

Janvier 1995

**LES RAISONS, LES VOIES ET LES MOYENS  
D'UNE POLITIQUE NATIONALE  
DE L'ECONOMIE TOURISTIQUE  
PLURISAISSONNIERE**

par Léonce Deprez  
*député*  
*chargé de mission*  
*par le ministre de l'Equipement*  
*des Transports et du Tourisme*

# ASSEMBLEE NATIONALE

LEONCE DEPREZ  
DEPUTE Du PAS-DE-CALAIS  
VICE-PRESIDENT DU CONSEIL REGIONAL  
NORD-PAS-DE-CALAIS  
SECRETAIRE DU BUREAU  
DE L'ASSEMBLEE NATIONALE  
MAIRE DU TOUQUET

*Le 14 Février 1995*

**Monsieur Bernard BOSSON**  
Ministre de l'Equipement, des  
Transports et du Tourisme  
3, Place Fontenoy  
75007 PARIS

**L.D./N.M.**

Monsieur le Ministre

Pour faire suite à la mission que vous m'avez confiée par lettre en date du 26 Juillet 1994, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint le rapport que j'ai rédigé sous le titre "**Les raisons, les voies et les moyens d'une politique nationale de l'Economie touristique plurisaisonnière**" ainsi que ses annexes I et II.

Ce rapport résulte de vingt-huit tables rondes que j'ai organisées à travers la France pour répondre à votre demande de propositions pouvant toucher l'ensemble du territoire français.

Je souhaite vivement que vous puissiez donner une suite officielle et concrète à ce travail et aux propositions que je me suis attaché à présenter en conclusion de cette mission.

Je vous prie de croire, Monsieur le Ministre, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

**Léonce Deprez**

*Le Ministre de l'Equipement, des Transports*

*et du Tourisme*

**CAB/FB**

Cher Monsieur le Député-Maire et Cher Ami,

Une des voies possibles pour développer les activités touristiques dans notre pays consiste à favoriser le développement de la fréquentation des zones d'attraction touristique tout au long de l'année, et non plus seulement pendant les traditionnelles "saisons", de manière à obtenir une véritable "plurisaisonnalité" du tourisme.

C'est pourquoi je souhaiterais, ainsi que nous en sommes convenus, que vous acceptiez de mener une mission sur ce thème.

Le premier objet de votre mission consistera à analyser la demande constatée pour ce type de tourisme, en recensant les types de clientèles intéressées et leurs attentes en termes de "produits" touristiques (thèmes de séjour, conditions d'hébergement, etc....).

Vous comparerez cette demande à l'offre existante.

A partir du jugement que vous porterez sur l'adéquation entre l'offre existante et la demande constatée, vous formulerez des propositions destinées à favoriser le développement d'un tourisme "plurisaisonnier" sur notre territoire.

Sur le plan de la méthode, je souhaite que votre approche soit principalement économique, de manière à démontrer qu'une telle approche est "rentable" pour les acteurs publics et privés de l'économie touristique, en rapprochant les recettes supplémentaires des charges induites.

Je ne verrais que des avantages à ce que votre analyse se réfère à un certain nombre de cas concrets, qui devrait être représentatifs des problématiques rencontrées tant sur le littoral qu'en montagne et dans les zones rurales.

En vous remerciant encore d'avoir bien voulu accepter cette mission, je vous prie de croire, Cher Monsieur le Député-Maire et Cher Ami, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs, et les plus amicaux. Bien à toi,

Monsieur Léonce DEPREZ  
Député du Pas-de-Calais ;  
Maire du Touquet  
Assemblée Nationale  
126 rue de l'Université  
75355 PARIS 07 SP

**Bernard BOSSON**



# **Les raisons, les voies et les moyens d'une politique nationale de l'Economie touristique plurisaisonnière**

## POURQUOI UNE POLITIQUE NATIONALE DE L'ECONOMIE TOURISTIQUE PLURISAISSONNIERE ?

4

- Oui, l'apparence du tourisme français est bonne...
- Mais la santé est mauvaise

## TITRE 1 : LE CONSTAT DE L'EVOLUTION DE LA DEMANDE DE LA CLIENTELE TOURISTIQUE

12

1°) Les séjours répondant à une motivation de détente de fin de semaine	16
2°) Les séjours répondant à une motivation de vacances trimestrielles 21	
3°) Les séjours répondant à une motivation de stages de perfectionnement	23
4°) Les séjours répondant à une motivation de santé	26
5°) Les séjours répondant à des besoins de rencontres	28

## TITRE II : LE CONSTAT DE L'EVOLUTION DE L'OFFRE A LA CLIENTELE TOURISTIQUE

38

1°) Le désordre... dans la construction des "produits touristiques"	38
2°) Le cloisonnement dans l'organisation de la commercialisation	42
3°) Le gâchis dans l'effort de promotion	45
4°) Le secteur hôtelier de l'Economie touristique est trop dissocié des entités territoriales de base de cette Economie touristique	48

## TITRE III : LE CONSTAT DES PROGRES ATTEINTS ET A POURSUIVRE POUR ASSURER L'ADEQUATION DE L'OFFRE A UNE DEMANDE QUI SERA DE PLUS EN PLUS PLURISAISSONNIERE

54

1°) L'inadéquation entre l'offre et la demande vient surtout de l'insuffisante prise de conscience que l'Economie touristique doit s'organiser pour devenir plurisaisonnière	54
2°) L'adéquation entre l'offre et la demande de séjours doit tenir compte de l'ouverture du marché des temps libre à la clientèle des retraités	62

<b>3*) Une Economie touristique à un quart de son chemin</b>	<b>63</b>
<b>4*) Une Economie touristique plurisaisonnière pour rééquilibrer et revitaliser le territoire Français</b>	<b>67</b>
( l'essentiel des enseignements tirés de l'exploration à travers la France de 25 "points de repère")	
<b>TITRE IV : LES PROPOSITIONS POUR UNE POLITIQUE TOURISTIQUE PLURISAISSONNIERE</b>	<b>113</b>
<b><i>1*) Première proposition : une organisation territoriale de l'Economie touristique à base de pôles territoriaux d'Economie touristique</i></b>	<b>113</b>
<b>A - les quatre exigences de composantes à retenir comme critères objectifs déterminant les pôles d'Economie touristique</b>	<b>114</b>
<b>B - la nécessité de la clarification et de la définition des pôles territoriaux de l'Economie touristique à labelliser en les classant en trois groupes d'entités territoriales à caractère différent</b>	<b>118</b>
<b>C - la nécessité de la labellisation des pôles territoriaux de l'Economie touristique à trois niveaux</b>	<b>120</b>
a) la première catégorie de pôles d'Economie touristique <b>les stations</b>	<b>120</b>
les stations	
- <i>les stations thermales</i>	
- <i>les stations maritimes ou lacustres</i>	
- <i>les stations de montagne</i>	
- <i>les stations villes d'art et d'histoire</i>	
les stations classées	
les stations classées quatre saisons	
b) la deuxième catégorie de pôles d'Economie touristique <b>les villes de congrès</b>	<b>123</b>
les villes de congrès " Accueil 100 "	
les villes de congrès " Accueil 1 500 "	
les villes de congrès " Accueil 2 500 "	
c) la troisième catégorie de pôles d'Economie touristique <b>les P.A.R.I (pays d'accueil ruraux intercommunaux)</b>	<b>125</b>
les P A R I - animation 1 saison	
les P A R I - animation 2 saisons	
les P A R I - animation 4 saisons	

<b>D - Les moyens financiers à assurer aux pôles d'Economie touristique</b>	<b>127</b>
a) les moyens à assurer aux stations (résurrection de la dotation touristique dans le cadre de la dotation d'aménagement du territoire)	<b>129</b>
b) La nécessité de la réforme du calcul des bases de calcul du potentiel fiscal	<b>132</b>
c) la nécessité de la réforme de la législation relative à la comptabilité publique	<b>133</b>
d) la nécessité d'abonder le fonds d'intervention touristique	<b>134</b>
e) la nécessité d'étendre la taxe de séjour aux trois catégories de pôles territoriaux de l'Economie <b>touristique</b>	<b>138</b>
f) la nécessité de la reconnaissance du droit des stations classées à la création d'un casino ou de plusieurs casinos	<b>138</b>

<b><i>2°) Deuxième proposition: Une organisation partenariale secteur public - secteur privé de l'Economie touristique</i></b>	<b>140</b>
--	------------

<b>A - L'exonération des subventions des collectivités territoriales pour l'animation et la promotion touristique</b>	<b>144</b>
---	------------

<b>B - L'incitation à la création d'associations de gestion des équipements et événements touristiques</b>	<b>145</b>
--	------------

<b>C - L'Economie partenariale doit être également renforcée au niveau de la commercialisation et de la promotion touristique</b>	<b>147</b>
---	------------

a) un partenariat exigeant la création d'offices du tourisme intercommunaux dans le cadre des P.A.R.I.	<b>147</b>
b) une politique partenariale de commercialisation des produits touristiques partant des CDT et des CRT	<b>148</b>
c) Cette action partenariale doit viser de plus un produit touristique global aux composantes variées	<b>150</b>

<b><i>3°) Troisième proposition : Une organisation interministérielle de l'Economie touristique</i></b>	<b>152</b>
---	------------

## CONCLUSION :

<b>Des réformes à caractère législatif et réglementaire pour une organisation territoriale du tourisme et pour le développement d'une Economie touristique plurisaisonnière</b>	<b>168</b>
---	------------

## **Pourquoi une politique nationale de l'Economie touristique plurisaisonnière ?**

Pourquoi M. Bernard Bosson, ministre de l'Equipement, des Transports et du Tourisme a-t-il jugé utile de me confier une mission nationale à partir de son Ministère pour une Economie touristique plurisaisonnière ?

Pourquoi cette mission, alors que tant de rapports, nombreux et de qualité, ont pu être rédigés et présentés depuis son arrivée même au Ministère pour éclairer le Gouvernement sur le tourisme en France et sur ce qu'apporte le tourisme à la France ?

Je répondrai sans détour en soulignant les raisons qui motivent cette mission et surtout les propositions que je me dois d'établir en fonction des conclusions de ma mission.

L'apparence du tourisme Français, à travers ses statistiques, est bonne mais la réalité vécue par ceux qui construisent le chiffre d'affaires de l'Economie touristique française est mauvaise.

### **1\*/ Oui, l'apparence est bonne.**

Le tourisme a dégagé en 1994 un excédent dans la balance commerciale française de 60 milliards de francs, du même ordre qu'en 1993.

Oui, la fréquentation a globalement progressé d'environ 5% en 1994.

Oui, les séjours des Français ont connu une forte progression : - 6,5% et la clientèle étrangère est venue plus nombreuse.

Oui, la consommation touristique intérieure française représente aujourd'hui 550 à 650 milliards de francs de chiffre d'affaires.

Oui, la France enregistre 350 milliards de francs de dépenses de séjours sur cette somme globale et 150 millions de nuitées par an.

Oui, le tourisme représente aujourd'hui 550 000 emplois directs.

Oui, le tourisme commence à gagner fort heureusement la France profonde puisqu'on peut évaluer à 70 milliards de francs le chiffre d'affaires dans le domaine qu'on appelle le tourisme vert.

Oui, en bref, les chiffres sont flatteurs qui expriment l'importance que représente déjà le tourisme en France : 57 milliards d'investissements touristiques, 20 millions de lits touristiques (l'offre la plus importante du monde) 21 000 hôtels classés, 13 à 20 000 hôtels non classés, 500 résidences de tourisme, 2 600 licences d'agences de voyages disposant de 5 000 points de vente, 2 200 communes touristiques, 500 stations classées, 46 villes de congrès, 8 700 campings, 39 000 gîtes ruraux, 450 000 meublés de tourisme, 60 millions d'arrivées d'étrangers.

C'est ainsi que la France peut être jugée la première Nation en volume en matière d'accueil d'étrangers et le deuxième pays en valeur derrière les U.S.A.

C'est donc vrai que l'apparence est bonne. Mais si j'ai accepté de mener cette mission qui imposait une écoute attentive des acteurs de l'Economie touristique, c'est parce que je savais, comme bien d'autres, que la réalité est différente de l'apparence.

## **2\*/ L'apparence est bonne. Mais la santé est mauvaise.**

Il faut, pour juger cette réalité, cesser de parler de tourisme mais d'Economie touristique. Et il faut bien comprendre que l'Economie touristique est conçue, construite, forgée par des entités territoriales à vocation touristique représentatives d'un dynamisme public et par des entreprises professionnelles représentatives d'un dynamisme pnvé, professionnel, commercial ou associatif, accrochées au sol de ces entités territoriales.

La vérité oblige de dire aujourd'hui, après analyse des résultats des entreprises publiques que sont les collectivités territoriales et des entreprises privées qui regroupent les professionnels de l'Economie touristique, que ces entrepnses ne sont pas en bonne santé.

Ce rapport doit tendre à expliquer pourquoi et doit aboutir à proposer les voies à prendre et les objectifs à atteindre pour que la réalité de l'Economie touristique française devienne bonne dans ses résultats autant que l'est aujourd'hui l'apparence telle qu'elle se dégage périodiquement des conférences de presse ministérielles.

L'analyse n'a pas été faite, jusqu'à ce jour. selon une méthodologie précise, de la situation économique, sociale et financière des collectivités temtonales qui ont vocation de générer la vie tounstique à travers le temtoire français

***Des communes touristiques qui souffrent de l'absence d'une politique de l'Etat tenant compte de leurs efforts et de leurs charges***

Une recherche émanant du Groupe d'études sur le tourisme à l'Assemblée Nationale, basée sur plus de 350 communes officiellement classées stations à ce jour, aboutit à la conclusion que ces collectivités sont, pour le plus grand nombre d'entre elles, en santé précaire et qu'une énorme disparité existe entre les résultats des unes et les résultats des autres.

Ces disparités sont liées bien sûr aux recettes très épisodiques et insuffisantes que ces communes perçoivent mais aussi aux charges terriblement discordantes qui pèsent sur les unes par rapport aux autres en fonction du niveau de développement économique des départements et des régions dans lesquels elles s'insèrent.

Ces collectivités territoriales, dont on ne dit pas assez qu'elles portent le tourisme français en elles, n'envahissent pas les terrains de l'opinion publique, les colonnes et les émissions des médias.

Elles sont moins de 3 000 en France par rapport aux 36 000 communes qui recouvrent le territoire Français. On n'en parle pas au Congrès des Maires de France. Elles représentent en réalité une France silencieuse. Une minorité silencieuse. Elles n'en assument pas moins une fonction économique et sociale essentielle dans l'Economie touristique nationale.

Mais la situation de ces communes touristiques s'aggrave d'année en année, dans la mesure où elles sont amenées à supporter des charges de plus en plus lourdes pour rendre leur territoire attractif et animé.

C'est en effet de leur pouvoir d'attraction que dépend la vie des entreprises hôtelières, commerciales et associatives arrachées à ce territoire.

Si elles veulent assurer la sécurité, l'entretien des espaces, l'accès à des activités sportives et culturelles et à des espaces de nature de qualité, ces entités territoriales sont obligées de faire face à des charges salariales et financières croissantes d'année en année.

Dans le passé, ces activités et les charges correspondantes étaient limitées à quelques mois par an.

Mais les entreprises professionnelles vivant du tourisme ne sont plus finançables et vivables si leur production se limite à une saison de trois ou quatre mois. Et le chômage qui en résulte pour les employés et cadres de ces entreprises professionnelles vivant du tourisme n'est plus admissible socialement.

Pour la Nation, le poids des allocations chômage ne devient plus supportable.

Les communes à vocation touristique doivent donc s'organiser pour vivre et faire vivre toute l'année. Leur équilibre financier devient donc de plus en plus difficile.

## **Des entreprises hôtelières qui souffrent de l'absence d'une politique territoriale touristique**

Dans la mesure où ces communes touristiques, pour ne pas connaître de déséquilibre inquiétant, limitent leurs efforts, elles condamnent les entreprises professionnelles du secteur privé à ne pas être elles-mêmes suffisamment rentables. Car la clientèle ne peut venir séjourner là où le cadre de vie offert ne présente pas un caractère vivant.

Les résultats des comptes d'exploitation aboutissent donc souvent à des insuffisances de recettes et... à des dépôts de bilan.

Quelques exemples suffiront à démontrer, après l'analyse des réalités vécues par ces 350 points d'ancrage du tourisme français appelés jusqu'à ce jour stations classées (*ANNEXE N°1*), que le plus grand nombre de communes visées souffrent.

En ce qui concerne les entreprises privées, les porte-parole officiels des groupements professionnels ont tellement exprimé leurs préoccupations et leurs inquiétudes depuis deux ans que ce rapport ne s'arrachera à les reprendre que partiellement tant elles sont connues.

Mais la conclusion qui se dégage de l'expression de ces inquiétudes tend à rendre responsables des difficultés connues le développement excessif d'hébergements à caractère hôtelier.

C'est ainsi que l'argument de la surcapacité hôtelière a de plus en plus été exposé depuis un an.

De même l'argument d'une concurrence de moins en moins loyale entre hébergement rural et hébergement urbain à caractère touristique est-il mis en évidence comme une cause aggravante des difficultés des entreprises hôtelières.

Il est dangereux de laisser se développer ainsi des campagnes dont les thèmes pourraient détourner les esprits des causes premières des difficultés rencontrées.

### ***Il faut viser les causes profondes du mal***

Ces difficultés traduites par la rentabilité insuffisante des entreprises professionnelles de l'hôtellerie ont des causes profondes que ce rapport a pour but de révéler.

La première cause est l'inorganisation territoriale de l'Economie touristique.

La seconde cause est l'impossibilité de dégager une rentabilité de l'Economie touristique et une solidarité nationale à son égard, si celle-ci continue à se limiter à quelques mois par an.

L'ambition de la mission que m'a confiée le ministre est donc de faire comprendre, au seuil de l'année 1995, la nécessité, d'ici la fin du siècle, de mettre en place une véritable organisation territoriale de l'Economie touristique couvrant l'ensemble du territoire français et, d'autre part, une véritable organisation plurisaisonnière de cette Economie touristique au profit de l'ensemble du territoire français.

## *Dans le droit fil de la Loi sur le développement du territoire*

C'est ainsi que cette mission doit être considérée comme s'inscrivant dans le droit fil de l'ambition de la Loi Pasqua d'orientation pour le l'aménagement et le développement du territoire qui vient d'être votée par le Parlement français.

