné la nécessité d'optimiser nos aides et subventions pour soutenir nos projets. On m'a alors assuré que tous nos salariés étaient compétents et savaient où chercher ces subventions.

En 2020, après ma réélection, j'ai annoncé la création d'un poste dédié aux subventions. Aujourd'hui, nous avons effectivement une salariée chargée du montage des dossiers, ce qui facilite grandement l'obtention des subventions indispensables au financement de nos projets, souvent conséquents et coûteux. Lorsque les dossiers sont bien structurés et présentés de manière rigoureuse, leur traitement par les institutions et organismes compétents en est considérablement facilité.

Brice DUTHION

Merci beaucoup, Catherine JULIEN-BRECHES. Restez à la tribune. Je me tourne maintenant vers Laurent MALET, qui est inspecteur des finances publiques. Je trouve que la réflexion que nous menons est particulièrement intéressante. La présence de Laurent est, à mon avis, tout à fait justifiée après les interventions de Jérôme et de Catherine.

En effet, l'État, par l'intermédiaire de Laurent, va nous présenter un dispositif d'intrapreneuriat au sein de la DGFIP, un projet intitulé FARITAS. Ce projet constitue un complément pertinent à ce que nous venons d'entendre.

Témoignage de Laurent MALET,

Inspecteur des Finances Publiques, Direction Générale des Finances Publiques

Bonjour à tous. Je suis Laurent Malet, inspecteur des finances publiques dans le Var, au sein d'un service de contrôle fiscal.

En juillet 2021, la Direction générale des finances publiques a lancé un appel à projets, visant à identifier des agents capables de proposer des améliorations ou des simplifications dans les démarches quotidiennes, tant pour eux-mêmes que pour leurs partenaires ou usagers.

Dans le cadre du contrôle fiscal de mon département, qui est très touristique, nous avons rencontré les différents maires des communes locales. L'une des problématiques soulevées concernait la surveillance et le suivi de l'activité économique, notamment dans les hébergements meublés touristiques.

Ces hébergements représentent une part importante de la fiscalité, tant au niveau des revenus des personnes physiques, pour lesquels nous disposons déjà de nombreuses sources d'information, qu'au niveau des taxes foncières, de la CFE, et de la taxe d'habitation.

Il était crucial de vérifier si certaines catégories d'hébergements, pour lesquelles la taxe d'habitation sur les logements vacants était appliquée, étaient réellement vacantes ou au contraire utilisées pour de la location saisonnière.

L'idée que j'ai proposée était de partager des informations sur la taxe de séjour entre les communes et la DGFIP, afin d'enrichir nos bases de données et d'améliorer le contrôle fiscal.

Nous avons ensuite réorienté le projet en identifiant d'autres irritants.

Brice DUTHION

Quels étaient ces autres irritants et qu'est-ce que vous proposez pour y remédier ?

Laurent MALET

Nous souhaitions partager cette information, mais nous avons constaté que vous, les collectivités locales, éprouviez des difficultés à accéder à des données réellement exploitables concernant la location meublée saisonnière ou l'hébergement touristique, tels que les hôtels et les campings.

Bien que vous disposiez d'un suivi très précis de l'activité saisonnière, il en va tout autrement pour l'hébergement touristique meublé. En effet, les opérateurs numériques de réservation, qui représentent, comme l'a indiqué Monsieur PAYANY, plus de 60 % des flux de réservations, vous transmettent des déclarations souvent difficilement exploitables.

Cela complique non seulement la gestion de la taxe de séjour, mais aussi son contrôle et l'application de sanctions éventuelles. En réalité, très peu de communes appliquent des sanctions contre les opérateurs numériques, soit par crainte, soit par manque d'éléments.

Avant de proposer le partage d'information, il est essentiel que cette information vous parvienne de manière standardisée. C'est dans cette optique que nous proposons le projet FARITAS. Ce projet vise à centraliser la déclaration de la taxe de séjour par les opérateurs numériques et à standardiser cette déclaration.

L'opérateur utilisera le portail <https://www.impots.gouv.fr> pour déposer sa déclaration nationale de taxe de séjour. Cette déclaration sera ensuite segmentée et adressée à chaque collectivité pour les données qui lui correspondent.

Elle sera uniformisée, ce qui simplifiera l'importation de cette déclaration dans le logiciel de gestion que vous utilisez, qu'il s'agisse de Nouveaux Territoires ou d'un autre prestataire.

Brice DUTHION

En 2023, deux territoires ont été désignés pour des expérimentations le Var et la Savoie. Disposez-vous déjà d'un premier bilan à nous communiquer ? Pourriez-vous nous expliquer comment ces expérimentations se sont déroulées et quels en sont les résultats, en particulier pour les territoires concernés ?

Laurent MALET

Nous avons eu l'opportunité d'embarquer deux territoires d'expérimentation le Var et la Savoie. Ces départements, très touristiques et complémentaires en termes d'offres, ont permis une analyse riche et variée.

Une vingtaine de collectivités ont participé à cette expérimentation, ainsi que six opérateurs numériques de tailles diverses, allant des petites entreprises aux multinationales.

Nous avons constaté que la centralisation et la standardisation des déclarations étaient particulièrement appréciées par les communes touristiques. Les collectivités attendent avec impatience un tel système, qui ne se substitue pas aux logiciels de gestion existants, mais les complète efficacement.

Du côté des opérateurs numériques, cette initiative simplifie considérablement la démarche déclarative. Plutôt que d'exiger qu'ils adressent une déclaration à chacune des 1 800 collectivités délibérantes, nous leur demandons de déposer un seul fichier. De plus, nous sécurisons la transmission de l'information. Actuellement, ces déclarations sont soit mises à disposition sur des portails sécurisés, soit envoyées par courriel non sécurisé. Ce dernier mode de transmission est problématique, car il concerne non seulement des données personnelles importantes, mais aussi des informations économiquement sensibles. Il est donc impératif d'adopter des méthodes de transmission plus sécurisées.

Brice DUTHION

Les résultats obtenus sont significatifs. Quels sont les principaux enseignements que nous pouvons en tirer dès à présent ?

Laurent MALET

Nous avons identifié la nécessité d'un outil universel, déployable sur l'ensemble du territoire. Il est impensable de disposer d'un outil applicable dans certaines zones et non dans d'autres. Cela concerne tant les opérateurs numériques que les collectivités, qui souhaitent un meilleur accompagnement. Nous avons donc pris le parti d'ajouter à ce système de déclaration un module d'analyse, bien que les logiciels de gestion actuels le proposent déjà.

Cette démarche vise à offrir une transparence totale dans l'analyse des déclarations, tant pour les collectivités locales, qui bénéficient ainsi d'un soutien dans la gestion de chaque séjour, que pour les opérateurs numériques. Par exemple, nous pourrions identifier que vous auriez dû percevoir 35 euros, mais que vous n'en avez perçu que 33,20 euros, ce qui représente un manque à gagner pour chaque séjour.

Cette approche est particulièrement innovante, car à la DGFIP, nous avons tendance à ne pas partager nos analyses avec les déclarants. Ici, les analyses sont également restituées aux déclarants, avec pour objectif de les guider vers une meilleure conformité réglementaire.

La taxe de séjour, comme l'ont montré les graphiques présentés, est relativement complexe et varie selon les territoires. Les erreurs sont fréquentes. Plutôt que de sanctionner tardivement, l'objectif est d'alerter le déclarant dès la déclaration sur les erreurs de calcul ou de conformité. Cela lui permet soit de modifier son système d'information, soit de réaliser une déclaration corrective, soit de mobiliser ses équipes informatiques pour corriger la liquidation de la taxe, améliorant ainsi les déclarations futures.

Brice DUTHION

L'article 129 de la loi de finances 2024 prévoit la généralisation de l'expérimentation à l'ensemble du territoire pour une durée de trois ans. Si des élus présents dans cette salle souhaitent obtenir davantage d'informations ou manifester leur intérêt, ils peuvent venir vous consulter directement.

Laurent MALET

Le dispositif FARITAS est désormais ouvert et déployé pour l'ensemble des collectivités. Toutes les communes disposent désormais d'un accès au portail de la gestion publique pour utiliser ce nouveau service, intitulé « mes déclarations de taxe de séjour ». Par ailleurs, les

opérateurs numériques peuvent également accéder à ce service via le portail impots.gouv.fr, sous l'appellation « déclarer la taxe de séjour ».