Cette Loi, qui tend essentiellement à rééquilibrer la vie économique et sociale à travers les régions de France, doit trouver dans les propositions faites pour une Economie touristique plurisaisonnier, objet de ce rapport, un support essentiel pour traduire l'ambition gouvernementale dans la réalité de la vie nationale d'ici l'an 2 000 et au-delà.

Après avoir expliqué le pourquoi de cette mission ministérielle, je diviserai ce rapport en quatre parties selon le souhait que m'a d'ailleurs exprimé le ministre.

1°/ Le constat de l'évolution de la demande de la clientèle touristique.

2°/ Le constat de l'évolution de l'offre à cette clientèle.

Pour éclairer sur cette double évolution, je m'attacherai à prendre appui sur les constatations réalisées et sur les témoignages recueillis à partir des 25 points de repère que je me suis attaché à fixer et à visiter sur la carte de France dans le cadre de ma mission.

3°/ Le constat de l'inadéquation de l'offre par rapport à la demande et des progrès atteints et à poursuivre pour assurer l'adéquation de l'offre à la demande de la clientèle.

4°/ Les propositions pour une politique touristique plurisaisonnier à l'échelle des capacités du territoire français.

## **- TITRE I -**

### **LE CONSTAT DE L'EVOLUTION DE LA DEMANDE DE LA CLIENTELE TOURISTIQUE**

Un premier progrès a été enregistré depuis quelques années, dans la mesure où, au lieu de se contenter de parler de tourisme, on tend de plus en plus, à partir des pouvoirs publics et à partir des milieux professionnels, à parler de produits touristiques.

*Qui dit "produits touristiques" dit co-production de "séjours touristiques".*

Encore faut-il bien définir en quoi consiste un produit touristique. Un produit qui peut avoir des formes très variées et des consistances très variées, ce qui justifie de parler de "produits touristiques" à partir du territoire Français où ceux-ci sont façonnés.

Car le produit touristique est le fruit d'un acte de production, - en réalité de co-production. Car il impose la conjugaison d'efforts de producteurs publics et de producteurs privés, professionnels ou associatifs.

Vérité première qu'il convient de rappeler alors que l'on pourrait croire qu'elle est dans toutes les têtes.

Avant de vendre le produit touristique, il faut le produire, le co-produire.

Le produit touristique est un séjour au bout d'un déplacement.

Ce séjour, il faut bien en comprendre les composantes. Ces composantes sont faites pour une part d'une action communale ou intercommunale, liée au territoire. Et pour une autre part, d'une action professionnelle privée, liée aux équipements d'hébergements et de restauration. C'est le tout qui fait le séjour, l'attrait, la consistance du séjour.

### *Des motivations de plus en plus diverses pour des séjours plus courts*

Ce que l'on constate à travers la France et depuis plusieurs années, et de plus en plus ces dernières années, c'est que les motivations de séjours sont de plus en plus diverses.

Les séjours sont donc de plus en plus nombreux et, de ce fait, ils sont nécessairement beaucoup plus courts que lorsqu'ils étaient motivés par les seules grandes vacances ou même les seules vacances trimestrielles scolaires des décennies passées.

Le constat souligné d'ailleurs dans de nombreux rapports présentés sous le signe du tourisme est celui d'une évolution de la demande vers de courts séjours.

*Des courts séjours qui sortent du contexte d'une seule saison d'été ou d'hiver*

Il convient d'analyser les motivations principales de ces courts séjours pour bien cerner la capacité qu'ils ont de sortir l'Economie touristique de la prison ancienne de "la saison".

Cette "saison" enfermait jusqu'à présent les capacités du tourisme et l'intérêt qu'il présentait dans le temps limité de deux à trois mois d'été ou, dans le temps limité de deux à trois mois d'hiver, dans les sites de montagne.

Le langage des acteurs de l'Economie touristique doit donc désormais évoluer. Il faut désormais adopter le beau langage des quatre saisons que vit la nature. Et que vivent d'ailleurs les autres branches de l'Economie nationale l'Economie industrielle, l'Economie agricole, l'Economie de services vivent et font vivre quatre saisons.

L'Economie touristique basée sur les courts séjours, de plus en plus nombreux, se développe progressivement au-delà d'une seule saison d'été ou d'une seule saison d'hiver. C'est-à-dire que cette Economie touristique répond aux besoins de courts séjours qui se déploient aussi bien en saison de printemps et en saison d'automne qu'en saison d'été ou en saison d'hiver.

*De la "saison des étrangers" aux quatre saisons...*

Nous devons cesser de continuer à faire supporter à l'Economie touristique le poids d'un passé... dépassé.

Le mot de "saison" au singulier, qui a limité et hypothéqué jusqu'à ce jour l'Economie touristique, n'a vu le jour en réalité que lié à la notion de " saison des étrangers "

C'est une notion historique qui remonte au temps où le tourisme français est né essentiellement à partir des stations thermales qui accueillaient des étrangers pour répondre aux besoins de certaines déficiences de leur santé et pendant le temps des cures thermales.

Pendant ce que l'on appelait "la saison des étrangers", on avait dérogé au droit commun. Le législateur du début du siècle avait considéré nécessaire de lever, de manière exceptionnelle, l'interdiction de la pratique des jeux de hasard en France en favorisant la création de casinos dans les stations susceptibles de mettre à profit leurs ressources en eau et leurs sites pour accueillir une classe d'étrangers disposant de revenus permettant la pratique des jeux en ces casinos.

Progressivement, le mot de " saison" a été adopté par des stations dites balnéaires pour fixer le temps limité des bains de mer et par des stations situées dans les montagnes pour fixer le temps limité aux sports d'hiver ou à des cures de santé au bon air de la montagne.

Il s'agit donc aujourd'hui de constater que ces notions anciennes sont dépassées à tous égards. Il s'agit de constater que les évasions du lieu de travail pour de courts séjours. ailleurs que chez soi, répondent à des motivations qui s'expriment au fil des quatre saisons de l'année.

### ***Des motivations d'évasions liées à l'évolution de notre société.***

L'Economie naît d'une réponse à des besoins. C'est la règle de base de ce que l'on appelle l'Economie de marché.

C'est le marché, c'est-à-dire la poussée de la demande, qui génère la fabrication ou l'évolution de produits.

Pour l'Economie touristique, comme dans les autres branches économiques, il est nécessaire de partir désormais des besoins de la clientèle, c'est-à-dire de la demande des clients.

L'évolution vient d'eux, c'est-à-dire de l'évolution de notre société.

Ce n'est pas l'Etat qui décrète l'évolution de l'Economie touristique en courts séjours. Ce sont les clients, c'est-à-dire les citoyens... et leurs enfants.

### **1\*) Les séjours répondant à une motivation de détente de fin de semaine**

Ce sont nos voisins Belges qui ont compris les premiers ces besoins de détente de fin de semaine. Mais comme nos amis Belges ont des déplacements très courts, leurs stations maritimes étant très proches des lieux de travail, ils ont cru en premier temps nécessaire de donner un attrait gastronomique à ces courts séjours de détente de fin de semaine. C'est ainsi que sont nés les week-ends gastronomiques lancés en Belgique il y a plus de vingt ans.

*Des week-ends gastronomiques  
Belges...*

Stimulé par l'exemple Belge et par la proximité du littoral du Pas-de-Calais par rapport aux grandes agglomérations du Nord, j'ai voulu lancer avec le Conseil municipal du Touquet, il y a plus de vingt ans, les "week-ends relaxe".

L'idée de détente de fin de semaine était déjà présente dans les esprits des Parisiens et de tous ceux qui menaient dans le Nord de la France une vie dure dans un cadre marqué par les plaies de la vie industrielle, charbonnière, textile, sidérurgique.

Cette motivation de détente de fin de semaine se ressent aujourd'hui à travers toute la France à partir des grandes agglomérations et des villes qui ne permettent pas aux citoyens de s'épanouir autant qu'ils le voudraient au sein de leur lieu permanent de travail.

### *...aux week-ends de détente sportive*

Les jeunes générations ont ressenti progressivement, depuis vingt ans et tout particulièrement depuis dix ans, la nécessité de détente physique et sportive en fin de semaine.

Ce besoin de détente de fin de semaine a été ressenti progressivement par les quatre générations.

C'est ainsi que les week-ends sont devenus le cadre d'aspiration à vivre ailleurs que chez soi, à trouver un "ailleurs" pour mieux vivre sa vie et ne pas se contenter de la gagner.

Les erreurs commises dans les années 60 et 70 en matière de concentration urbaine n'ont fait qu'accentuer ce besoin d'évasion au fil des décennies, ce qui a entraîné les fameux bouchons enregistrés à la sortie des grandes agglomérations urbaines depuis le vendredi soir jusqu'au samedi soir, et notamment à partir de Paris.

### *Du besoin de découverte de la nature...*

C'est le contact avec la nature que recherchent désormais les citoyens et qui est recherché tout spécialement durant les évasions de fin de semaine non plus durant une seule saison d'été ni durant les beaux jours mais au fil de l'année.

Ce contact avec la nature est d'autant plus apprécié lorsque cette nature offre un honzon marin ou un horizon de rontagne.

Mais progressivement, au fil des ans, l'espace rural, à travers l'authenticité de sa vie, est apparu lui aussi attractif. Si bien qu'aujourd'hui, ce sont toutes les régions de France qui sont appelées à devenir le cadre de courts séjours en dehors des lieux de travail, dans la mesure où activités au contact de la nature, activités sportives, activités culturelles peuvent être offertes aux quatre générations.

### *... au besoin de découverte du patrimoine culturel..*

La motivation de séjours de détente de fin de semaine est stimulée non seulement par la recherche d'activités sportives ou de contact avec la nature mais aussi par une volonté de découverte du patrimoine architectural et culturel dont la France dispose dans bien des pôles d'Economie touristique.

Les 38 000 monuments et 200 000 objets protégés qui représentent ce patrimoine incomparable en France sont de plus en plus des causes de visites touristiques à caractère culturel. Ce patrimoine culturel est aussi riche dans les villages de France que dans les villes touristiques. Il s'agit d'en faire des motivations de séjours.

Les étrangers ont été plus sensibles à ce patrimoine culturel que les Français dans les années passées. Mais il semble que des réalisations comme l'extension du Louvre à Paris ont stimulé le goût de la découverte du patrimoine architectural Français. Si ce goût se porte prioritairement sur Paris et les villes chargées d'Histoire, il porte aussi sur la France profonde. Il s'agira donc d'en tenir compte, dans les mesures que je m'attacherai à proposer dans la partie finale de mon rapport.

### ***Une réponse au besoin de mieux vivre sa vie***

Un grand nombre d'entités territoriales dotées d'un attrait touristique et d'une ambition touristique ont pris conscience de cette nécessité de répondre aux besoins de courts séjours. Et c'est ainsi que l'Economie touristique a débordé progressivement le cadre de la fameuse " saison " d'hier.

Comment ne pas saisir la chance de développer la vie touristique à partir des douze mois de l'année quand on comprend qu'il s'agit ainsi de permettre aux citoyens de vivre mieux ?

Ce n'est pas une mode nouvelle qu'il s'agit de satisfaire. C'est une réponse à un besoin de vie mieux équilibrée dans le temps et dans l'espace que les entités territoriales à vocation touristique doivent apporter

C'est une évolution culturelle profonde de notre société dont il s'agit de tenir compte. L'être devient prédominant sur l'avoir. Le séjour de fin de semaine favorise l'épanouissement de l'être. Et aussi, pour nombre de foyers, l'épanouissement et le regroupement de la famille.

J'ai pu constater à travers la France, à partir de très nombreux points d'ancrage de la vie touristique, d'importants efforts réalisés, pour répondre à cette motivation de séjours liés aux besoins de détente de fin de semaine.

Les grandes concentrations urbaines et les régions très peuplées ont provoqué par elles-mêmes cette heureuse évolution de l'Economie touristique, dans la mesure où elles ont créé une meilleure solidarité entre lieux de travail et lieux de détente de fin de semaine.

Mais j'ai constaté aussi, à partir des vingt-cinq points de repère que j'avais choisis, l'insuffisance de la pensée de conscience par les pouvoirs publics que cette solidarité doit entraîner en ce qui concerne les liaisons routières et ferroviaires et en ce qui concerne la répartition des ressources nationales assurée par l'Etat aux communes.

Une mise à jour des capacités que recèle en lui le paysage touristique français s'impose aujourd'hui pour révéler les potentialités d'emplois qui peuvent se dégager des besoins d'un deuxième cadre de vie à offrir aux citoyens en dehors de leur lieu permanent de travail.

Un bon nombre d'hôteliers, de restaurateurs, de commerçants m'ont dit à quel point ils aimeraient ouvrir leurs espaces et leurs équipements davantage durant l'année pour offrir ces séjours de détente de fin de semaine.

La mission qui m'a été confiée a provoqué, partout où j'ai été accueilli, de passionnantes tables rondes. Elle a en effet donné l'espoir qu'un ensemble de mesures nationales, justifiées d'abord par les déplacements et séjours de fin de semaine, pourraient être prises pour permettre aux acteurs publics et professionnels de l'Economie touristique de passer du stade d'une Economie touristique de "saison" à une Economie touristique plurisaisonnière.

## **2\*/ Les séjours répondant à une motivation de vacances trimestrielles**

Le temps des grandes vacances d'été ou des grandes vacances d'hiver est aujourd'hui terminé.

### *De courtes vacances trimestrielles...*

La mobilité rendue possible par les progrès techniques, les tentations offertes par le développement des moyens de communication rapides aériens, T.G.V. ou autoroutiers, et l'évolution de notre société vers un style de vie européen tendent à développer la pratique de vacances trimestrielles et non plus annuelles ou bisannuelles.

Ces courtes vacances trimestrielles sont une autre chance à saisir pour un meilleur équilibre de l'Economie touristique.

La durée moyenne des séjours de vacances est en effet passée en 1994, même pour la seule saison d'été, de 8,2 à 7,9 jours.

Cette hausse des courts séjours au détriment de longs séjours qui doit servir en priorité l'Economie touristique française est soumise à la compétition des "séjours" offerts par les pays méditerranéens voisins.

### *... mais tentantes aussi à l'étranger...*

La compétition mondiale et l'importance que représente le chiffre d'affaires touristique dans la production nationale brute de pays méditerranéens tels que la Tunisie, le Maroc, le Portugal, l'Espagne et de pays plus lointains ont abouti à donner aux Français la tentation et même l'habitude de séjour de 7 à 8 jours à l'étranger.

C'est pourquoi les dépenses touristiques des Français à l'étranger augmentent. C'est pourquoi aussi le solde de la balance touristique ne dépassera pas finalement en 1994 les 60 milliards de francs de 1993.

Sur les huit premiers mois de l'année 1994, les dépenses des Français pour leurs vacances à l'étranger ont ainsi augmenté de 2,5 % et on a comptabilisé 12 812 séjours en 1994 contre 11 408 en 1993.

Il m'a fallu constater à cet égard que la demande des courts séjours de vacances trimestrielles en France est freinée sur bien des sites et en bien des communes touristiques par le caractère très compétitif des prix offerts par des Tour-Opérateurs de courts séjours de 7 à 8 jours tous frais compris à l'étranger.

La clientèle qui demande ces séjours de huit jours de vacances trimestrielles est bien plus informée par les Tours-opérateurs français de ce que l'Etranger peut offrir.. que de ce que la France peut offrir...

Si les séjours en France, par pôle territorial, étaient présentés aussi bien que le sont les séjours étrangers, les clients... pour ces séjours trimestriels en toutes saisons seraient beaucoup plus nombreux aujourd'hui qu'ils ne le sont. Une campagne en direction de la clientèle sur le thème : "achetez vos séjours en France" devra être entreprise en cette direction.

Les vacances "trimestrielles" en famille touchent des hébergements en camping-caravanning, en hôtellerie, en gîtes ruraux ou en résidences secondaires. Mais la mauvaise organisation des "meublés de tourisme" n'a pas encore permis de faire de ces vacances trimestrielles une source de travail et de revenus digne d'une prise en considération suffisante dans l'évolution du chiffre d'affaires touristique national.

Quant à l'accueil en hôtellerie familiale, il reste à être mis au point dans le cadre d'une politique partenariale cohérente de conception et de commercialisation de "séjours" de vacances trimestrielles d'une semaine à partir des pôles territoriaux d'Economie touristique.

### **3°) Les séjours répondant à une motivation de stages de perfectionnement**

Fort heureusement, la progression lente et très relative des courts séjours de vacances trimestrielles en France, freinée par l'inorganisation de l'offre, est compensée par le développement des courts séjours répondant à une motivation de stages de perfectionnement.

La nouvelle exigence ressentie dans la vie professionnelle comme dans la vie des individus est de plus en plus une exigence de perfectionnement

### ***Le besoin d'être performant***

La philosophie de l'être rejoint en valeur relative et dépasse quelquefois en valeur absolue la philosophie de l'avoir. Et dès qu'un citoyen ou une famille accède à un certain niveau de pouvoir d'achat et donc d'avoir, le besoin est ressenti par eux d'être plus performant, plus compétitif, plus épanoui dans les différentes disciplines de la vie.

Le monde des entreprises, comme d'ailleurs la réduction progressive des temps de travail, tendent à favoriser, dans le cadre des 365 jours de l'année, des temps de stages ou de séminaires ayant pour objectifs la formation, le recyclage ou le perfectionnement.

Des courts séjours ont ainsi été offerts à travers la France, à travers des équipements et dans un environnement approprié, en vue de répondre à ces besoins de stages. Ces séjours liés à un besoin de perfectionnement représentent aujourd'hui, à travers toutes disciplines sportives et artistiques, un chiffre d'affaires en développement constant notamment durant les saisons de printemps, d'automne et d'hiver.

### ***Des équipements accessibles toute l'année***

J'ai pu constater dans chacun des pôles de vie touristique visités à travers la France la création d'équipements correspondant à ces nouveaux besoins.

Et ces courts séjours sont aujourd'hui programmés aussi bien dans un village-cheval lié à Bagnoles de l'Orne en Normandie qu'à Lacanau dans le village du cheval édifié sous l'impulsion du champion olympique Pierre Durand.

Mais des écoles de danse classique ou moderne ouvertes au Touquet aux stages de voile offerts à Saint-Malo ou aux Sables d'Olonne, les stages sous formes diverses et multiples et à prix forfaitaire sont devenus une base de courts séjours contribuant à l'animation de l'Economie touristique, durant les quatre saisons de l'année.

### ***Combler le retard de l'offre en France de séjours d'éducation linguistique***

La France doit combler un retard dans l'accueil de séjours touristiques répondant à un besoin de formation linguistique.