Cependant, la situation politique actuelle a retardé la publication du décret d'application nécessaire. Malgré cela, trois opérateurs sont déjà prêts à soumettre leurs déclarations dès que ce décret sera publié, voire même avant.

Pour les collectivités, il est impératif de s'assurer que les agents responsables de la gestion et du contrôle de la taxe de séjour disposent bien d'un accès au portail de la gestion publique. Cet accès est déjà en place dans toutes les collectivités, il convient juste de vérifier que c'est effectivement la personne adéquate qui en possède l'accès et de solliciter auprès de votre Service de Gestion Comptable (SGC) une habilitation au service FARITAS, pour pouvoir accéder aux déclarations déposées.

Brice DUTHION

Permettez-moi d'interroger Jérôme : quelle est votre opinion à ce sujet et comment envisagez-vous la complémentarité avec les services que vous proposez aux collectivités ?

Jérôme PAYANY

Les territoires rencontrent actuellement une difficulté majeure : ils ne collectent plus une seule taxe, mais plusieurs. Ainsi, lorsqu'un opérateur numérique leur verse 143 000 euros, cette somme ne leur est pas entièrement destinée.

Il est crucial de comprendre précisément la composition de ces montants. La principale tâche consiste à réussir à reconstituer ces informations. Toutefois, la loi n'oblige en aucun cas les opérateurs à déclarer les taxes additionnelles collectées, et l'ensemble des déclarations des opérateurs numériques pour l'année 2022 est erronée.

Personne parmi vous n'a entrepris de poursuites judiciaires contre ces opérateurs, car vous ne vous sentez pas en mesure de demander des comptes à des entreprises telles qu'Airbnb, Abritel ou Booking.

Je n'hésite pas à qualifier Booking de plus grand escroc de l'univers, tant il est effrayant de constater qu'ils vous ont envoyé, il y a dix jours, un fichier rectificatif pour 2022, en vous demandant de lui retourner l'excédent perçu, ce qui n'est absolument pas prévu par la loi et relève d'une absurdité totale.

Il est indéniable que le travail est loin d'être achevé. L'initiative FARITAS va cependant dans la bonne direction pour aider les petits opérateurs qui peinent à répartir les taxes.

Le partage des données avec la DGFIP est très intéressant, bien que la liste des résidences secondaires et des meublés de tourisme déclarés sur le portail de la DGFIP par les communes serait également bienvenue. La liste est disponible depuis juin dernier, mais à ma connaissance, aucun maire n'y a accès pour vérifier quels sont réellement les résidences secondaires et les meublés de tourisme déclarés auprès de la DGFIP.

Si des données doivent être partagées, il est essentiel de partager celles relatives à la taxe de séjour, mais cela implique également de partager les autres données pertinentes.

Brice DUTHION

Laurent, est-ce en projet ?

Laurent MALET

Cela ne fait effectivement pas partie de mon projet initial. L'introduction de GMBI (Gérer Mes Biens Immobiliers) a créé une certaine rupture dans la transmission de l'information mais le problème est en cours de résolution.

Pour répondre à votre interrogation, il est vrai qu'il serait nécessaire d'aller beaucoup plus loin. La difficulté pour la DGFIP réside dans le fait que la taxe de séjour est codifiée par le CGCT, un code qui n'est pas entièrement sous notre contrôle. C'est pourquoi nous avons opté pour une expérimentation législative, afin d'apporter une évolution positive sans être trop disruptive dans un contexte réglementaire déjà en rapide évolution.

Nous sommes cependant pleinement conscients de la nécessité d'aller plus loin.

Jérôme PAYANY

En ce qui concerne la taxe additionnelle de 200 % en Île-de-France, j'ai constaté, en début d'année, dans certaines communes présentes ici, que non pas des opérateurs numériques, mais bien des hôteliers qui avaient correctement rempli et reversé les formulaires par ailleurs, déclaraient avoir collecté la taxe additionnelle alors que ce n'était pas le cas.

Les taxes additionnelles, étant non budgétaires, ne peuvent être titrées. Elles s'ajoutent donc aux montants existants. Ainsi, lorsqu'un euro est demandé en Île-de-France, trois euros devraient en réalité être encaissés : un euro de taxe plus deux euros de taxe additionnelle.

Si, à la fin, on vous reverse le montant en prétendant que les deux euros supplémentaires sont inclus, cela signifie que votre taxe diminue de 60 % si ce n'est pas bien contrôlé et suivi. C'est pourquoi le contrôle de ce qui est réellement reversé est crucial, d'autant plus que les sommes en jeu peuvent être phénoménales.

Je parle de montants significatifs sur des territoires en France, où les sommes qui s'évaporent sont colossales. Une fois ces sommes prélevées, elles le sont définitivement, car toutes les sommes collectées en 2024 sont censées inclure l'ensemble des taxes additionnelles votées. Si ces aspects ne sont pas suivis de près, ils peuvent entraîner des pertes financières considérables. C'est un véritable danger.

Brice DUTHION

Nous allons aborder trois questions supplémentaires avant de laisser la parole au Président pour le mot de la fin. La parole est au représentant d'Atout France.

Sylvain CHARLOT

Je vais vous expliquer notre démarche. Nous avons été amenés à développer un outil de caractérisation du parc immobilier, comme je l'ai évoqué hier, en segmentant le nombre exact de lits en hôtel, en résidence de tourisme, en village de vacances et dans les résidences secondaires.

Grâce aux informations des fichiers fonciers, nous avons créé un outil en collaboration avec le Cerema, qui est également administrateur de données pour le compte de la DGFIP. Cet outil permet de caractériser ce parc immobilier de manière précise et géoréférencée.

Pour l'hébergement professionnel marchand, nous disposons de nombreuses passerelles qui nous permettent de suivre les fréquentations. Cependant, pour les meublés, c'est le vide intersidéral. Nous avons posé une première pierre en dépassant déjà le ratio de cinq lits par résidence secondaire, ce qui permet de redresser le nombre de lits.

L'étape suivante consiste à identifier ces meublés de manière géoréférencée et à déterminer s'ils sont commercialisés ou non. Nous appelons de nos vœux la généralisation de la télédéclaration avec la délivrance d'un numéro d'enregistrement. Cela nous permettrait d'établir une passerelle.

Nous avons envisagé, en collaboration avec GMBI du site des impôts, la possibilité d'implémentations complémentaires. Il ne s'agit pas d'ouvrir une boîte de Pandore, mais de créer une jointure avec les numéros d'enregistrement, ce qui soulèverait la question des taxes de séjour et de la mise en commercialisation ou non des meublés.

La nécessité de disposer de ce numéro d'enregistrement impliquerait une déclaration obligatoire en mairie avant de pouvoir débiter une activité de meublé. Ces passerelles nous permettraient d'avoir une connaissance fine, d'une part, de la caractérisation du parc immobilier et, d'autre part, de son rôle dans le fonctionnement touristique de la destination.

Brice DUTHION

Laurent et Jérôme, peut-être une première réaction ?

Laurent MALET

Concernant le partage de l'information, oui, il est essentiel.

En l'occurrence, FARITAS repose sur une dynamique où la gestion, la réglementation et le contrôle sont décentralisés. Ce que nous proposons, c'est de centraliser la déclaration tout en maintenant la gestion et le contrôle au niveau local.

Cette dynamique pourrait complètement être envisagée pour la déclaration et le changement d'usage. Il s'agirait de centraliser le flux déclaratif, notamment afin de disposer d'un fichier unique permettant de vérifier si un numéro d'enregistrement existe, s'il est pertinent et si l'activité perdure.

Cependant, cette dynamique ne sera pas prise en charge par la DGFIP, car elle ne relève pas de son champ de compétences, bien que nous en reconnaissons l'intérêt. C'est également pour cette raison que nous avons soutenu le projet FARITAS car nous y voyons un intérêt fiscal, même si cela n'appartient pas à notre cœur de métier.

Jérôme PAYANY

Il est certes pertinent de discuter de la centralisation, mais il convient également d'aborder la décentralisation !

En effet, je rappelle que la taxe de séjour est communale ou intercommunale et que les données de numéro d'enregistrement sont toujours communales.