Les séjours à motivation culturelle vont être de plus en plus nombreux dans bien des domaines. La France est encore mal préparée à l'accueil d'une clientèle étrangère de plus en plus importante recherchant par exemple un cadre d'accueil et d'éducation à but linguistique.

Le perfectionnement recherché désormais pour chaque jeune accédant au collège, au lycée, par ses parents, ou par chaque jeune lui-même accédant à l'Université ou à l'âge du travail, se généralisera en direction de la connaissance des langues.

En Angleterre, on dénombre 600 écoles de langues et de très nombreuses organisations de séjours en famille qui jouissent, dans le but de cette formation, d'avantages fiscaux pour favoriser l'apprentissage de la langue anglaise.

C'est une mission importante que l'apprentissage du Français dans le monde entier.

La France doit se doter de structures dans ses pôles de séjours touristiques pour accueillir, comme les Anglais le font, la jeunesse venant d'Angleterre et des autres pays européens, mais aussi des pays de l'Est de l'Europe et des U.S.A.

Accueils en hôtels, en pensions de famille, bien sélectionnés, doivent être préparés pour la jeunesse étrangère en même temps que le cadre pédagogique nécessaire pour l'éducation de la langue française.

Deux volets doivent être prévus dans ce chapitre de l'échange de la culture linguistique en Europe :

- l'enseignement du Français aux Etrangers,
- l'enseignement des langues étrangères par les Français.

La construction de l'Europe économique, sociale et politique passe aussi par la voie de ces séjours touristiques à organiser sur notre territoire.

Car le besoin de formation et de perfectionnement devient pour les jeunes générations un besoin de formation et de perfectionnement pour une vie qui sera de plus en plus de dimension européenne et internationale.

#### **4°) Les séjours répondant à une motivation de santé**

Les séjours liés à des cures thermales ont été à l'origine du tourisme français. Mais les séjours répondant à des motivations de santé tendent à devenir de plus en plus des courts séjours.

Certes, les cures de 21 jours à caractère très médicalisé restent une des bases de la vie des stations thermales. Mais les cures de six jours, ou même moins, liées à une volonté de retrouver forme et équilibre physique se généralisent de plus en plus.

### *Des cures thermales...*

Ces motivations de santé ont été à l'origine des instituts de thalassothérapie et de la création de centres de mise en forme qui trouvent peu à peu place dans les équipements touristiques des stations amenées à développer leurs activités durant l'année.

Ce tourisme de santé prend d'ailleurs en courts séjours des formes de plus en plus simples ou, au contraire, des formes de plus en plus sophistiquées.

### *à des cures de remise en forme*

Les motivations sont si diverses chez les clients qu'elles peuvent trouver des réponses pour une clientèle à budget aisement accessible au centre de mise en forme ultramoderne créé par le Groupe Nestlé à Vichy aussi bien que par de simples promenades, marches ou V.T.T., à travers les espaces de nature. Ces promenades et randonnées sont de plus en plus demandées par les clients-touristes.

Le retour à une vie plus sobre depuis les années de crise, à une recherche d'un meilleur équilibre physique et moral, justifie le classement résultant d'une enquête réalisée par le CREDOC en 1993. La marche représente l'activité la plus souhaitée avec 21,9 % des réponses, complétée par la promenade avec 15,6 %, ce qui donne finalement pour ces deux réponses 37,5 % des personnes interrogées.

Et cette enquête ne visait que les activités de saison d'été. Il est évident que pour les autres saisons de telles réponses se justifieraient d'autant plus, qu'il s'agisse de séjours à la campagne, à la montagne ou face à un front de mer.

Les cures thermales elles-mêmes ne sont plus toutes insérées dans les critères de soins et de temps imposés par la sécurité sociale. Et des courts séjours sont aujourd'hui offerts dans nombre de stations thermales à une clientèle que les établissements thermaux se sont attachés à satisfaire en offrant soins et services sur quelques jours seulement.

### *De Niederbronn... à la Bourboule*

J'ai pu faire une telle constatation de Niederbronn, en Alsace, aux stations thermales des Pyrénées ou d'Auvergne jusqu'à la Bourboule, de Vittel au cœur des Vosges jusqu'à Quiberon, sur le littoral Breton. C'est là que naissent les centres de thalassothérapie, sources de vie plurisaisonnier déjà aujourd'hui pour certaines stations françaises qui ont entrepris de faire les efforts nécessaires.

### **5\*) Les séjours répondant à des besoins de rencontres**

La cinquième motivation de courts séjours touristiques correspond à l'exigence de plus en plus ressentie de rencontres susceptibles de renforcer les solidarités dans notre monde en pleine évolution.

Tourisme de congrès, tourisme d'affaires, journées d'études, Incentive tours, salons professionnels sont de plus en plus insérés dans la vie des citoyens.

## *Des congrès et rencontres qui rythment désormais les vies...*

Ces courts séjours touristiques rythment leur vie, autant que les séjours de vacances, au fil de l'année. Car le besoin de s'informer, le besoin de communiquer, le besoin d'échanger, le besoin de se solidariser avec le monde qui nous entoure ou avec d'autres mondes sont de plus en plus ressentis au fil des années de notre fin de siècle.

Relations régionales, relations nationales sont aujourd'hui complétées par un niveau de relations européennes ou internationales.

Les relations professionnelles ou interprofessionnelles apparaissent aujourd'hui également comme une exigence de la compétition économique ou comme un refuge. Le but est de trouver au cours de ces rencontres de congrès, de séminaires, de colloques, des chances de mieux franchir les caps difficiles que les citoyens trouvent devant eux dans leur vie.

La demande de la clientèle des décideurs de congrès, de séminaires a été telle qu'elle a imposé des investissements lourds et des équipements diversifiés pour répondre à ces besoins de rencontres.

Paris a vu son Economie touristique devenir de plus en plus plurisaisonnière depuis la création de son Palais des congrès et d'autres grands complexes d'accueil de congrès.

Mais plus de 40 villes en France, capitales régionales ou stations ont fait, depuis vingt ans, des investissements lourds en équipements d'accueil de congrès pour répondre à cette poussée de besoins de rencontres de dimension régionale, interrégionale, nationale ou internationale.

Après les années difficiles liées à la guerre du Golfe et aux années de crise qui ont suivi, ces courts séjours liés aux congrès et au tourisme d'affaires ont vu leur activité reprendre en 1994 avec des perspectives prometteuses pour les années 1995 et 1996. Les témoignages reçus lors de l'assemblée générale de France Congrès le 25 Mai 1994 à Paris en témoignent.

Mais la demande des décideurs de ces rencontres apparaît aujourd'hui de plus en plus exigeante en bâtiments fonctionnels, en équipements modernisés, en salles polyvalentes permettant une personnalisation des espaces. en professionnalisme dans les services apportés ainsi qu'en compétitivité dans les tarifs proposés.

Lancement de produits, formation de personnel, conventions liées à des expositions, problèmes nouveaux posés par les évolutions législatives et économiques internationales : autant de motivations pour provoquer des déplacements vers des sites et des équipements qui motivent l'organisation de courts séjours dans ces buts.

### *Une clientèle touristique... de saisons de printemps, d'automne et d'hiver plus que d'été*

La majorité des congrès réunit aujourd'hui entre 200 et 700 personnes et dure entre deux et trois jours, notamment durant les saisons de printemps et d'automne.

Si on estime que la moyenne des dépenses est de 1 400 francs par jour par personne, on peut mesurer à quel point ce tourisme de congrès peut contribuer aujourd'hui efficacement au chiffre d'affaires global de l'Economie touristique en France et dans le monde.

Dans ce tounsme de congrès et d'affaires, il faut bien sûr insérer le marché proprement dit du tounsme d'affaires hors activités congrès. Ce marché du tourisme d'affaires hors activités congrès pèserait aujourd'hui entre 7 et 10 milliards de francs selon l'association des professionnels du tourisme d'affaires.

Même si l'on peut dire que les budgets des entrepnses sont aujourd'hui en stagnation, il est évident que la repnse économique amorcée en France et en Europe et qui doit se confirmer en 1995 doit laisser espérer un développement des séjours en France, notamment en saisons de printemps, d'automne et d'hiver.

Dans la mesure où une politique nationale de l'Economie touristique favorisera les investissements indispensables pour la modernisation des équipements nécessaires et le fonctionnement même de ces équipements, il est raisonnable de prévoir une croissance continue du chiffre d'affaires en provenance du tourisme de congrès et d'affaires d'ici l'an 2 000.

Mais les Incentive-Tours, comme les congrès internationaux, imposent une prise de conscience de la nécessité d'une compétitivité des sources de production françaises de séjours touristiques axés sur ces voyages de groupe et ces besoins de rencontres.

### *Une rude compétition...*

Les nouveaux critères "moins cher" "moins loin" induits par la crise économique ont limité le choix des destinations à la France (49%).

Le monde entier s'ouvre par des propositions très alléchantes aux entreprises françaises et européennes pour ce type de voyages d'entreprise et les agences de voyage se livrent une guerre sans merci pour obtenir ou conserver des budgets.

Il faut tenir compte aussi dans cette constatation de ce que représente le tourisme de congrès et d'affaires de la place tenue par 200 bateaux de croisière du type hôtel flottant appartenant à quelque 60 compagnies de croisières européennes ou américaines.

Il n'empêche que les villes de congrès de France n'en attirent pas moins 1 629 260 clients par an et qu'elles parviennent à accueillir 3 258 500 nuitées grâce au pouvoir d'attraction qu'elles ont pu faire reconnaître sous le signe de France Congrès.

Pour les villes de congrès et de tourisme d'affaires aujourd'hui susceptibles d'être labellisées, le potentiel d'établissements s'élève à 475 qui accueillent 9 500 manifestations dans les 41 villes de France Congrès.

Les 41 villes de France Congrès ont évalué à 13 milliards de francs, soit 37 % du marché national, le chiffre d'affaires généré par le potentiel d'équipements publics et d'hébergements hôteliers qu'elles représentent.

On évalue globalement à 35 milliards de francs le marché national du tourisme national de congrès et d'affaires.

On voit aujourd'hui le tourisme d'affaires gagner même le milieu rural. Mais la clientèle qui recherche ce genre de pause au contact de la campagne est encore essentiellement régionale comme nous avons pu le constater dans l'Orne, à Bellême, ou en Franche Comté, à Noidans le Ferroux.

*... qui... oblige à viser haut et loin...*

J'ai pu observer l'effort tout particulier fait à travers sept villes de l'Ouest : Angers, Brest, La Baule, Le Mans. Lorient, Nantes et Saint-Malo qui estiment représenter aujourd'hui plus de 13 % du marché français du tourisme d'affaires.

Certains décideurs jouent Le Mans en fonction de la facilité d'accès en train ou en voiture. D'autres organisent des courts séjours de congrès ou de journées d'études en fonction de la qualité de l'environnement des villes sur le littoral Atlantique.

Mais les décideurs exigent aujourd'hui de telles conditions de prix et de qualité de service en même temps que d'environnement que l'Economie touristique axée sur les équipements demandés aux villes peut être considérée aujourd'hui de manière certaine comme une source d'investissements lourds en même temps que d'emplois très qualifiés et durables.

La demande de séjours de congrès de qualité est une telle exigence qu'elle a même amené les responsables des collectivités territoriales à viser haut et loin. Trop loin parfois pour aboutir à la rentabilité de leurs investissements. Mais il s'agit de prendre en considération au niveau national que la rentabilité de tels équipements réalisés par les villes de congrès ne peut être qu'une rentabilité indirecte au profit de l'Economie hôtelière et commerciale locale et régionale et non une rentabilité directe.

De Nantes à Montpellier et de La Baule à Strasbourg et jusqu'au tout récent EuraLille, je n'ai eu que la confirmation de cette vérité.

J'en tirerai la conclusion dans les mesures que je proposerai en conséquence dans la troisième partie de ce rapport.

***Des exigences à l'égard des hotels égales aux exigences à l'égard des équipements des Palais et centres de congrès***

Il faut ajouter que cette demande, exigeante à l'égard des villes de congrès, d'une clientèle nationale appelée à devenir de plus en plus internationale vise autant les structures d'accueil hôtelières, notamment en hôtel trois étoiles et quatre étoiles et les résidences de tourisme, que les équipements lourds que représentent palais des congrès, centres de congrès réalisés par les villes.

En conclusion de cette première partie, je dois donc souligner que c'est cet ensemble de motivations de plus en plus accentuées depuis dix ans qui provoque le développement de l'Economie touristique à partir d'une évolution de la demande de séjours.

***Les courts séjours imposent des réponses très professionnelles à la demande des clients***

Quelles que soient les motivations de déplacement et de séjour que j'ai évoquées ci-dessus, il s'agit presque toujours de courts séjours mais de séjours générateurs d'un chiffre d'affaires appréciable.

Mais les dépenses de chaque client imposent des équipements et des services correspondant à ce qu'il vient chercher dans le lieu choisi.

D'autre part, ces courts séjours tentent prioritairement une clientèle de proximité régionale ou interrégionale dont les déplacements provoquent une dépense modeste par rapport au coût du séjour lui-même.

Le rapport déplacement/séjour permet le plus souvent d'envisager un coût plus élevé pour le court séjour en France. Par contre le rapport déplacement/séjour à l'étranger, par le fait de bas prix proposés par l'hôtellerie étrangère, représente proportionnellement un coût moins élevé du court séjour par rapport au déplacement.

### **Les courts séjours doivent aussi attirer la clientèle étrangère**

Mais il ne faut pas laisser se développer l'idée que l'Economie touristique basée sur les courts séjours n'est ouverte qu'à une clientèle régionale ou interrégionale.

A l'heure des transports rapides et à l'heure du développement des échanges européens et de l'ouverture des frontières, les courts séjours peuvent s'ouvrir aussi, sur la base des différentes motivations qui les justifient, à une clientèle trans-régionale ou trans-frontalière.

Les courts séjours en Alsace attirent aussi facilement la clientèle allemande que les courts séjours dans la Région Nord-Pas-de-Calais ou Picardie attirent dès à présent la clientèle Belge ou la clientèle anglaise.

## ***Tout dépend de l'accessibilité par des liaisons rapides***

La conclusion évidente relative à la fréquentation des différents pôles de l'Economie touristique à travers la France, c'est que ceux-ci voient leur chiffre d'affaires dépendre prioritairement de la qualité des liaisons routières ou autoroutières reliant ces pôles aux grandes agglomérations et aux capitales régionales, interrégionales et internationales.

Les demandes de courts séjours sont directement dépendantes, dans l'un ou l'autre de ces pôles, de la capacité qu'ont les clients de s'y relier rapidement dans des conditions de sécurité suffisantes, quelle que soit la motivation du séjour et tout particulièrement pour les séjours de fin de semaine.

## ***... et donc d'une vraie politique d'aménagement du territoire***

Ainsi l'évolution de l'Economie touristique apparaît-elle, en un simple tour de France, dépendante d'une véritable politique d'aménagement du territoire qui doit empêcher la coupure de la France en deux ou trois zones en fonction du retard pris par les liaisons rapides.

Il suffit parfois d'une coupure de 30 kilomètres par exemple de Boulogne-sur-Mer à Berck ou de quelques kilomètres de Bordeaux à Arcachon pour que la demande de la clientèle en courts séjours se porte ailleurs en fonction de liaisons routières et autoroutières plus rapides et sans rupture.

C'est d'ailleurs ainsi que le tourisme belge a pu se faire une place dans l'Economie nationale de ce pays avec dix ans d'avance sur la France au profit de ses stations littorales ou de ses villes d'art et d'histoire.

Par contre, les habitants de la Champagne, de la Lorraine et de l'Alsace sont appelés aujourd'hui à regarder de plus en plus, même pour de courts séjours, vers le littoral Nord-Pas-de-Calais en fonction de la liaison assurée par l'autoroute de l'Est puis l'Autoroute A 26 jusqu'à Calais

Une nouvelle demande se profile à partir de la clientèle alsacienne en direction du Touquet, à un tel point qu'une Ville alsacienne comme Eckbolsheim, "le poumon vert de Strasbourg" a demandé à se jumeler au Touquet pour créer des échanges touristiques et humains entre l'agglomération strasbourgeoise et la Côte d'Opale au fil de l'année.

## **- TITRE II -**

### **LE CONSTAT DE L'EVOLUTION DE L'OFFRE A LA CLIENTELE TOURISTIQUE**

#### **1°) Le désordre... dans la construction des "produits touristiques "**

**Si j'ai tenu à me rendre sur le terrain et à ne pas me contenter d'une analyse de tous les documents et de tous les points de vue entendus en début d'année 1994 au colloque que j'avais présidé à l'Assemblée nationale sous le patronage du Courrier du Parlement, c'est parce que je voulais observer par moi-même l'état des lieux où se générerait l'Economie touristique.**

J'ai pu observer au cours de ce tour de France que le paradis trop souvent décrit du tourisme français était, comme l'enfer de ses échecs, pavé de bonnes intentions.

J'ai pu observer la qualité des initiatives et l'importance des efforts qu'il était possible d'enregistrer à partir des différents points d'ancrage de la vie touristique que j'avais fixés comme points de repère sur la carte de France en vue d'en faire des points de référence.

Mais ces trente jours passés à analyser dans le concret la production touristique, c'est-à-dire la conception, la construction et la finition des produits touristiques que sont les " séjours touristiques " sous leurs formes diverses, m'ont apporté une confirmation : le désordre règne dans la construction des séjours touristiques.

### **"Qui apporte quoi ?"**

La raison en est qu'il n'y a pas de véritable clarification du paysage touristique français.

Le "qui apporte quoi ?" n'étant pas défini ou étant mal défini, il ne peut y avoir de partenariat efficace dans la mesure où les rôles respectifs dans la conception et la mise au point des séjours ne sont pas suffisamment définis, précisés et coordonnés.

Ce désordre s'est d'autant plus accentué au fil des ans que le pouvoir législatif, voulant bien faire et croyant bien faire, a construit officiellement la structure de l'Economie touristique française à partir du niveau départemental et régional et en ne partant pas du niveau où le séjour se construit: le niveau de la commune ou du groupement de communes.

Les textes législatifs n'ont pas pris en considération l'idée de base que l'Economie touristique impose avant tout d'être ancrée sur un morceau de territoire qu'il s'agit de gérer, c'est-à-dire de mettre en valeur, de mettre en vie et d'administrer.

***Qui gère le morceau de territoire offert  
au client-touriste ? La commune.***

Il ne s'agit pas bien sûr de contacter les textes qui ont exprimé la nécessité d'une coordination des efforts au niveau régional, au sein des comités régionaux de tourisme, et au niveau départemental au sein des comités départementaux de tourisme.

Mais il s'agit aujourd'hui de reconnaître que les Offices du Tourisme locaux n'ont vu le jour qu'à la faveur d'un accrochage de dernière heure à une proposition de Loi sénatoriale axée sur la reconnaissance des comités départementaux de tourisme.

Il s'agit de reconnaître que ces offices du tourisme ont été officialisés dans un cadre législatif sans que le texte de Loi n'évoque le support indispensable de ces offices du tourisme que sont les communes touristiques.

Il s'agit de prendre conscience que les communes touristiques qui ont la responsabilité du morceau de territoire à offrir à la clientèle ne sont même plus insérées dans un texte législatif.

La réforme de la D.G.F. a en effet supprimé en 1993 la catégorie de communes dites communes touristiques. Celles-ci n'avaient d'ailleurs vu le jour qu'à la faveur d'un amendement voté au cours d'un débat nocturne de Loi de finances, au temps déjà lointain où MM. Guy Petit et Anthonioz se faisaient les porte-parole des maires.

Il en résulte que, quel que soit le lieu que l'on découvre ou que le client peut découvrir, à part quelques exceptions qui confirment la règle, une impression d'inorganisation des séjours à offrir se dégage.

Quelle que soit la qualité des hommes, attachés aux structures professionnelles ou aux structures d'offices de tourisme ou de C.D.T. ou de C.R.T., c'est la complexité résultant de la multiplication des offres faites par les représentants des composantes du séjour touristique qui apparaît pour faire face aux demandes variées des clients.

Le client ne demande pas seulement un hébergement pour son séjour, mais une réponse concrète à ce qui a provoqué la motivation de son déplacement et de son choix de séjour dans un site. Il est donc évident que pour satisfaire ce client, il faut regrouper les composantes de l'offre à partir d'un même lieu de présentation et si possible dans une même enveloppe de prix.

Même si ce séjour n'est pas vendu globalement en package, il faut, en tous cas, que les composantes qui constituent le prix du séjour et l'attrait de ce séjour soient clairement précisées et présentées.

### *L'offre du séjour doit exprimer la part assumée par la commune*

Cette nécessité d'une offre correspondant à l'attente du client exige une prise en considération de la part que la commune touristique doit assumer dans l'établissement des composantes du séjour.

L'organisation territoriale de l'Economie touristique demande donc que soient officiellement reconnues la place et la compétence de ceux qui ont la responsabilité des entités territoriales destinées à attirer et à séduire le client.

Ce sont en effet ces entités territoriales qui sont à la base des éléments essentiels du séjour à offrir :

- 1) l'environnement local, communal ou intercommunal,
- 2) les équipements et espaces générateurs d'activités sportives, culturelles, de congrès ou de découverte de la nature ou de patrimoine culturel,
- 3) l'encadrement professionnalisé lié à la gestion et à l'animation du territoire,
- 4) les événements susceptibles de stimuler l'intérêt des activités offertes et le développement des affluences susceptibles de venir vivre ces activités.

Les autres éléments du séjour viennent des hôteliers et professionnels qui offrent les hébergements, la restauration et l'attrait de commerces variés.

C'est le tout qui constitue le séjour. Il faut donc orchestrer, coordonner, présenter le tout ! Le tout qui est une co-production des partenaires que sont le pouvoir public communal et le pouvoir privé professionnel.

## **2°) Le cloisonnement dans l'organisation de la commercialisation**

**La deuxième constatation faite sur le terrain de l'Economie touristique est le cloisonnement encore beaucoup trop évident de l'organisation de la commercialisation des séjours touristiques.**

Cette commercialisation est confiée à des organismes divers privés, publics ou associatifs qui agissent en ordre souvent dispersé et derrière leurs cloisons respectives pour assurer la protection de leurs intérêts et ou de leur pouvoir

## *Une indispensable coordination*

Or, la commercialisation des séjours touristiques impose des points de vente capables d'exprimer un effort de coordination entre tous ceux qui participent à la création des composantes du séjour et un effort de présentation de ce qui en fait l'attrait global ou l'attrait par composante.

Un premier effort a été entrepris pour qu'agences de voyage et offices du tourisme puissent agir parallèlement ou mieux, agir ensemble et dans le même sens au profit des différents acteurs professionnels publics et privés de l'Economie touristique.

La Loi n° 92-645 du 13 Juillet 1992 développe la capacité de commercialisation des produits touristiques pour les organismes locaux de tourisme. Et le décret de 1994 prévoit trois types de régimes pour les organismes locaux de tourisme selon l'importance de ces organismes.

C'est d'abord au niveau du territoire où naît le produit qu'il s'agit de concevoir et de développer cet effort de commercialisation. Or à ce niveau là, le client n'a pas le plus souvent la réponse qu'il espère, en coûts chiffrés.

Le temps est venu où offices du tourisme et agences de voyages, sociétés de transport ou syndicats des hôteliers doivent se retrouver en un lieu commun pour vendre un produit commun. Les entreprises professionnelles privées doivent pouvoir vendre directement le même produit commun.

Mais qu'il s'agisse d'un lieu public ou d'un lieu de vente à caractère privé, l'acte de commercialisation doit assurer le respect d'un cahier des charges reliant l'entité territoriale et son office du tourisme à l'agence privée ou à l'hôtel faisant fonction d'opérateur commercial.

## *Le respect des clients*

Aujourd'hui, dans un cadre général, le pôle territorial d'Economie touristique souffre souvent d'un manque d'informations suffisamment précises sur les hébergements des touristes :

- hôtels, locations,
- camping, caravanning,
- gîtes ruraux, chambres d'hôtes.

Les services proposés sont par trop inégaux. Trop souvent encore, les touristes arrivant sur le lieu de leurs séjours sont désagréablement surpris. Ils espéraient un petit hôtel typique et découvrent toute autre chose.

En certains pôles d'Economie touristique, des centrales de réservation ont été installées avec le concours de tous les partenaires. Mais cela impose le respect de disciplines quotidiennes et le respect de normes précises à actualiser pour garantir la qualité des hébergements et le classement de ceux-ci.

***Une organisation commune dans chaque Région pour commercialiser les séjours offerts à partir de chaque pôle d'Economie touristique***

D'autres efforts ont été entrepris pour commercialiser au niveau départemental, sous l'impulsion des C.D.T., ou au niveau régional, sous l'impulsion des C.R.T. Mais la clientèle se trouve désemparée devant le manque de coordination et le manque d'information qui continue d'être évident au niveau départemental ou régional.

Et les cloisonnements entre le niveau départemental et régional restent des handicaps insupportables et même inadmissibles pour le développement du chiffre d'affaires touristiques à partir de chaque pôle de production.

Les bonnes intentions des représentants de telle ou telle structure sont réelles. Mais le résultat pour le client n'est pas satisfaisant.

Les structures de comités, de même que les offices du tourisme, les structures professionnelles privées doivent associer leurs moyens pour développer le chiffre d'affaires de l'Economie touristique. Elles sont des moyens et non une fin. Elles doivent donc tendre à coopérer pour doter chaque Région d'un appareil de commercialisation commun permettant de proposer tous les séjours offerts dans cette région.

Il en résulte la nécessité d'une organisation temtonale de l'Economie touristique non seulement pour la production des séjours touristiques, mais aussi pour leur commercialisation.

### **3°) Le gâchis dans l'effort de promotion**

la troisième observation qui se dégage, et qui a d'ailleurs déjà été faite dans bien des rapports de l'analyse de la vie touristique nationale, est qu'en matière de promotion, si des efforts louables ont été faits, notamment au niveau national à travers la Maison de la France, un gâchis considérable d'efforts, d'initiatives et d'argent continue d'handicaper l'Economie touristique française à l'heure où pourtant celle-ci doit impérativement se développer pour devenir une branche à part entière de l'Economie nationale.

Ce gâchis est relié à l'histoire balbutiante du tourisme français dont l'origine remonte à des initiatives de militants ou de dirigeants dévoués bénévoles qui se regroupaient d'ailleurs sous le nom de syndicats d'initiative. Ceux-ci ont voulu, à juste titre, sous l'impulsion de dirigeants clairvoyants, évoluer en offices du tourisme communaux.

### *L'outil essentiel au niveau local : l'Office du Tourisme*

Mais ces offices du tourisme communaux ont franchi avec peine, ou n'ont pas encore franchi suffisamment le cap de la professionnalisation à l'année de leurs services. Ils ne vivent bien souvent, comme l'Economie touristique, que le temps d'une saison ou de deux saisons, ou ils vivent avec des moyens humains insuffisants.

Ces offices du tourisme communaux ont encore franchi trop peu souvent le cap de leur ouverture à la coopération intercommunale. Cette coopération intercommunale est pourtant une exigence de l'organisation de notre territoire et du développement de notre Economie dans toutes les Régions de France.

Les efforts restent donc dispersés et, au lieu de se regrouper sous le signe d'un pôle d'Economie touristique, se diluent dans la nature et dans des casiers où s'empilent en vain documents et revues souvent inaccessibles aux clients.

Mais c'est au niveau départemental et au niveau régional que les efforts de promotion des produits touristiques ont encore souvent l'apparence d'une action désordonnée et parfois même concurrente.

***La promotion doit être centrée sur les "produits"***

Les dépenses de promotion sont trop souvent affectées à des frais de structures ou à des dépenses d'imprimés non ciblés sur les produits touristiques.

Les "co-producteurs" publics et privés des "séjours" en chaque pôle territorial n'y sont pas suffisamment associés. Et l'effort de promotion ne dégage pas ainsi une image suffisamment claire et entraînante au niveau du Département et de la Région.

La promotion touristique impose de regrouper les moyens financiers pour atteindre deux buts : l'image à long terme, la vente des "séjours" à court terme.

***Le bon exemple donné au niveau national***

Ce risque de gâchis a été par contre vaincu utilement au niveau de la Maison de la France et des différentes composantes représentatives des acteurs de l'Economie touristique rassemblés autour de la table ronde de cette Maison de la France.

L'heureuse initiative prise pour mettre de l'ordre dans l'effort de promotion du tourisme Français au niveau national doit être impérativement prolongé au niveau régional, au niveau départemental et au niveau intercommunal avec le souci de bien utiliser l'argent public et l'argent privé en évitant doublons et dispersions dans les publications et dans les démarches liées à l'effort de promotion

Le décret du 22 Février 1993, relatif aux groupements d'intérêt public, constitué pour favoriser des activités de développement ou d'intérêt commun dans le domaine du tourisme est un premier pas dans la bonne direction.

Là où des efforts ont été entrepris pour promouvoir intelligemment au niveau du territoire des produits touristiques, la dynamique passe et le succès se révèle encourageant.

*... et.. sous le signe du Médoc Bleu*

Je prendrai pour exemple l'effort entrepris dans le Sud-Ouest sous le signe du Médoc Bleu où les professionnels intégrés dans le secteur public ont eu le mérite de faire comprendre aux élus sous les ordres desquels ils travaillent que le produit touristique imposait un effort de partenariat entre les acteurs du secteur public et du secteur privé, mais aussi un effort de partenariat entre les maires d'une même entité territoriale.

#### **4.) Le secteur hôtelier de l'Economie touristique est trop dissocié des entités territoriales de base de cette Economie touristique**

Le constat de l'évolution de l'offre venant des professionnels de l'hébergement touristique est clair : l'hôtellerie arrive à des impasses et à des insuffisances de taux d'occupation parce qu'elle est trop dissociée de l'entité territoriale à vocation touristique dans laquelle elle s'insère.

L'hébergement et la restauration sont deux composantes essentielles, mais non suffisantes d'un séjour touristique.

Ce n'est pas le savoir faire reconnu des professionnels qui est en cause. La palette d'hébergements touristiques très diversifiés offerts dans l'hexagone témoigne de ce savoir-faire.

La réussite de groupes tels que ACCOR, le Club Méditerranée, Nouvelles Frontières, Pierre et Vacances, démontre la compétence des professionnels, le degré d'intervention des opérateurs français et leur capacité à constituer des entreprises à dimension internationale.

***Partir des capacités d'attraction et des besoins d'hébergement d'une entité territoriale***

Mais l'Economie touristique impose de fédérer les actions publiques et les actions professionnelles privées à partir d'une entité territoriale.

Cet effort d'organisation du partenariat n'ayant pas été réalisé à un niveau suffisant, l'offre faite à la clientèle touristique est apparue désordonnée, victime d'un foisonnement un peu anarchique des entreprises hôtelières.

On est arrivé ainsi à prendre comme cause des difficultés de l'hôtellerie une certaine saturation du marché dans le secteur hôtelier.

La mobilisation des forces professionnelles privées et des forces publiques dans une même offre n'a pas été suffisamment prévue et organisée à partir des territoires qui constituent les Régions.

L'hôtellerie de chaîne qui représente 30 % du Parc homologué (187 886 chambres, 2 378 établissements fin 1993), a bâti sa réussite par l'importance même de ses structures commerciales.

Même si on est loin des 63 % de 1992 de taux d'occupation, elle a vu son taux d'occupation augmenter d'un demi point en un an pour dépasser 59 %.

Mais ce demi-échec pour une hôtellerie aussi performante est lié surtout au décrochage de cette hôtellerie de chaîne par rapport au territoire à vocation touristique où elle doit jouer un rôle de partenaire n° 1 du dynamisme public.

### *La vie de l'hôtellerie impose un dynamisme public territorial*

La Fédération nationale de l'Industrie Hôtelière qui se bat sous la présidence lucide de M. Jacques Thé pour assurer l'avenir des hôtels indépendants (70 % du parc, soit 426 370 chambres et plus de 18 000 établissements homologués) ressent plus encore les effets du déphasage du dynamisme professionnel de ses hôtels par rapport au dynamisme public qui doit animer l'entité territoriale dans laquelle ces hôtels s'insèrent.

Dans bien des cas d'ailleurs, cette offre de chambres d'hôtels indépendants souffre d'une politique trop saisonnière de la collectivité territoriale.

On voit ainsi les hôtels indépendants, majoritairement anciens, supporter difficilement le coût de leur modernisation et trouver difficilement même une solution au problème de succession.

L'hôtellerie a développé ses offres d'hébergement ces dernières années pour des raisons liées davantage à des intérêts de défiscalisation plus qu'à des ambitions d'aménagement et d'animation touristique du territoire.

On a vu ainsi des hôtels se créer en périphérie des villes, de nouvelles enseignes apparaître sans insertion de ces nouveaux établissements et sans préparation de leurs projets dans une politique cohérente partenariale de mise en valeur et de mise en vie touristique de l'entité territoriale où ils prenaient place... comme par hasard.

***Pas d'hôtels nouveaux ni de chambres d'hôtes sans politique territoriale les justifiant***

La constatation que j'ai pu faire de ces créations d'offres d'hébergements touristiques à travers la France a été que les concertations n'ont pas eu lieu faute de prise en compte des possibilités réelles de développement de l'Economie touristique sur un territoire donné et durant les douze mois de l'année.

Quand on a voulu mettre de l'ordre, à partir du désordre constaté dans les implantations hôtelières, l'absence de politique territoriale du tourisme a fait que c'est au niveau du Ministère et de ses tables rondes qu'on a recherché des solutions.

En fait, ce n'est pas seulement en fonction de la reprise économique et du soutien national à une politique de restructuration du marché hôtelier français que l'offre de séjours touristiques dans des hébergements hôteliers pourra trouver son équilibre face à la croissance de la demande que nous avons signalée.

C'est au niveau d'une organisation territoriale de l'Economie touristique que doit se situer la solution au problème. Autrement dit, le paysage hôtelier français ne peut pas se dissocier de l'organisation territoriale de l'Economie touristique.

En outre, pour qu'il y ait adéquation entre l'offre d'hébergement et la demande, il faut que l'offre tienne compte de l'évolution de la demande. Or, cette demande évolue vers une recherche de produits authentiques qui fleurent bon le terroir et qui expriment une originalité d'hébergement. Le succès des gîtes ruraux en témoigne.

### *L'hôtellerie de charme... à faire renaître*

L'hôtellerie de charme est en train de retrouver un attrait, même si l'hôtellerie industrialisée continuera à correspondre aux besoins d'un tourisme d'affaires lié aux métropoles et aux capitales régionales.

L'Américain ne vient pas en France pour retrouver ce qu'il a chez lui et les Logis de France ont plus de 60 % de clientèle étrangère.

Il s'agit donc pour toutes les formes d'hébergement à rénover ou à prévoir de tenir compte de l'attrait du territoire et de la nécessité d'adapter les structures d'hébergement aux qualités de ce territoire et au pouvoir d'attraction des pôles touristiques qui les animent.

### *L'offre... aussi de garanties pour la sécurité des véhicules*

Mais l'hôtellerie ne souffre pas que d'une absence de dynamisme territorial pour développer la vie touristique sur quatre saisons.

Elle ne souffre pas seulement non plus d'une perte de personnalité à travers des hôtels de charme qui sont trop souvent disparus et dont il faut encourager la renaissance.

L'hôtellerie souffre aussi, dans certaines régions du Sud en particulier, de l'insécurité qui devient l'obsession de clients étrangers.

J'ai entendu des hôteliers me dire, notamment dans le secteur de Nîmes-Avignon-Marseille, que leurs clients recherchaient désormais la sécurité pour leur voiture et préféraient dans ce but les chambres d'hôtes.

On voit ces chambres d'hôtes se créer dans les villes et non plus seulement dans les villages.

Selon bon nombre de touristes interrogés, ces chambres d'hôte présentent aujourd'hui de par leur isolement les unes par rapport aux autres plus de sécurité pour leurs voitures que le parking des hôtels. Il faut en tirer des conclusions.

### **- TITRE III -**

## **LE CONSTAT DES PROGRES ATTEINTS ET A POURSUIVRE POUR ASSURER L'ADEQUATION DE L'OFFRE A UNE DEMANDE QUI SERA DE PLUS EN PLUS PLURISAISONNIERE**

Une analyse de l'offre des séjours touristiques en réponse à la demande permet donc de constater à travers la France le désordre dans la construction des produits, les cloisonnements dans l'organisation de la commercialisation, le gâchis dans la promotion et le dysfonctionnement venant d'un hébergement hôtelier trop dissocié des entités territoriales de base de l'Economie touristique.

Mais je dois dans ce rapport souligner les causes plus profondes de l'inadéquation entre demande et offre dans l'Economie touristique.