Le problème réside dans la nécessité de renvoyer la taxe de séjour, par exemple, sur Evian-les-Bains ou Megève, en utilisant le numéro d'enregistrement, car cela alimente la taxe de séjour en temps réel. Cependant, lorsque cela concerne des intercommunalités comme Grand Annecy, il faut que ces informations parviennent à l'agglomération, même si la déclaration est effectuée au niveau de la mairie. Il y a donc deux niveaux à considérer.

Ensuite se pose la question de la qualification des données relatives à la taxe de séjour. Nous remercions Atout France, qui nous a permis, depuis de nombreuses années, de partager les données de classement des professionnels sur les plateformes taxes de séjour. ce qui permet aux collectivités de suivre directement leurs établissements classés. Toutefois, le problème réside dans l'absence du numéro SIRET, ce qui empêche toute possibilité de clé unique pour un rapprochement automatique. Dans des communes comptant une quinzaine

d'hôtels et de résidences classées, cela reste gérable. En revanche, pour des territoires tels que l'agglomération d'Annecy ou celle de La Rochelle, la gestion quotidienne devient un véritable cauchemar.

Il serait effectivement bénéfique que le numéro de SIRET soit publié sur le site d'Atout France, car cela faciliterait une meilleure collaboration. De même, pour les meublés de tourisme classés, il est actuellement possible pour n'importe qui de prétendre être classé, car la liste des meublés classés n'est ni diffusée ni accessible au public.

Aujourd'hui, le secret médical est moins bien gardé que celui des meublés classés. En effet, n'importe qui peut prétendre disposer d'un meublé classé sans que cela puisse être vérifié. Nous avons la chance de compter une trentaine de départements qui ont accepté de partager leurs informations, notamment en Haute-Savoie, où les deux classeurs que sont le Massif des Aravis et IDES 74, collaborent avec les communes pour remonter les données.

Cependant, Savoie-Mont-Blanc Tourisme refuse catégoriquement que cette liste soit partagée avec les communes pour l'organisation des séjours, ce qui est assez incompréhensible. Il est donc impératif que le partage des données soit bilatéral et se fasse de manière fluide et rapide.

Sylvain CHARLOT

Je crois que nous pouvons effectivement avancer dans les deux directions.

Cependant, pour moi le véritable enjeu réside non pas tant dans la nécessité de savoir si un logement est classé ou non mais plutôt de savoir s'il est commercialisé et dans quelles proportions.

Jérôme PAYANY

Nous sommes en mesure de consolider les données grâce à notre module de rapprochement. Nous effectuons une synthèse des informations déclarées par Airbnb, Abritel et Booking, puis nous permettons, via notre plateforme Taxedeséjour, de connaître le nombre de séjours réalisés par chaque hébergement au cours de l'année, que ce soit par les opérateurs numériques ou en direct.

Cela offre une vision globale du taux de remplissage, une information qui était impossible à obtenir depuis 2018 en raison de la multiplicité des sources. Un élément fondamental pour atteindre cet objectif est le numéro d'enregistrement. Avec l'application de la réglementation, nous sommes en mesure de suivre précisément ces données.

Les communes peuvent ensuite les transmettre à Atout France en synchronisation, sans difficulté technique.

Brice DUTHION

Prenons les deux dernières questions sous réserve qu'elles soient brèves et donnent lieu à des réponses concises.

Une intervenante de Mayotte, j'en suis ravi. Hier vous nous avez véritablement donné envie de visiter cette île. Pourriez-vous nous expliquer ce qu'il en est de la taxe de séjour à Mayotte ?

Saffaride AYOUBA

Merci. Bonjour. Concernant la taxe de séjour, nous avons constaté plus tôt sur la carte projetée que seule la ville de Mamoudzou a commencé à l'instaurer à Mayotte.

Ma question se situe bien en amont de tout ce qui a été présenté aujourd'hui. Nos communes n'ont pas encore recensé les hôtels, et aucun registre n'a été mis en place. Par conséquent, nous ne pouvons pas percevoir la taxe de séjour, car, de fait, nous ignorons qui est installé sur le territoire.

Lorsque certains hôtels ou d'autres établissements cherchent à faire des déclarations, ils se tournent vers les communes et celles-ci les renvoient vers nous. Auparavant, il n'y avait pas d'office de tourisme, ce qui compliquait la situation.

Chacun se renvoie la responsabilité. Comment la communauté de communes doit-elle procéder pour inscrire ses établissements et ensuite collecter les informations nécessaires ? Devons-nous impérativement les renvoyer vers leurs communes respectives ?