**1°/ L'inadéquation entre l'offre à la clientèle touristique et la demande de cette clientèle vient surtout de l'insuffisante prise de conscience, à tous niveaux, que, pour répondre à la demande de courts séjours liés à des motivations diverses, l'Economie touristique doit s'organiser Dourdevenir plurisaisonnière.**

*la demande de courts séjours est plurisaisonnière. L'offre reste trop saisonnière*

L'Etat gère ou observe l'Economie touristique comme si elle ne représentait toujours qu'une activité saisonnière.

Les "pionniers" publics ou privés de l'Economie touristique plurisaisonnière se retrouvent donc pénalisés par l'absence d'une politique de l'Etat à leur égard.

Le déséquilibre souvent constaté entre les dépenses et les recettes des producteurs publics et privés de "séjours touristiques" qui font l'effort d'offrir ces séjours toute l'année provient d'abord en effet de l'inadaptation du contexte législatif et réglementaire qui reste celui d'une activité touristique de quelques mois par an.

Les textes, les mentalités, les habitudes, les structures qui ont fait le tourisme Français et accompagné son développement sont encore attachés aux seuls temps des vacances d'été... ou d'hiver.

Textes, mentalités, habitudes, structures sont toujours enfermés dans le concept de "la saison".

Pour s'ouvrir au concept de la plurisaisonnalité, c'est-à-dire des quatre saisons, vécues par la nature comme dans toutes les autres branches de l'Economie, il faut comprendre et faire comprendre que les trois matières précieuses de l'Economie touristique sont l'espace, le temps et les ressources humaines. Elles sont donc exploitables, ces trois matières précieuses, toute l'année et non plus seulement durant le temps des vacances !

**C'est le temps libre vécu ailleurs que chez soi qui devient gisement de temps de travail touristique**

C'est le temps libre qui doit devenir le gisement nouveau qu'il convient de travailler tout au long de l'année pour générer l'Economie touristique à travers la France.

C'est le temps libre des uns qui doit devenir source de travail des autres. Et comme le temps libre, c'est-à-dire le temps non occupé par le travail principal, doit prendre une place de plus en plus importante dans l'évolution de la société et dans le temps de vie des citoyens, on doit mesurer l'énorme gisement de temps de travail que l'Economie touristique a pour vocation aujourd'hui d'exploiter.

Mais il faut comprendre et faire comprendre que ce temps libre doit être exploité à partir d'un espace de vie situé ailleurs que chez soi. Cet espace de vie "ailleurs" doit être valorisé par les élus territoriaux qui ont la responsabilité de le gérer.

C'est une valeur à ajouter à la vie que cet enrichissement des temps libres.

Mais cette valeur ajoutée à la vie a un prix : celui qu'impose la mise en valeur des espaces attachés au territoire touristique choisi par les clients dans un autre cadre de vie que leur cadre de vie permanent.

Là où l'adéquation entre l'offre de séjours touristiques et la demande de séjours touristiques a pu être réussie dans un cadre plurisaisonnier, c'est là où une politique globale cohérente a été centrée sur la mise en valeur des temps libres des populations clientes à accueillir.

L'Etat n'a jusqu'à ce jour ni suivi ni favorisé cette politique. Et le non ajustement de la politique de l'Etat à la politique des communes qui ont entrepris des efforts pour accueillir une clientèle toute l'année aboutit à des déséquilibres entre les charges suscitées par ces efforts et les recettes de ces communes.

Là où les hôtels, les restaurants, les commerces ont fait l'effort pour s'intégrer dans la politique de la commune touristique pour rester ouverts et accueillants trois ou quatre saisons, il y a aussi la constatation que les mesures législatives et réglementaires ne favorisent pas cette ouverture. Les charges financières imposées par les emprunts contractés pour créer des hôtels, des restaurants ou pour les rénover sont trop lourdes.

Et pourtant, il y a en France quelques points d'ancre de l'Economie touristique plurisaisonnier qui démontrent la possibilité d'offrir des séjours touristiques répondant à des demandes de séjours s'échelonnant sur toute l'année.

### ***L'adéquation entre la demande et l'offre impose une volonté politique***

Là où la démonstration est faite, elle ne tient qu'à une volonté politique locale très déterminée. Cette volonté politique s'inscrit malheureusement à contre-courant d'une politique nationale et même d'une politique régionale et départementale.

La politique, à ces trois niveaux est restée prisonnière de mentalités liées au passé. Un passé où le tourisme n'était qu'une activité périodique enfermée dans le seul temps des vacances.

Il s'agit donc de changer les mentalités pour adapter la politique, à tous niveaux, à une "Economie des temps libres". C'est-à-dire à la création de temps de travail à partir des temps libres dans les sites du territoire français à vocation touristique.

Là où il y a eu déjà amorce de réussite, il ne s'est agi que d'un défi relevé. Un défi relevé par les responsables publics et privés, professionnels et associatifs d'une commune touristique s'attachant à réaliser l'agencement d'éléments distincts interdépendants, un peu à la manière d'un puzzle.

Ce que je crois avoir entrepris de faire dans un contexte de scepticisme national au Touquet-Paris-Plage, terrain de travaux pratiques de la politique nationale que je préconise, a été fait avec une réussite à l'échelle de villes touristiques plus importantes à Cannes, à Biarritz, à Vichy ou en d'autres stations où les maires ont voulu entreprendre une politique des quatre saisons.

Deauville, la Baule, les Sables d'Olonne, Arcachon, Quiberon, pour ne citer que quelques stations touristiques très connues, ont pris la même voie de vie plurisaisonnière, mais avec des moyens très inégaux liés pour une part à l'incohérence de textes législatifs ou réglementaires mal adaptés aux cas de stations voulant vivre et faire vivre toute l'année.

Il s'agit en réalité d'associer les composantes permettant une adéquation entre demande et offre, entre moyens et résultats. Une adéquation aussi entre efforts de la collectivité publique, efforts des pouvoirs professionnels hôteliers et commerciaux et pouvoirs associatifs. Une adéquation enfin entre efforts d'équipements et efforts d'éducation de la clientèle jeune et adulte en direction de ces équipements.

## *Une volonté politique à démontrer en vingt-cinq points de référence*

La valeur ajoutée à la vie dépend en effet aussi des efforts à chiffrer pour éduquer en direction de ces temps libres, c'est-à-dire pour mettre à profit les ressources humaines en direction des espaces de vie et des temps de vie à offrir durant les courts séjours touristiques.

C'est au niveau local que se réalisent ces efforts d'éducation qui correspondent à une exigence nationale.

Mais le tour de France que j'ai réalisé m'a démontré que dans le contexte national actuel, il n'est pas possible d'agir partout immédiatement. Il s'agit donc de repérer (c'était l'objet du déplacement fait à partir de mes 25 points de repère) les territoires susceptibles de générer des activités touristiques les plus favorables au développement de la plurisaisonnalité.

Et je propose au ministre responsable du Tourisme de faire de ces vingt-cinq points de repère des points d'expérience.

Vingt-cinq conventions particulières à ces communes ou groupements de communes pourraient fixer les engagements de ces communes en face de l'engagement de l'Etat d'accompagner leurs efforts.

Au-delà de ces 25 points de référence, je propose dans ce rapport, les ressources de l'Etat étant limitées en fonction de la volonté de réduire le déficit budgétaire et de défendre le franc, d'insérer dans des conventions Etat-pôles territoriaux les champs d'action expérimentaux présentant une probabilité de succès suffisante pour pouvoir démontrer la capacité de l'Economie touristique à devenir plurisaisonnière.

Mais il serait intéressant que l'action expérimentée dans les vingt-cinq pôles d'Economie touristique que je propose en premier temps puisse avoir un effet d'entraînement à travers toute la France dans les années à venir.

Cette expérience, à l'échelle de pôles d'Economie touristique où l'adéquation doit pouvoir être assurée toute l'année entre l'offre et la demande, est compatible avec les capacités de la France.

*Une politique plurisaisonnière qui  
peut être une expérience vraiment  
française*

La France en effet ne pourra pas offrir de plus grand espace que le Canada. Elle pourra difficilement vendre moins cher que l'Espagne. Il faut qu'elle joue son avenir touristique à partir de pôles territoriaux diversifiés plurisaisonnières.

Elle doit offrir à la clientèle régionale, nationale et internationale des avantages spécifiques et génériques fortement attendus, fondés sur les atouts propres que chaque pôle territorial comporte en notre pays.

C'est pourquoi la première tâche des pouvoirs publics m'apparaît être de donner suite à la mission qui m'a été confiée en faisant en quelque sorte l'appel des acteurs locaux candidats à une Economie touristique plurisaisonnière. J'ai ressenti une volonté profonde d'adhésion, au niveau territorial, de la part de tous les acteurs publics et privés, en vue du développement des sources de travail à partir d'une Economie touristique plurisaisonnière.

Le rôle de l'Etat, qui n'a pas été joué jusqu'à ce jour dans ce sens, doit être d'infléchir l'Economie touristique dans le sens du développement de la plurisaisonnalité.

***... à jouer au niveau de chaque pôle territorial d'Economie touristique***

Mais c'est au niveau de chaque pôle territorial que l'élan doit être donné. Que les efforts doivent être réalisés.

Cet élan est freiné. Ces efforts sont découragés aujourd'hui par un manque de soutien et d'accompagnement financier au niveau des différents Pouvoirs : Pouvoir national, Pouvoir régional, Pouvoir départemental.

Pour en convaincre, je veux prendre appui sur les exemples que j'ai pu noter à travers la France. Ces exemples démontrent que les politiques locales peuvent déboucher aujourd'hui sur des pistes d'avenir mais qu'elles sont bloquées par la non adéquation de la politique nationale avec la politique locale.

On arrive ainsi à un déséquilibre pénalisant pour les collectivités locales entre leurs charges et leurs recettes, là où les efforts sont faits.

On arrive aussi, là où les efforts ne sont pas faits à une constatation de non rentabilité des entreprises hôtelières condamnées à fermer leurs portes, donc à ne pas produire une grande partie de l'année.

Et là où les efforts sont faits dans des pôles d'Economie touristique voulant développer leurs activités durant l'année, les mesures nationales manquent de toute évidence pour soutenir les efforts des entreprises privées de l'hôtellerie, de la restauration et du commerce qui veulent gagner le pari de la plurisaisonnalité.

Tout m'a prouvé que s'il n'y a pas communauté de pensée politique, c'est-à-dire communauté d'objectifs et communauté de movens, du niveau de l'Etat au niveau régional, départemental et à celui du territoire, l'Economie plurisaisonnière continuera à être une ambition inaccessible au détriment des Economies locale et régionale, au détriment des emplois à créer en France, au détriment de l'Economie nationale et des recettes de T.V.A. et en devises.

**2°/ L'adéquation entre offre de séjours et demande de séjours doit tenir compte aussi de l'ouverture du marché des temps libres à... une clientèle de jeunes retraités ou de retraités qui veulent rester jeunes.**

La retraite à soixante ans et le prolongement de la vie grâce aux progrès de la médecine et de la chirurgie font que le troisième âge est devenu une source de clientèle essentielle. Une source de clientèle qui contribue déjà amplement à assurer le développement de l'Economie touristique à travers les territoires des pays développés.

Pour que les temps de retraite ne soient pas improductifs et pour qu'ils deviennent des sources de travail, compte tenu du développement du nombre de retraités par rapport à la population active dans la prochaine décennie, il nous faut prendre en considération la chance nouvelle que la bonne utilisation de ces temps libres des retraités doit représenter pour le développement de l'Economie touristique.

*La clientèle du 3ème âge est déjà... plurisaisonnière.*

C'est une clientèle devenue d'autant plus intéressante qu'elle s'attache à assurer son épanouissement et son bonheur de vivre non plus durant des temps de vacances mais durant les quatre saisons de l'année.

Or, on doit constater qu'on continue à n'offrir à cette clientèle, à travers la France, que des séjours beaucoup trop limités au temps d'une saison. Et on doit constater que l'offre des structures existantes n'est pas encore adaptée aux nécessités et aux chances d'une Economie touristique plurisaisonnière. Combien d'établissements hôteliers encore peu adaptés en chauffage aux exigences de séjours en automne et en hiver ?

### **3\*/ Une Economie touristique à un quart de son chemin**

Il est temps d'ouvrir un nouveau chapitre dans l'histoire de cette Economie touristique, c'est-à-dire dans l'histoire de France, car la France dispose plus que tout autre pays d'un formidable gisement d'activités nouvelles, de travail nouveau, donc d'emplois, à partir des différents atouts de son territoire.

#### ***Des atouts touristiques exploités partiellement***

Ces atouts ne sont exploités que partiellement. Et je ne crains pas de dire que l'Economie touristique en France n'atteint, à ce jour, qu'un quart de ses capacités, dans la mesure même où elle ne vise encore qu'un quart du temps de l'année et un quart du territoire français.

Ce quart de chemin... a été seulement accompli par les collectivités territoriales et les entreprises professionnelles à vocation touristique. Il suffit pour le constater, de parcourir le territoire rural français. Et il suffit aussi de parcourir les listes des emplois dits emplois saisonniers... dans les A.N.P.E.

Il faut faire l'étude du tourisme en France pour juger à quel point le vaste pays rural qui a fait la fortune agricole de la France et qui fait toujours sa beauté a été négligé alors qu'il peut devenir une source de séjours touristiques comme les paysages maritimes et comme les paysages de montagne.

Il suffit de constater aussi à travers les régions le nombre d'emplois dits saisonniers qui pourraient et qui doivent devenir plurisaisoniers pour se rendre compte du nombre d'emplois perdus et donc de ressources humaines perdues par la France.

Le véritable handicap des charges d'aide sociale qui atteignent aujourd'hui leur record dans les budgets des départements français et qui résulte du chômage doit être réduit si la France se donne une volonté politique de faire évoluer l'Economie touristique en source de vie et d'emplois à caractère plurisaisonnier.

Pour la première fois en 1994, les dépenses d'aide sociale des départements représentent plus de 50 % de leur budget de fonctionnement. Seuls 20 % d'entre eux n'ont pas franchi cette barre des 50 %.

La cote d'alarme a été franchie.

Entre 1992 et 1994, la hausse des dépenses d'aide sociale est comprise, pour plus de la moitié des départements, entre + 7 % et + 13,3 % hors D.O.M.-T.O.M.

Il est important de souligner que cette accélération des dépenses d'aide sociale est particulièrement sensible dans les départements qui, pour la plupart d'entre eux, ont une capacité d'Economie touristique jusqu'à présent négligée dans la mesure où cette capacité est limitée à la saison d'été... ou en montagne, à la saison d'hiver.

Des exemples m'ont été donnés à travers le territoire Français que ce gisement du temps libre peut être travaillé de plus en plus toute l'année. Les responsables des entités territoriales sont de plus en plus nombreux à prendre conscience des potentialités de leur territoire et du pouvoir d'attraction et d'animation qu'il s'agit de donner à leur pôle d'Economie touristique respectif, en vue de répondre aux motivations de séjours de la clientèle touristique.

Ces exemples portent le nom de stations touristiques qui se sont attachées à prendre progressivement depuis dix ans la voie du tourisme quatre saisons. Mais d'autres exemples sont en train de se dégager de la carte de France en des régions aussi diverses que celles du Sud, de l'Ouest, de l'Est et du Nord-Pas-de-Calais.

En tous ces points où des efforts ont été entrepris, j'ai constaté l'attente d'une politique nationale permettant de vaincre les blocages actuels.

***L'Etat doit vouloir... Mais l'Etat, c'est nous !***

La cause majeure de l'inadéquation entre les offres de séjour à la clientèle et les demandes de celle-ci vient en effet de l'absence d'une politique nationale cohérente pour favoriser ce développement de l'Economie touristique plurisaisonnier.

Si les Gouvernements doivent entreprendre les réformes dans le sens de cette Economie à plurisaisonnaliser, il faut constater aussi un réel manque de cohésion au niveau des régions ou des départements pour soutenir et stimuler ces efforts de création de vie touristique à l'année.

Oeuvrer pour aboutir à une vie touristique quatre saisons représente aujourd'hui pour les acteurs publics et privés de cette politique un parcours du combattant.

Il faut dix à vingt ans aujourd'hui aux responsables des entités territoriales à vocation touristique pour démontrer qu'il est possible de faire vivre leur population active locale en assurant l'accueil et l'animation des séjours des populations d'autres régions ou d'autres nations, au fil des quatre saisons de l'année.

S'il y avait convergence des politiques nationale, régionale et départementale dans ce but, avec la politique menée au niveau du territoire communal ou intercommunal, cinq ans d'efforts pourraient aboutir à de premiers résultats.

Voilà pourquoi, encouragé par la mission que m'a donnée M. Bernard Bosson, je me dois de souligner dans un deuxième document annexe (ANNEXE N° 2) les formidables handicaps que supportent telle et telle entité territoriale à vocation touristique.

Ces handicaps résultent du manque de conscience des pouvoirs publics à l'égard des charges liées à l'accueil, tout au long de l'année, d'une clientèle touristique.

Ces handicaps résultent aussi de l'appartenance de ces communes à vocation touristique à tel département plutôt qu'à tel autre, ce qui entraîne des participations financières de différence énorme aux budgets des départements, sous le nom bien discret de "contingent d'aide sociale" ou de "participation aux centres de secours intercommunaux", quand les centres de secours ne sont pas encore départementalisés.

Ce document (annexe 2) dont je recommande la lecture tout spécialement aux responsables de la Direction des collectivités locales démontre que M. Charles Pasqua et M. Daniel Hoeffel ont eu raison de promouvoir une Loi pour le développement de notre territoire en proposant une meilleure péréquation des ressources nationales au profit de l'ensemble des communes de ce territoire national.

#### **4°/ Une Economie touristique plurisaisonnière pour rééquilibrer et revitaliser le territoire Français**

Les points de repère que j'ai voulu explorer à travers la France et dont je dégagerai ici l'essentiel des enseignements que j'ai pu tirer de cette exploration doivent permettre à M. le ministre chargé du Tourisme mais aussi à M. le Premier Ministre de comprendre la nécessité des mesures que je proposerai dans la quatrième partie de ce rapport. Mais pour mieux convaincre nos gouvernants, je suis allé rechercher les arguments pour une vraie politique touristique au cœur de cette France profonde qu'ils ont la juste ambition de rééquilibrer et de revitaliser !

#### **Deux exemples dans l'Orne**

*. **Dans le Département de l'Orne, l'absence d'une véritable organisation territoriale du tourisme orchestrée par l'Etat et soutenue par le département aboutit à ce que la réalisation du Golf de Bellême, au cœur du Perche, apparaît comme surprenante. Est-ce un atout insuffisamment exploité, alors qu'il pourrait devenir le point d'ancrage d'une Economie touristique plurisaisonnière adaptée aux atouts d'un pays d'accueil rural intercommunal?***

*Est-ce une ambition ne correspondant pas aux possibilités d'avenir du pays ? La population et les élus se divisent en deux camps. Le Conseil général a finalement pris position pour assurer l'avenir du golf auquel est relié aujourd'hui un complexe hôtelier bien intégré dans le site.*

*Mais cette division, vaine et préjudiciable aujourd'hui, aurait-t-elle pu naître s'il y avait eu une organisation territoriale de l'Economie touristique ?*

*Cette division aurait-elle lieu aussi si la politique d'aménagement du territoire avait mieux clarifié l'avenir des liaisons routières pouvant mener à ce golf inséré dans ce beau pays célèbre jusqu'à ce jour par ses percherons ?*

*Il faut ajouter en effet que, dans ce département de l'Orne, l'avenir plurisaisonnier des pôles de vie touristique est lié à la réalisation d'une liaison rapide Nord-Sud Rouen-Alençon qui rejoindrait Le Mans et Tours. La demande en provenance de ces agglomérations proches du Perche doit permettre de rentabiliser les équipements déjà existants si le problème des liaisons routières rapides trouve une solution dans le contrat de Plan 94-98. Jugez vous-même :*

*Laval, 50 000 habitants, se situe à 50 kilomètres de Bagnoles de l'Orne.*

*Le Mans, 200 000 habitants, à 100 kilomètres.*

*Alençon, 45 000 habitants, à 48 kilomètres.*

*Flers, 35 000 habitants, à 30 kilomètres.*

*Caen, 200 000 habitants, à 85 kilomètres.*

*Rennes, 250 000 habitants, à 120 kilomètres.*

*Rouen, 300 000 habitants, à 160 kilomètres.*

*Comment alors douter de l'avenir touristique du pays du Perche ?*

*De même, la plurisaisonnalité de l'Economie touristique de la très belle station thermale verte de **Bagnoles de l'Orne** et du pôle territorial qu'elle représente dépend, pour une grande part, de l'amélioration des liaisons routières et de la création de liaisons rapides sur l'axe Le Mans-Alençon-Rouen-Tours.*

*Le complexe tennistique de Bagnoles de l'Orne est un atout de grand intérêt pour une Economie touristique plurisaisonnière (6 courts couverts). Mais le tennis, aussi attractif soit-il, doit s'insérer dans un "tout" qu'est le "produit touristique", le séjour touristique.*

### **La plurisaisonnalité impose des équipements publics pour rentabiliser les investissements privés**

*Pour que la demande puisse justifier l'ouverture des hôtels et de la station toute l'année, il faut que Bagnoles de l'Orne puisse compléter l'atout de ses tennis et de ses thermes par la conversion de ses espaces d'hippodrome pour y insérer un très beau terrain de concours hippiques et un centre équestre.*

*L'appropriation de cet hippodrome, encore propriété privée, et son aménagement en complexe équestre ne peuvent se réaliser que dans le cadre d'une convention spécifique Etat-Station ou dans le cadre d'un contrat de Plan Etat-Région.*

*Dans l'un ou l'autre des cas, si l'on veut aboutir à l'adéquation entre l'offre de séjours et la demande, en vue d'une Economie touristique plurisaisonnière, il faut que l'Etat puisse faire intervenir son fonds d'intervention touristique au profit de tels investissements à réaliser à Bagnoles de l'Orne.*

*L'étude faite par l'AFIT (1992) démontre la capacité du pôle touristique Bagnoles-Tessé-La Madeleine d'attirer une clientèle de congrès et de séminaires de taille moyenne et une clientèle de fin de semaine, en fonction de la position géographique favorable de cette station touristique, et la nécessité de compléter ainsi les activités de tourisme thermal de cette station verte.*

*Cette étude mérite donc d'avoir une suite et c'est par une politique de l'Etat venant appuyer l'ambition municipale que l'offre pourra répondre toute l'année à la demande de la clientèle touristique.*

*Déjà la commune a-t-elle entrepris l'effort d'assurer l'ouverture de son Office du Tourisme toute l'année. Et a-t-elle obtenu la modernisation d'un ancien hôtel ouvert quatre saisons face au lac situé au coeur de la station.*

*Bagnoles de l'Orne, dans le cadre d'une politique volontariste de l'Etat, peut devenir un point fort d'une Economie touristique plurisaisonnière.*

*La station doit y parvenir en créant peu à peu les emplois nécessaires à l'entretien de son golf et de son futur complexe équestre et en insérant ceux-ci dans l'association de gestion de ses équipements et événements touristiques qui lui manque encore aujourd'hui.*

### **30 % de clientèle en plus en week-end à La Baule, depuis le T.G.V.**

*. Un exemple est donné à **La Baule** de l'importance des liaisons rapides pour le développement de l'Economie touristique plurisaisonnière.*

*Depuis l'ouverture du T.G.V. reliant Paris à La Baule, le T.G.V. a apporté plus de 30 % de clientèle à la Baule durant les week-ends depuis le 1er Janvier 1994.*

*Et La Baule, désormais reliée par le T.G.V. en trois heures mais aussi par l'autoroute Océane A 11 Paris-Nantes en 3 h 30 - 3 h 45 à partir de Paris, voit la demande de séjours croître au point d'entraîner les commerçants à répondre peu à peu à la demande de la municipalité de la station de maintenir leurs commerces ouverts toute l'année.*

*Car la résistance aux vieilles habitudes commerciales de se satisfaire d'un travail quelques mois par an doit être vaincue pour répondre à la volonté publique de voir les emplois touristiques saisonniers devenir plurisaisonnières, c'est-à-dire permanents.*

*Pour répondre à la demande de la clientèle, la Ville de La Baule n'a pas crain d'acquérir une ancienne et belle villa en vue d'en faire le cadre d'activités plurisaisonnières de jeux de bridge et de scrabble. C'est un investissement utile pour répondre à la demande de jeux de l'esprit d'une partie de la clientèle.*

*Mais pour maintenir sa piscine ouverte toute l'année, elle doit supporter 1 700 000 F. de déficit par an.*

*Jeux de l'esprit, jeux physiques au contact de l'eau, ces simples exemples montrent à quel point l'effort local doit être pris en considération par l'Etat à travers une juste orientation des ressources nationales pour les budgets de fonctionnement des pôles d'Economie touristique.*

*Cet effort de meilleure répartition des ressources nationales à travers la D.G.F. de l'Etat correspond à l'intérêt des citoyens consommateurs de temps libre puisque, sans compter les 50 000 élèves qui rentrent gratuitement, 150 000 personnes accèdent par an à la piscine marine de La Baule.*

*Le progrès social et l'accès à un bon équilibre de vie passent par les pôles de vie touristique qui représentent un deuxième cadre de vie pour les citoyens.*

*La meilleure répartition des revenus de l'Economie nationale pour ces pôles de vie touristique n'est donc pas un cadeau de l'Etat. C'est un devoir économique et social.*

**L'ouverture des hôtels, quatre saisons: une nécessité internationale... mais aussi sociale**

*Cette dimension sociale de l'Economie touristique se double, en certains pôles du territoire, d'une dimension internationale.*

*L'adéquation de l'offre à la clientèle touristique à la demande de cette clientèle, lorsqu'elle est internationale, est rendue difficile par la lourdeur des charges pesant sur la main d'œuvre hôtelière en France quand les hôtels font l'effort de rester ouverts au-delà de quelques mois.*

*L'adaptation d'un régime de charges sociales dans l'hôtellerie, compatible avec les impératifs de la compétition internationale, est donc nécessaire.*

*La clientèle étrangère est une des sources de vie plurisaisonnière dans les points forts que représentent certaines stations touristiques. Deauville et La Baule, comme Cannes, Nice, Biarritz, Le Touquet, et bien sûr des capitales touristiques comme Paris, Strasbourg et Lille, sont des exemples de la place importante que peut tenir la clientèle internationale dans l'adéquation de l'offre et de la demande.*

*Tous les hôteliers rencontrés au cours de ma mission me l'ont confirmé : l'ambition de cette adéquation impose un assouplissement du régime des charges sociales de l'Economie hôtelière.*

*C'est un autre état d'esprit qu'il faut développer en France. L'Economie touristique souffre des mesures accumulées dans les années 80 où l'Etat a voulu progressivement tout réglementer et où la suspicion permanente de l'Etat s'est exercée vis à vis du citoyen et d'abord de l'employeur.*

*Le problème des "extras", qui se pose en jonction des poussées de clientèle, à certaines périodes et certains jours, devient ingérable dans l'hôtellerie dans la mesure où chaque extra impose désormais un contrat de travail.*

*Si une animation musicale de haut niveau est offerte par exemple à l'Hôtel l'Ermitage à la Baule pour apporter un "plus" aux temps libres offerts en certains week-ends, il ne faut pas qu'un inspecteur de l'URSSAF vienne décourager l'appel aux artistes engagés épisodiquement.*

*Une Economie touristique qui doit s'adapter aux exigences de la clientèle impose un climat de confiance entre l'Etat et les partenaires économiques et sociaux.*

*Les conventions au niveau des entreprises doivent aboutir à un respect de règles du jeu qui ne doit plus, pour certains points, dépendre d'une réglementation nationale asphyxiante et paralysante.*

*Mais les règles du jeu, basées sur la dignité humaine, qui doivent être précisées dans ces conventions par les entreprises imposent un respect mutuel des engagements pris par les employeurs comme par les employés.*

## **L'efficacité de la dotation globale de fonctionnement liée à la création d'une communauté de communes aux Sables d'Olonne**

*. Aux Sables d'Olonne, le pôle territorial touristique centré sur la station a voulu s'adapter pour que l'offre cadre mieux à la demande de la clientèle tout au long de l'année. C'est ainsi que deux communautés de communes ont été créées qui assurent chacune une dotation globale de fonctionnement appréciable pour le territoire que représente ce pôle d'Economie touristique.*

*Mais pour assurer la coordination des efforts en vue de la mise en valeur des équipements, ces deux communautés de communes se regroupent en un syndicat mixte qui joint ainsi l'atout rural et l'atout spécifique de la station portuaire. Celle-ci a été jusqu'à se doter d'un port de plaisance de 1 100 anneaux, aménagé aux côtés du port de commerce et du port de pêche. Bel exemple d'évolution des structures communales sous le signe de la coopération intercommunale pour faire face à l'exigence d'investissements lourds.*

*La demande de la clientèle sera en rapport avec l'offre lorsque le potentiel de clientèle de proximité pourra utiliser après l'autoroute Paris - Angers - La Roche sur Yon la liaison deux fois deux voies La Roche sur Yon - Les Sables d'Olonne.*

*L'Economie touristique plurisaisonnière gagnera du terrain dans la mesure où l'effort routier de l'Etat accompagne les efforts d'investissements privés qui se sont traduits par l'implantation d'un Hôtel Mercure trois étoiles et d'un établissement de thalassothérapie gérés par le groupe ACCOR.*

*Les Sables d'Olonne donnent aussi une illustration d'Economie partenariale. La construction des séjours touristiques, à partir de la création d'une société d'Economie mixte constituée pour l'implantation de l'institut de thalassothérapie en est une heureuse démonstration.*

*En participant pour 51 % au capital de cette société d'Economie mixte aux côtés du groupe ACCOR, du Crédit Agricole et du Crédit Mutuel, la municipalité des Sables d'Olonne a exprimé une volonté politique de s'engager vers une Economie touristique plurisaisonnier.*

*Les Sables d'Olonne permettent aussi de juger, comme les plages du Pas-de-Calais, l'importance qu'accorde la clientèle à la sécurité sur les plages.*

*Or cette sécurité sur les plages a été laissée de plus en plus, depuis dix ans, à la charge des communes.*

*Les crédits que consacrent les communes à la sécurité ne peuvent pas être consacrés à l'effort fait pour le développement des activités au-delà de la saison d'été.*

*Il apparaît donc que le déséquilibre entre les charges laissées à la collectivité locale et les ressources que celle-ci reçoit à partir du revenu national devient chaque année plus important et fait chaque année un peu plus obstacle au développement de l'Economie touristique plurisaisonnier.*

*...Ce qui est contraire à l'intérêt de l'Etat pour le développement de ses recettes de P.I.B. et pour le développement si nécessaire des créations d'emplois.*

## **Pas d'hôtels possibles en milieu rural sans une politique de prêts à taux bonifiés...**

*L'inadaptation de l'offre à la demande apparaît évidente là où des efforts ont été pourtant entrepris pour créer une Economie touristique en milieu rural.*

*Faute pour les pouvoirs régionaux et locaux d'avoir pu à temps relayer l'Economie basée sur de petites industries de confection par l'Economie touristique, à Montmorillon, sous-préfecture de la Vienne, il n'y a plus d'hôtels !*

*Le syndicat intercommunal de développement économique du Montmorillonnais doit se donner comme objectif de favoriser les investissements hôteliers. Mais il est évident qu'aucun investisseur ne risquera cet investissement s'il n'y a pas de la part de l'Etat une politique de prêts à taux bonifiés mise en place pour la création d'hôtels dans les pôles territoriaux qui le justifient notamment pour revitaliser les régions rurales françaises.*

*Le pays de Montmorillon le justifie par son patrimoine culturel. Et l'Abbaye de Saint-Savin, occupée longtemps par une gendarmerie, est l'illustration saisissante de la nécessité de fondre, en une même politique de mise en valeur touristique du territoire, les actions du Ministère de la Culture, du Ministère de l'Agriculture et du Ministère chargé du Tourisme.*

*Le Montmorillonnais représente un exemple type d'un pays d'accueil touristique. Les élus ont eu le mérite de le comprendre en constituant dans ce but un syndicat intercommunal de développement. Et la proximité de l'autoroute Paris-Bordeaux donne toutes ses chances à ce pays d'accueil de devenir le cadre d'une activité touristique plurisaisonnière.*

*Déjà aujourd'hui, on y compte 30 gîtes ruraux, 60 chambres d'hôtes, 8 campings, 3 gîtes d'étape et deux villages-vacances.*

*Toutefois, faute d'hôtels, la clientèle attirée par le circuit d'entraînement automobile du Val de Vienne 275 jours par an en pleine nature doit être orientée vers Poitiers pour y trouver son hébergement.*

*Seul un hôtel sympathiquement moderne créé à quelques kilomètres du circuit, face à la rivière de la Vienne, au côté d'une auberge gastronomique, semble appuyer le pari sur l'avenir du député du Montmorillonnais et de ses collègues.*

*Des équipements susceptibles d'être occupés à l'année représentent déjà, comme à **Lathus, département de la région Poitou-Charente**, d'importants investissements.*

*Le centre de plein air créé à Lathus, à une heure du Futuroscope de Poitiers en est l'expression.*

*Et le centre équestre du centre de plein air de Latus est devenu si important qu'il dépasse aujourd'hui les capacités de l'association qui le gère.*

*L'adaptation de l'offre à la demande et le succès même du centre imposent l'évolution de cette association en une société d'Economie Mixte.*

*Sinon, la Chambre régionale des Comptes risque d'intervenir. Utilement d'ailleurs pour aider les animateurs de cette association à maîtriser la croissance de leurs activités dans une structure de gestion mieux adaptée.*

*Ce qui freine aujourd'hui le développement de l'offre dans ces régions rurales, selon les gestionnaires de ces équipements, c'est d'une part la durée trop courte de ces exploitations dans l'année et, d'autre part, la réticence des banquiers qui ne croient pas en la rentabilité possible de ces équipements.*

*Il s'agit donc de créer la dynamique de l'Economie touristique et la crédibilité de l'Economie touristique plurisaisonnière aussi bien au niveau de la clientèle qu'au niveau des pouvoirs publics et financiers.*

### **Le département de la Gironde : un bel exemple de soutien à l'activité touristique par la prise en charge des dépenses salariales des centres de secours**

*. Pour favoriser l'allégement des charges pesant sur les communes à vocation touristique, le Département de la Gironde a fait l'effort de prendre à sa charge tous les sapeurs-pompiers professionnels et va jusqu'à rembourser au District d'Arcachon 70 % des vacations versées à 25 pompiers volontaires attachés à plein temps à un centre de secours.*

*Le problème des charges liées au secours a trouvé là une solution remarquable. Mais là où ces charges liées au secours ne sont pas supportées par les départements comme la Loi l'a voulu, c'est autant de charges qui handicapent les efforts d'animation entrepris par les communes touristiques dans d'autres départements.*

*La volonté de répondre à la demande de la clientèle touristique par une offre bien coordonnée a été exprimée sur le Bassin d'Arcachon avec un Office du Tourisme intercommunal coordonnant l'activité touristique de dix communes.*

*Mais cet Office intercommunal ne peut devenir, dans les textes législatifs actuels, un établissement public industriel et commercial intercommunal.*

*Il faut rendre possible cette évolution de la Loi de 1964.*

*L'évolution en structures d'activités commerciales des associations de gestion d'équipements, des Offices du tourisme ou EPIC est reconnue indispensable à Arcachon. Car l'association de gestion à caractère partenarial ou l'EPIC, que peut être l'Office du Tourisme selon la Loi de 1964, insérera, mieux que de simples agences de voyage privées, dans le produit touristique les aspects du séjour qui ne présentent pas un intérêt marchand.*

*Là où la coopération peut aboutir avec les agences professionnelles aux résultats recherchés, il peut y avoir, bien sûr, action convergente dans le même but.*

*Les Offices du Tourisme ou les associations de gestion partenariales des collectivités territoriales doivent être reconnues en mesure de développer leurs capacités de vendre des séjours dans la mesure où les activités professionnelles privées ne remplissent pas la fonction ou ne la remplissent que partiellement.*

*L'expérience d'Arcachon, très proche de celle du Touquet à travers les efforts et les résultats enregistrés, aboutit à une conclusion très claire de l'adjoint au Tourisme d'Arcachon, président de l'Union commerciale : "Il y a la demande. Il y a l'offre. Mais manque la politique qui doit relier le tout dans des produits à plurisaisonner sur toute l'année".*

**Selon que la clientèle est allemande ou espagnole... il faut que l'offre s'adapte aux horaires**

*L'adaptation de l'Offre à la demande est reconnue dépendante de l'assouplissement de la législation sociale par tous les hôteliers rencontrés durant cette mission.*

*Exemple : au Pays Basque, la clientèle, selon qu'elle est allemande ou espagnole peut arriver très tôt le matin ou très tard le soir. Il faut donc répondre aux besoins de cette clientèle et adapter les textes et les mentalités à la nécessité de cette adaptation.*

*La sauvegarde des emplois dans l'hôtellerie et la création d'emplois nouveaux si nécessaire en France en dépendent.*