Brice DUTHION

Jérôme, ce sera l'objet d'une mission à Mayotte pour toi ?

Jérôme PAYANY

Après Saint-Pierre-et-Miquelon, continuer avec Mayotte ne pose pas de problème.

Toute la partie relative à la déclaration des meublés est liée à la prérogative du logement, elle relève donc de la compétence municipale car elle n'a pas été transférée au bloc communautaire. La déclaration des meublés est strictement communale.

En revanche, il n'en va pas de même en ce qui concerne les hôteliers, il n'y a pas de déclaration similaire. On parle là d'ERP, d'Établissements Recevant du Public et c'est alors du ressort d'organismes tels qu'Atout France. Nous ne sommes donc pas du tout dans le cadre de la déclaration ni de la taxe de séjour à ce niveau.

Cependant, la connaissance des professionnels et des particuliers permet ensuite de déterminer le parc de personnes sur lequel appliquer la taxe de séjour.

Brice DUTHION

Nous allons maintenant prendre une dernière question avant de conclure ce congrès. Qui souhaite poser la dernière question ?

André PERRILLAT-AMEDE

Je souhaiterais simplement évoquer une idée qui pourrait sembler bonne ou mauvaise.

Depuis le 1^{er} juin 2024, 37 communes de Toulouse-Métropole ont mis en place une tarification saisonnière sur les factures d'eau pour tous les habitants et les entreprises.

Cette mesure implique une augmentation de 42 % des factures jusqu'au 1^{er} novembre, suivie d'une réduction de 30 % du prix initial. Je viens de découvrir cette initiative.

Brice DUTHION

Je vous remercie pour l'information. Il est temps de conclure ce congrès. Merci pour votre attention. Nous invitons le Président, Philippe SUEUR, à prononcer, conformément à la tradition, le discours de clôture.

Conclusion de Philippe SUEUR

Président de l'ANETT

Ce congrès, cher André PERRILLAT-AMEDE, est véritablement une réussite. Cette réussite est due à toi et à tes équipes. Hier, nous avons vécu une journée exceptionnelle, tant par la densité du travail accompli que par la soirée, décalée et joyeuse. Je pense que c'est également grâce à vous, les participants, nos adhérents et nos partenaires, que ce congrès du Grand-Bornand restera mémorable.

Je sais qu'il y a déjà deux ou trois candidatures pour l'année prochaine. Rien n'est encore décidé, mais la barre est placée très haut et qu'il faut respecter un cahier des charges.

Comme le temps nous est compté, je vais conclure sans résumer ces deux jours de congrès. Nous allons vous proposer quelques axes de travail à l'intention du prochain gouvernement, incluant des éléments largement abordés hier et ce matin.

Le tourisme, nous l'avons maintes fois souligné, est une priorité nationale qui repose sur la vitalité de ses acteurs. Ce que nous avons entendu hier, ce sont véritablement des témoignages de cette vitalité. Il est évident que tous les départements de France ne peuvent pas bénéficier du même dynamisme que celui de Martial SADDIER, mais il est clair que sans cette vitalité, il n'y a ni construction ni reconstruction du tourisme.

Seules les collectivités locales peuvent entreprendre cette tâche. L'État n'est plus en mesure de le faire. Nous avons eu l'exemple de Stéphan ROSSIGNOL tout à l'heure pour la Grande-Motte, un grand projet national réalisé en cinq ans. Aujourd'hui, il faut vingt ans pour de tels projets. Les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) n'ont pas cette capacité non plus.

Pourtant, c'est bien vous, les communes touristiques qui investissez, qui projetez et qui animez ! Cette réalité aurait dû être prise en compte dans le rapport d'Éric WOERTH. Nous manquons d'audace en ce qui concerne le principe de subsidiarité, et bien qu'Éric WOERTH le reconnaisse, nous ne l'avons pas suffisamment affirmé.

Je souhaite également vous dire combien il est important, dans les axes de travail que nous soutiendrons auprès du gouvernement, d'offrir un hébergement touristique de qualité. Cet hébergement touristique de qualité repose évidemment sur les infrastructures : l'hôtellerie, les gîtes, et le réchauffement des lits froids. Bien que ce processus soit amorcé, il est impératif de porter une attention particulière à l'hôtellerie deux et trois étoiles, qui nécessite une remise à niveau.