*Il faut former les jeunes et les femmes dont les maris travaillent à se spécialiser dans l'hôtellerie et la restauration et à pouvoir aller travailler à temps partiel, à mi-temps ou deux à trois jours par semaine, en fonction de l'évolution des besoins.*

*Cela n'est possible que si la législation s'assouplit et s'il est clair que ce temps de travail partiel assuré n'oblige pas à payer des indemnités au terme des périodes où le travail permet ces emplois.*

#### **. La nécessité d'une charte de l'hébergement touristique**

*Dans le Pays Basque également, les responsables hôteliers m'ont dit qu'il leur apparaissait possible d'adapter l'offre à la demande dans le pays rural par une coopération entre chambres d'hôtes, hôtellerie et F.N.S.E.A.*

*La mise au point d'une charte prévue dans ce sens doit régler les problèmes dans le cadre de chaque région.*

*Il est temps.*

*Car il suffit de se rendre à Uzes, à l'Ile sur Sorgue ou en visite émouvante à Vaison la Romaine, au patrimoine gallo-romain si digne de séjours touristiques d'intérêt culturel, pour en faire le constat : la petite hôtellerie est de plus en plus en difficulté. Elle tend à disparaître même, en partie en raison du développement des chambres d'hôte.*

*Et les restaurants eux-mêmes souffrent.*

*Il est donc impératif de soumettre les hébergements touristiques, chambres d'hôte ou d'hôtel aux mêmes règles du jeu pour sauvegarder le principe d'une concurrence loyale.*

### **La France touristique... sur le terrain de la construction des séjours.**

*L'adaptation de l'offre à la demande a franchi des caps importants dans le bon sens dans le Sud Ouest de la France.*

*Le député-maire de Soulac-sur-Mer a regroupé 11 communes dans un District dans le but de constituer un pôle territorial d'Economie touristique plurisaisonnière.*

*Le Maire de Lacanau espère aboutir lui aussi à un District dans le même objectif.*

*Le schéma départemental de la Gironde a déjà permis de visualiser sur sa carte six pôles de séjours organisés dont les projets doivent être intégrés dans le contrat de Plan Etat-Région.*

*Trois de ces pôles ont un syndicat mixte :*  
*.le syndicat mixte d'aménagement de Lacanau,*  
*.le syndicat mixte d'aménagement de Carcan,*  
*.le syndicat mixte d'aménagement de Hourtin.*

*Pour qu'il y ait réponse à la demande à partir de ces structures qui représentent l'offre territoriale, il faut qu'il y ait une prise en considération par l'Etat des charges de fonctionnement qui sont liées à l'entretien des espaces par ces syndicats mixtes.*

*Il suffit de préciser que le territoire de Lacanau représente 22 000 hectares dont 2 000 hectares de lacs et le syndicat mixte de Hourtin un lac de 6 000 hectares pour le faire comprendre.*

*Qu'offre-t-on donc d'abord au touriste, sinon ces espaces ? Et qui en a la charge, sinon d'abord le Maire, Président de District, à la tête de la commune ou d'un groupement de communes ?*

*Qui doit entretenir... en bordure de la forêt de Lacanau les 125 kilomètres de pistes cyclables, sinon la commune ?*

*Mais le problème pour Lacanau n'est pas de gérer seulement l'environnement. Il est aussi de vendre des séjours à partir de cet environnement. Et la nécessité d'un professionnalisme de plus en plus sérieux est apparue aux élus de cette région qui se sont dotés dans ce but d'une attachée commerciale et d'une structure de commercialisation à l'échelle des ambitions de leur **Médoc Bleu**.*

*Comme le Maire de Carcan-Maubusson qui doit accueillir 45 000 habitants l'été, le Maire de Hourtin lance un cri d'alarme.*

*Il comptait sur la progression de la dotation touristique pour couvrir les annuités d'emprunts liées aux investissements réalisés après 1986, sous l'impulsion de la mission d'aménagement de l'Aquitaine.*

*Or Hourtin se retrouve avec sa dotation touristique bloquée, comme les autres communes touristiques, par l'intégration de la dotation touristique dans le cadre de la dotation globale defonctionnement.*

*Les recettes ne vont pas augmenter. Les annuités d'emprunts vont s'alourdir. Les communes qui ont investi pour développer la vie touristique se retrouvent pénalisées pour avoir fait effort.*

## **Penser d'abord au client et aux services de santé qui lui sont nécessaires**

*Le client demande aujourd'hui plus qu'un sourire et un bonjour de la part des hôtesses. Il demande des produits et des services de qualité que les pôles d'Economie touristique doivent désormais leur garantir à travers la France.*

*Et parmi ces services, il ne faut pas oublier les plus élémentaires : ceux de la sécurité, ceux de points de distribution de monnaie et ceux de distribution de produits pharmaceutiques.*

*A Maubusson, il n'y a pas de pharmacie pour 45 000 personnes. Les clients doivent aller à 8 kilomètres de Maubusson pour trouver une pharmacie.*

*L'exigence d'autorisations préfectorales de dépôts de produits pharmaceutiques, sous le contrôle d'une pharmacie principale, s'impose donc.*

## **L'Economie touristique à partir de stations-villes d'art et d'histoire**

*. La nécessité d'adapter l'offre de Rocamadour dans le cadre des produits de stations-villes d'art et d'histoire, à vocation de tourisme plurisaisonnier, est une évidence quand on visite les 5 000 hectares de superficie de cette commune touristique rendue célèbre par son roc, par son Saint et par son ... maire.*

*Il a fallu en effet du caractère à celui-ci pour démissionner avec tout le conseil municipal en 1976 pour obtenir qu'une route reliant Rocamadour à la vallée soit aménagée pour contourner le centre touristique de la cité.*

*Et cette route a pu être financée en additionnant les participations de l'Etat, de la Région, du Département et de l'Europe !*

*L'exemple de Rocamadour est à méditer. La volonté politique d'une équipe municipale a abouti à faire d'une cité de 650 habitants une station d'art et d'histoire en mesure de devenir plurisaisonnière.*

*Un simple ascenseur incliné pour permettre d'accéder d'un niveau à l'autre sur le site de Rocamadour a représenté un investissement de 18 millions de francs et a exigé un tunnel de 155 mètres à percer dans le roc. L'annuité d'emprunt est couverte par la société d'exploitation qui paye un loyer à la commune.*

*Cette commune de 627 habitants doit supporter la charge d'un patrimoine religieux exceptionnel, visité chaque année par 1 500 000 personnes ! Et la charge d'une collecte d'ordures ménagères de 400 000 F dans le cadre du syndicat intercommunal de traitement des ordures ménagères qu'elle a pris l'initiative de créer.*

*S'attachant à faire de l'évêché, de son département et de sa région des partenaires, la commune de Rocamadour se trouve aujourd'hui amenée à rénover les sanctuaires fréquentés de tous les temps par des foules de pèlerins venus du monde entier. Et une coopération entre Ministère de la Culture et Ministère du Tourisme devrait aboutir à faire des sept chapelles du lieu des salles de séminaires pour rencontres de haut niveau culturel ou spirituel.*

*De telles cités doivent s'insérer désormais dans les stations touristiques villes d'art et d'histoire, tant leur découverte répond à une demande correspondant au fond religieux qui est en train de réapparaître à la surface de la société moderne.*

*La volonté de Rocamadour de devenir un pôle d'excellence touristique se traduit aujourd'hui par le grand projet de création, à partir de son territoire, d'un Conservatoire de l'espace rural. Un Conservatoire qui doit s'attacher à restaurer les bâtiments autant qu'à assurer l'entretien de terres abandonnées qu'il s'agit de remettre en valeur.*

*Ce projet doit s'insérer dans les ambitions du Ministère du Tourisme mais ne peut être financé qu'avec le concours de l'Etat, de la Région et de l'Europe.*

*L'objectif de Rocamadour est d'aboutir à une Economie touristique basée sur une activité de onze mois sur douze, les gisements de clientèle existant à deux ou trois heures de ce site prestigieux (Toulouse, 2 heures; Bordeaux, 3 heures; Limoges, 2 heures; Clermont-Ferrand, 4 heures) et le projet d'autoroute permettant une accessibilité facile à partir de 25 kilomètres de Rocamadour.*

*L'avenir de l'Economie touristique plurisaisonnière au coeur de la France profonde comme sur la périphérie de l'Hexagone dépend d'abord de la priorité à donner aux liaisons routières rapides.*

**La recherche de la forme ne s'enferme plus dans une saison... Et les emplois doivent suivre...**

*. L'adéquation de l'Offre à la demande des générations nouvelles s'exprime à travers le renouveau de Vichy. Ce renouveau a été rendu possible par l'énorme effort d'investissements réalisé sous le signe du Groupe Perrier puis du Groupe Nestlé.*

*Mais pour que Vichy conserve son caractère de pôle touristique de classe internationale, la municipalité a compris qu'il lui fallait aller jusqu'à la restauration de son Opéra.*

*Même si la subvention de l'Etat est de 10 millions et celle du Conseil Général de 10 millions, il faut savoir que l'investissement de la Ville sera de 20 millions.*

*Il faut savoir aussi que le seul effort lié au déroulement de la saison musicale représente dans le budget de fonctionnement de la ville un coût de cinq millions de francs.*

*L'effort global de la Ville pour l'animation culturelle est de 25 millions plus 10 % pour l'investissement, ce qui représente 6 % du budget.*

*S'il n'y a pas une politique de l'Etat tenant compte de ces montants de dépenses liées à la vocation touristique de ce pôle territorial d'Economie touristique qu'est Vichy, il ne pourra y avoir continuité de l'activité touristique plurisaisonnière qui est devenue une réalité dans cette grande station.*

*Et il faut savoir que la France, à partir des efforts de renouveau de Vichy, a vu le patrimoine de cette région d'Auvergne s'enrichir de nouveaux équipements remarquables que représentent l'Hôtel les Célestins et son complexe de balnéothérapie.*

*L'argent orienté vers les pôles d'Economie touristique par l'Etat revient donc à la communauté nationale à travers les investissements et les emplois provoqués par l'Economie touristique à travers ses différents pôles d'excellence.*

*Vichy est à cet égard la démonstration de la capacité d'un pôle d'Economie touristique d'accéder à la double labellisation de station thermale et de ville de congrès et de tourisme d'affaires.*

*Cette double labellisation doit se traduire par une capacité de la ville concernée de créer des emplois en correspondance avec les fonctions économiques et sociales que Vichy assume tout au long de l'année.*

*A Vichy comme ailleurs, là où environnement, équipements et animation justifieraient ces emplois, l'Etat doit prendre conscience qu'une meilleure péréquation des ressources venant de l'Economie nationale aboutirait à faire... des pôles d'Economie touristique de nouvelles sources d'emplois durables.*

### **Faire de lieux de passage, comme Beaune, des lieux de séjours...**

*. Comme à Rocamadour, c'est un gâchis auquel il faut mettre fin que de laisser des villes d'art et d'histoire en dehors de la carte de France des pôles d'Economie touristique. C'est un gâchis que de laisser un tel patrimoine privé d'entretien et privé d'emplois en certaines surfaces de la Ville par manque de ressources pour de telles cités à vocation pourtant touristique.*

***Beaune, avec son patrimoine architectural qui respire la Bourgogne, doit cesser d'être à l'écart des stations touristiques.***

*Pour répondre à la demande de sa clientèle, il faut que cette ville cesse de n'être qu'un lieu de passage mais devienne un lieu de séjours. Le potentiel hôtelier de la Ville lui en donne la capacité.*

*Le pouvoir d'attraction des vignobles qui l'entourent le justifie d'ailleurs tout autant que celui de son nouveau centre de congrès et d'expositions conçu pour assurer à cette ville d'art une activité touristique quatre saisons.*

*Les 420 000 visiteurs accueillis par an deviendront des touristes s'ils sont traités comme des touristes et non pas comme des simples clients de cars auxquels on fait faire escale pour visiter l'Hôtel Dieu.*

*Impatiente de poursuivre la symphonie inachevée de la mise en valeur et en vie de ses bâtiments historiques amorcée en l'Hôtel des Ducs de Bourgogne, ouverte à ce jour à un musée du vin et à un musée consacré à Marey, inventeur du cinéma, une ville comme Beaune mérite de disposer désormais de l'attrait et des capacités d'animation d'une station touristique classée.*

*Elle doit donc pouvoir, une fois classée, être autorisée à se doter d'un casino pour soutenir ses efforts d'animation au-delà de la période de fin mars-fin novembre qui démontre déjà aujourd'hui son pouvoir d'attraction au cœur de la Bourgogne.*

*Le développement de ce pouvoir d'attraction conditionne l'amélioration du taux d'occupation des hôtels du centre-ville. Mais ceux-ci, pour rester compétitifs, doivent climatiser, insonoriser, moderniser leurs chambres.*

*Or ces investissements professionnels privés ne pourront se réaliser que si le dynamisme municipal attire en ces hôtels, par les attraits diversifiés de séjours, une clientèle plus large toute l'année.*

*L'Economie touristique, à Beaune comme ailleurs, dépend d'une interdépendance très forte entre efforts publics et efforts professionnels locaux.*

*. Fontainebleau se trouve dans la même situation d'une ville d'art et d'histoire qui doit s'intégrer dans le paysage touristique français.*

*L'inadéquation entre la demande de la clientèle et l'offre qui lui est assurée en termes de séjours touristiques est due, à Fontainebleau, de l'inadaptation des réglementations et mentalités du Ministère de la Culture aux impératifs de l'Economie touristique.*

*La modernisation de certaines administrations françaises liées au Ministère de la Culture et la synergie des efforts à développer entre le Ministère de la Culture et le Ministère du Tourisme pour mettre en valeur les bâtimenrs visités ou inutilisés du château de Fontainebleau conditionnent le développement de cette cité imprégnée de culture artistique et historique.*

*La clientèle ne peut pas être accueillie dans certaines parties du château parce qu'il fait froid ou parce que l'on manque de gardiens.*

*L'adéquation entre la demande et l'offre tient à la prise de conscience par le Ministre de la Culture qu'il doit devenir un partenaire de l'Economie touristique.*

*Déjà un progrès est à noter : la Salle des Colonnes s'ouvre à des concerts. Mais un concert d'automne n'a pu y être organisé, car la salle n'est pas susceptible d'être éclairée !... Il est donc temps d'entreprendre une adaptation de ces locaux représentatifs d'un patrimoine doté d'un attrait touristique exceptionnel.*

*De même l'Office national des Forêts doit comprendre que si dix millions de visiteurs sont attirés dans la forêt chaque année, il faut cesser de priver celle-ci des équipements et des possibilités de ressources qu'impose l'Economie touristique.*

*C'est donc le Ministère de l'Agriculture qui doit à cet égard contribuer à faire d'une inadéquation une adéquation.*

*La demande de la clientèle imposant une variété de satisfactions à lui assurer, c'est la notion de "pays" autour du pôle Fontainebleau qui doit lui apporter cette diversité de satisfactions.*

*Un exemple de freinage auquel il faut mettre fin : la rénovation de l'auberge Ganne du petit village de 1 400 habitants de **Barbizon**, achetée il y a huit ans, est reportée d'année en année par la direction régionale des affaires culturelles de France alors que Conseil général et Conseil régional se sont associés pour contribuer au financement que l'Etat doit compléter. Il ne s'agit que d'un montant global de travaux de 7,5 millions de francs. Mais ce seul exemple désespère les élus locaux.*

*De même, les atouts d'un pays comme celui de Fontainebleau doivent-ils être mieux mis en évidence aux yeux de la clientèle par une politique de signalétique que la Direction départementale de l'Equipment s'est refusée jusqu'à présent à adopter pour les équipements touristiques. Barbizon attend depuis 25 ans la signalisation demandée par ses élus.*

*Les 650 000 visiteurs annuels du Château de Fontainebleau pourraient être considérés comme des clients-touristes et l'attrait de leur visite pourrait s'étaler sur deux jours si l'effort était fait avec le soutien de l'Etat pour mieux mettre à profit la forêt, mais aussi les bâtiments du château laissés inexploités.*

*Le Théâtre Napoléon III par exemple, de 250 places, n'est plus visité. On n'y fait plus rien depuis des décennies. Il n'est plus visité parce qu'il n'est plus visitable.*

*Les stations villes d'art et d'histoire ont besoin pour demain d'équipes pluridisciplinaires à caractère partenarial pour répondre aux demandes de la clientèle qui veut aller tant au devant de la culture qu'au devant de la nature. Et il faudra fixer à ces équipes pluridisciplinaires des obligations de résultats pour valoriser le patrimoine territorial et monumental des pôles d'Economie touristique.*

### **La proximité bienfaisante de l'Allemagne pour l'Economie touristique plurisaisonnière**

*A en juger ne serait-ce que par le succès de son casino et par les 92 % d'occupation à l'année d'un hôtel familial trois étoiles niché dans la verdure au cœur de la station, l'exemple d'une adéquation progressive entre l'offre à la clientèle et la demande de cette clientèle est donné à plusieurs égards à Niederbronn. La proximité de la clientèle allemande y favorise une fréquentation plurisaisonnière.*

*La Commune a compris la nécessité d'intéresser durant toute l'année la population locale à la mise à profit d'équipements sportifs et culturels qui attireront les touristes...*

*L'ambition d'activités sportives a ainsi complété l'ambition de la sauvegarde des thermes d'origine romaine.*

*Les équipements sportifs, qui permettent l'insertion des équipes de la station dans les championnats de football et de basket régionaux, contribuent à l'activité quatre saisons.*

*Une piscine couverte y accueille curistes, touristes et jeunes de toute la région.*

*L'ambition d'activités culturelles a aussi été à l'origine d'un musée archéologique.*

*Ce musée archéologique, oeuvre de la commune, est désormais ouvert toute l'année. Il a une vocation éducative et touristique.*

*D'autres efforts ont été réalisés et le ravalement des façades, expérience étendue à tout le département du Bas Rhin, donne à la station un air accueillant en toutes saisons.*

*La visite de certaines usines par des groupes de touristes est devenue un élément d'animation des séjours au milieu des grands arbres qui habillent la nature.*

*Mais par contre on ne peut donner satisfaction aux clients allemands en séjour dans la station, car l'autorisation de présenter des films allemands à Niederbronn n'a pas été encore accordée.*

*Trois communes, dont Niederbronn, regroupées dans le Syndicat d'Economie Mixte "Les Cybéliades" veulent assurer, à partir de trois stations aux vocations thermales complémentaires, le développement de l'Economie touristique plurisaisonnier à partir d'un projet ambitieux.*