La rénovation d'une chambre coûte souvent plus de 70 000 euros. Il est crucial de simplifier les procédures, notamment pour la transmission de l'hôtellerie familiale, afin d'éviter la désertion dont Megève, par exemple, chère Catherine, a été victime en raison d'un véritable démantèlement sans oublier une amplification de l'offre de meublés touristiques.

Nous devons être extrêmement vigilants quant à la rénovation, la transition énergétique et aux diagnostics de performance énergétique nécessaires. Des délais ont été obtenus, mais il est essentiel d'aboutir à un statut clair et stable pour l'hébergement touristique et sa fiscalité. Nous avons fait beaucoup de progrès dans les définitions et entendu de nombreuses interventions ce matin. Il est impératif de parvenir à un statut stable.

Concernant la taxe de séjour, nous avons déjà abordé ce sujet à l'occasion d'un atelier, il est évident que nous faisons face à une variable d'ajustement détournée et illégale, notamment par les SDIS. Si les SDIS sont financés par la taxe de séjour, où allons-nous ? Nous ne pouvons pas l'accepter.

On pourrait admettre que le financement d'un train à grande vitesse au service du tourisme soit justifié, à hauteur de 34 %, mais les 200 % pour la mobilité en Île-de-France sont inacceptables et, à mon sens, anticonstitutionnels.

Il est crucial que le gouvernement, ainsi que les conseillers techniques, soient attentifs à ces enjeux. Nous avons ce matin la chance d'accueillir Nicolas EVRARD, maire de Servoz et conseiller technique, très écouté, de la Ministre Dominique FAURE.

Il est nécessaire de réactiver et de simplifier l'accès au Fonds vert. Les procédures sont complexes, les préfectures ne sont pas toujours à l'écoute de leurs services et les montants alloués ont diminué.

Nous devons également nous concentrer sur la préservation de la ressource en eau. Nous y sommes évidemment fortement invités puisque nous sommes tous maintenant soumis à un SAGE. Ces schémas sont évidemment nécessaires et, même, devraient être vertueux. Il faut que nous soyons des partenaires, nous, les collectivités. C'est un travail collectif, pédagogique, mais il faut travailler aussi sur la préservation de l'eau. Cependant, l'encadrement de cette préservation, souvent régi par des arrêtés préfectoraux, n'est pas toujours adapté et peut être perçu de manière exagérée. Nous devons aussi nous pencher sur l'assainissement. Nous le pratiquons déjà, ainsi que sur la récupération des eaux grises, mais ce sujet est actuellement tellement encadré qu'en réalité nous perdons de l'eau.

Il est également nécessaire de travailler sur nos stations touristiques, notamment celles de vos communes touristiques qui sont des stations classées de tourisme. Ce matin, un atelier a été consacré à ce sujet, auquel vous n'avez pas tous pu assister. Je tiens à remercier sincèrement Hélène MACHART, représentante de la DGE et chef de projet, pour sa présence, ainsi que Sylvain CHARLOT d'Atout France et Stéphanie Barrière de l'IGN. Nos communes touristiques, érigées en stations classées, doivent devenir des destinations d'excellence.

Il est essentiel de le faire savoir, car l'attractivité ne repose pas uniquement sur la qualité des équipements et de l'accueil, mais aussi sur le ressenti et la communication. Le digital et les réseaux sociaux jouent un rôle crucial à cet égard. Une expérimentation sur ce sujet, menée par l'ANETT en collaboration avec Atout France, sera déployée auprès d'une quinzaine de communes.

Mes chers collègues, mes chers amis, cette initiative ne pourra aboutir que si nous disposons d'un ministère du Tourisme de plein exercice ! C'est ce que nous attendons du prochain gouvernement.

Actuellement, on peut dire que la gestion et la protection du tourisme reposent sur la DGE, et nous remercions Hélène MACHART pour son engagement en tant que représentante de cette direction.

Voilà mes chers amis ce que nous devons soutenir. Surtout, gardez cette vitalité qui est la vôtre, cet enthousiasme, cette gaieté.

Je vous souhaite une excellente année touristique !