*Mais ce projet ne pourra trouver son aboutissement que dans le cadre d'une politique de l'Etat soutenant les projets au niveau national de pôles d'Economie touristique et mettant à profit le "fonds d'intervention touristique" pour l'orienter à l'avenir sur ces pôles territoriaux d'Economie touristique.*

## **Un "pays d'accueil rural intercommunal" a besoin pour support d'un District ou d'une communauté de communes**

*A Shirmeck, le District de la Haute Bruche a entrepris de devenir un pays d'accueil touristique rural répondant à la demande de générations nouvelles cherchant à découvrir la nature et à s'y épanouir à son contact.*

*Un musée intercommunal, des classes de découverte de la nature, un rucher-école ont déjà été intégrés dans l'attrait des séjours touristiques.*

*L'association Loi 1901 qu'est la Fédération des Pays d'Accueil a joué un rôle précurseur. Mais elle doit désormais trouver son prolongement dans l'institutionnalisation de pays d'accueil ruraux intercommunaux.*

*Le but doit être de faire bénéficier ceux-ci d'une politique cohérente de l'Etat pour venir soutenir les efforts des communes rurales aux budgets très modestes.*

*Le District ou la communauté de communes apparaissent la solution première pour assurer une dotation globale de fonctionnement venant de l'Etat pour le financement des charges liées à l'accueil et à l'animation touristique.*

*Ainsi la Dotation globale de fonctionnement pour le District de 25 communes de la Haute Bruche assure-t-elle déjà aujourd'hui quatre millions de francs de ressources annuelles.*

*Un Groupement touristique partenarial parallèle au District a favorisé la coordination des efforts publics et privés en vue de la mise en valeur de cette vallée verte.*

*La marche vers la professionnalisation de l'Economie touristique est entreprise dans ce district purement rural puisqu'un office des sports et de la culture vient de s'y créer.*

*Stimulée sans doute par la proximité de la clientèle d'Outre-Rhin, les communes rurales de l'Alsace montrent la voie à suivre sur le plan de la coopération intercommunale à bien des communes rurales d'autres régions françaises.*

*Et l'Ecole verte construite par la commune de Plaine et qui accueille 180 classes de découverte par an a démontré que l'accueil en pays d'accueil touristique pouvait être source d'emplois à caractère éducatif.*

*Environnement et Education en direction de la nature sont deux atouts à jouer, en pays rural tout particulièrement, pour créer les bases d'une activité touristique plurisaisonnière.*

**Les pôles d'Economie touristique de moyenne montagne ont besoin de dotations de l'Etat mieux péréquées pour financer les équipements de base à offrir aux touristes**

*. Les communes de moyenne montagne ayant particulièrement souffert du manque de neige, c'est plus sous le signe d'un S.O.S. que sous l'effet d'une volonté nationale que certaines interventions de l'Etat sont venues au secours de stations en péril.*

*En partie rasée et brûlée en 1944 par l'occupant allemand, Gérardmer a su renaître à la vie touristique en se dotant d'avenues larges et en reboisant.*

*A part le grand hôtel Bragard, il a fallu reconstruire les hôtels qui, au nombre de cinquante, offrent aujourd'hui mille chambres. Mais la crise liée au manque de neige est venue et l'Etat a porté secours.*

*Gérardmer a été ainsi intégré dans un peloton de dix communes de moyenne montagne finalement bénéficiaires de crédits de l'Etat.*

*4 millions de francs de subventions pour les investissements et un million de francs pour la promotion pour les trois communes de Gérardmer, La Bresse et Xonrupt ont permis à ce secteur vosgien de se relancer en constituant un véritable pôle d'Economie touristique.*

*Région et Département joignent leurs efforts à celui de l'Etat et ce pôle a aujourd'hui une ambition d'activités plurisaisonnierées.*

*Cette intervention de l'Etat était d'autant plus justifiée que les calculs de base de la dotation touristique avaient été établis à l'origine de cette mesure en fonction prioritairement du nombre de lits touristiques.*

*Or les communes de moyenne montagne disposent de moins de lits que les communes de haute montagne dont les stations de sports d'hiver ont été créées par des groupes privés bâtisseurs de résidences offrant de nombreux studios de montagne et donc de nombreux lits.*

*Pour mieux adapter les ressources nécessaires à la vie plurisaisonnier à aux charges qui pèsent sur ces communes de moyenne montagne comme sur les stations maritimes, il faudra donc tenir compte du critère des charges pour la répartition des ressources de l'Etat et non plus seulement du nombre de lits touristiques et du potentiel fiscal.*

*Il n'y a pas adéquation entre l'effort des communes et l'effort de l'Etat aux yeux des gestionnaires des communes de moyenne montagne. Les gestionnaires des stations maritimes aboutissent à la même conclusion.*

*Gérardmer a aujourd'hui créé une société d'Economie mixte pour fédérer les énergies locales et pour développer les équipements nécessaires au développement de l'Economie touristique sur les quatre saisons de l'année. Et en ouvrant face à son beau lac le chantier d'un centre de congrès et de rencontres culturelles à l'échelle de ses capacités hôtelières, Gérardmer marche dans la bonne direction.*

***Les communes touristiques de montagne doivent réaliser des investissements lourds pour répondre à la demande de la clientèle***

*Un exemple d'investissements lourds :*

*Pour moderniser son domaine skiable, Gérardmer a dû réaliser un emprunt de 45 millions sur vingt ans pour un investissement global de 70 millions.*

*La machine de production de neige artificielle a par elle-même représenté un investissement de six millions.*

*Le coût de fonction d'une chenillette représente 470 francs de l'heure et une chenillette travaille en moyenne 600 heures par an.*

*Le seul coût du déneigement des routes coûte un à deux millions de francs par an.*

*Ces chiffres par eux-mêmes révèlent les charges qui pèsent sur les communes de moyenne montagne, charges que les communes maritimes connaissent au même niveau pour l'entretien de leurs plages.*

*Comment ne pas faire comprendre que c'est la France de toutes les autres communes qui se retrouve, durant les temps de détente, sur ces plages et en ces espaces skiables ?*

*Dans les hautes montagnes comme dans les moyennes montagnes des conventions intercommunales associant le département et l'O.N.F. ont pris l'initiative d'assurer la surveillance des espaces naturels par la création de brigades vertes ou de gardes-nature.*

*Ces emplois représentent des coûts supplémentaires mais indispensables... à intégrer dans les charges liées à l'Economie touristique.*

*Dans la mesure où la montagne doit être fréquentée par les populations touristiques, il est aujourd'hui reconnu nécessaire d'assurer la protection des espaces naturels.*

*De même, pour l'attrait même des séjours touristiques, les communes de montagne ont-elles dû entreprendre les travaux de rénovation et d'aménagement des coeurs et entrées des villages et des stations et des travaux de développement de leurs espaces verts.*

### **La pluri-activités... nécessairement liée, en pays de montagne, à la plurisaisonnalité de l'Economie touristique**

*La montagne s'est attachée à atteindre un niveau de double saison.*

*En saison d'hiver, 50 millions de journées sur 85 millions se concentrent sur vingt à vingt-cinq stations.*

*Et une dispersion plus large encore de la clientèle existe en été puisque ces mêmes stations ne représentent plus alors que 35 à 40 % du marché.*

*L'avenir de la montagne est donc de s'ouvrir, pour répondre aux besoins nouveaux d'une clientèle qui s'élargit, à des séjours touristiques qu'il convient de concevoir sur la base de divers attraits pour animer les saisons de printemps et d'automne.*

*L'attrait principal, en saisons de printemps, d'automne et d'été, c'est la découverte de la nature.*

*Cette découverte de la nature peut justifier des emplois insérés, à partir de petites exploitations agricoles ou artisanales, dans un cadre de pluri-activités.*

*La nécessité d'assurer l'emploi à l'année y impose donc la mise au point d'un statut de la pluri-activités, la même personne pouvant être moniteur de ski en hiver, électricien ou guide durant les saisons de printemps, d'été et d'automne ou même agriculteur.*

*Cette pluri-activités ne doit pas aboutir à une pénalisation en cotisations sociales pour celui qui la vit.*

*La pluri-activités s'impose tout autant désormais en Haute montagne où des stations se sont créées, sous l'impulsion de groupes immobiliers répondant à l'appel d'une demande motivée par l'attrait de la neige.*

*Il devient indispensable de favoriser et de généraliser le caractère polyvalent des fonctions et activités des moniteurs de ski et des agents techniques responsables de l'entretien des pistes et des télésièges.*

*La pluri-activité, à la montagne, doit devenir la règle liée au statut des professionnels du ski, mais aussi à l'attrait du territoire lui-même.*

*Les nouveaux députés qui ont pris conscience de la nécessité de la plurisaisonnalité sont autant préoccupés par l'emploi des hommes et des femmes des pays de montagne que par la rentabilité des investissements.*

*Plurisaisonnalité et pluri-activités sont à lier dans un même programme de mise en valeur de ces pays.*

*Le Maire de Saint-Chaffren, mettant à profit sa fonction de député, à la tribune de l'Assemblée nationale, est de ceux qui s'attachent à convaincre que la réforme de la dotation globale de fonctionnement doit être revue en direction des pôles touristiques.*

*Il est en effet, sur le terrain de ses montagnes, bien placé pour comprendre que si l'Economie touristique demeure enfermée dans une saison, elle ne pourra survivre... même là où la neige a fait dans les dernières années la réussite de programmes immobiliers et la bonne fortune de certaines communes d'origine rurale ou de stations anciennes et réputées de sport d'hiver.*

*L'hiver 1994 a encore privé de neige les sites de Chantemerle-Serre Chevalier. Les canons à neige ne peuvent résoudre le problème même lorsqu'ils fonctionnent... bien.*

*Le téléphérique et les "oeufs" ont fonctionné quelques jours, en particulier le 1er de l'an, sur une piste enneigée artificiellement et dangereuse. Et on a vu de nombreuses interventions d'hélicoptères pour conduire des "accidentés" de la neige à l'Hôpital de Briançon.*

*Mais les touristes étaient quand même là. Car le temps était magnifique. Il faut donc leur offrir de quoi motiver leur séjour et rendre leurs journées actives.*

*Pour y parvenir, il faut que les élus locaux, dans le cadre du S.I. V.O.M. qui vient de se constituer sous l'impulsion du député-maire de Saint-Chaffren, s'attachent à faire de leur magnifique territoire un pôle territorial d'Economie touristique ouvert à des activités complémentaires du ski.*

*On doit désormais s'organiser et organiser le territoire pour se passer de ski, quand il n'y a pas de neige à la montagne, comme de bains de mer, quand il n'y a pas de soleil, à telle ou telle des saisons, sur unfront de mer.*

*Le cinéma de Briançon ne peut rester le seul refuge du touriste.*

*De la visite des remparts de Briançon, visite à organiser et à guider, des espaces de nature sauvage heureusement préservée à l'Izoard, du Col de l'Echelle à la Vallée de la clarée, promenades, découverte, marches, tennis, V.T.T., natation, escalades, rafting, tout est à organiser pour offrir au client-touriste, hébergé en hôtel ou en appartement, en chambre d'hôte ou en gîte rural, les joies d'un séjour tonifiant ou apaisant au contact de la montagne.*

*Car les commerces de la station ne peuvent se contenter de vivre de Février à Mars ou au mieux de Décembre à Mars.*

*Et pour que les habitants s'attachent toute l'année à leur village ou à leur bourg de montagne, ils ne doivent pas être obligés à aller chercher leur pain ou leurs provisions à Briançon.*

*Les élus locaux, les commerçants locaux, comme les moniteurs de ski, inquiets de constater cette inadéquation de l'offre à une demande de séjours que les jeunes générations souhaitent faits d'attrait variés, et en toutes saisons, en sont désormais conscients : il faut prendre désormais le tourisme au sérieux, comme un gisement d'activités à offrir dans un cadre de pôle territorial cohérent et d'une Economie globalement plurisaisonnière.*

*Et les meilleurs supporters de cette indispensable évolution seront certainement les agents immobiliers au côté des hôteliers, restaurateurs et aubergistes ruraux : car les investissements immobiliers réalisés dans le passé ne peuvent plus dégager de revenus suffisants pour faire face aux charges.*

*Et le marché immobilier des locations et des ventes d'appartements s'en ressent gravement.*

*Il est donc temps, à partir de la montagne française comme à partir de notre littoral, de nos villes d'art et d'histoire, d'organiser le territoire français pour qu'il puisse être beaucoup mieux mis à profit pour une Economie touristique mieux ciblée sur les espaces et plus développée durant le temps.*

*C'est un devoir des élus de chaque Région de France. Mais c'est aussi un devoir de l'Etat que d'orienter son action sur ces pôles d'Economie touristique par une meilleure péréquation des ressources nationales et par une meilleure prise en considération de ce que les déplacements et séjours touristiques apportent à la France et aux Français, à partir de leur territoire national.*

## **L'Economie touristique plurisaisonnière est œuvre d'abord d'aménagement du territoire**

*. La création du lac de Der, dont le maître d'ouvrage fut la Ville de Paris et qui est un immense barrage-réservoir, devient une chance exceptionnelle de vie touristique au cœur de la région Champagne-Ardennes, près de Châlons-sur-Marne, entre la Champagne pouilleuse, la Champagne crayeuse et la Champagne viticole.*

*Ce lac de 4 800 hectares qui représente le plus grand lac artificiel d'Europe, après avoir provoqué un traumatisme pendant sa réalisation du fait de la suppression de trois villages, est déjà devenu le cadre de la deuxième station ornithologique de France.*

*Une communauté de communes s'est constituée pour faire de ce lac l'atout exceptionnel d'une Economie touristique plurisaisonnière.*

*Au-delà des joies de l'été, il est possible aujourd'hui d'offrir des séjours liés à la découverte de la nature. A la pêche, tout spécialement, durant les mois de septembre, octobre, novembre et décembre, où 4 000 abonnés ont été enregistrés.*

*Une grande surface de forêt qui borde sur 5 000 hectares le Nord, le Sud et l'Est du lac représente un autre immense atout d'une vie quatre saisons de cette région qui découvre seulement aujourd'hui ce que l'Economie touristique peut lui apporter.*

*L'adéquation de l'offre à la demande se fait par la réservation d'espaces pour le ski nautique, d'espaces pour les voiliers et les pêcheurs, le reste étant pris par le port et les équipements.*

*Et hôtels et hébergements sont au cœur des constructions proches du lac dans un centre multifonctions.*

*La région de ce Lac de Der connaît déjà, dans la Marne, à partir de **Giffaumont -Champauber**, une amorce de vie quatre saisons favorisée par l'organisation partenariale de la vie touristique, les animateurs de cette région agricole centrée sur l'élevage, hier, ayant compris la nécessité de marier désormais l'agriculture à l'Economie touristique.*

*Mais il est urgent pour l'Etat de prendre en considération les énormes capacités d'avenir reliées au Lac de Der en créant les réseaux routiers de la N4 vers le Lac de Der.*

*Les vingt millions de francs lourds investis pour faire des plages de 2,8 hectares à 1,2 hectare ont représenté les premiers efforts d'investissements publics lourds.*

*En plafond de week-ends, ce sont déjà 35 à 40 000 baigneurs qui apportent une réponse de la demande, grâce à la politique volontariste exprimée aujourd'hui très courageusement par les élus locaux, départementaux, régionaux et nationaux du secteur.*

*Mais ceux-ci ont vu clair en ne jouant pas que les plaisirs de l'eau et ont voulu répondre à la demande de séjours plurisaisonniers en créant la Maison de l'oiseau et du poisson dont la gestion a été confiée au syndicat mixte du secteur entre trois étangs achetés par le Conservatoire du Littoral.*

*Inaugurée le 14 juillet 1993, elle avait déjà reçu 70 000 visiteurs en septembre dernier et justifiait par là l'investissement de 25 millions de francs réalisé sous le signe du Conservatoire du Littoral.*

*Signe révélateur de la participation du monde agricole : c'est un écologiste-agriculteur qui est Président de la M.O.P.. Il a 43 ans.*

*La progression des esprits dans le sens d'un regroupement des forces et des dynamismes publics et privés pour la gestion de l'Economie touristique est constatale sur le terrain même.*

*Et du Lac de Der au Val d'Isère où la commune a entrepris la création d'un groupement d'intérêt touristique, la démonstration en est faite.*

*Autour du Lac de Der, les 29 communes comprises dans le périmètre expriment au sein d'un syndicat mixte constitué avec les départements la réalité d'un consensus qui permet un investissement sur dix ans de 200 millions de fonds publics et de 70 à 80 millions de fonds privés. Et le soutien de l'Europe vient d'être obtenu dans le cadre de l'Objectif 2.*

*On professionnalise parce qu'il s'agit désormais de plurisaisonnaliser et d'assurer ainsi une place à part entière de l'économie touristique dans l'Economie nationale.*

**Dès qu'il y a ressources, ou pour en attirer, les stations touristiques créent des emplois**

*. On a même professionnalisé au maximum à Vittel, au point où c'est le Club Méditerranée lui-même qui a pris en charge l'exploitation des principaux équipements de la célèbre station vosgienne.*

*Mais, sous l'impulsion d'une municipalité dynamique, un Palais des Congrès y assure utilement la permanence d'une vie touristique au profit des hôtels indépendants, même quand le Club Méditerranée ne maintient pas ouverts ses propres hôtels.*

*Cette animation de la ville de Vittel, sous l'impulsion d'une maison des associations qui regroupe 85 associations locales, reste en réalité essentiellement sous la responsabilité de la municipalité Vittelaise qui s'attache à dynamiser la vie touristique aussi bien à partir d'un orchestre de 85 musiciens qu'à partir d'un centre culturel dont les portes sont ouvertes, y compris en saison d'automne et en saison d'hiver.*

*Mais il faut préciser qu'à Vittel 75 % des revenus de la Ville viennent du thermalisme et de l'embouteillage de l'eau minérale.*

*Disposant de plus de ressources, le Maire de Vittel a pu ainsi rétablir des emplois de cantonniers de quartier, ce qui prouve bien que les créations d'emplois en France dans les communes touristiques sont possibles dès que les ressources permettent d'équilibrer les charges.*

*Pour attirer et séduire les clients qui ont investi en 8 000 secondes résidences et les touristes que les hôtels accueillent, et parce que les seules ressources viennent d'eux, la station du Touquet a oeuvré dans le même esprit que la Ville de Vittel.*

*Elle a divisé son territoire en quatorze unités de gestion. Chaque unité territoriale est sous la responsabilité d'un chef d'équipe. Et c'est ainsi que les deux mots de propriété-beauté sont associés durant quatre saisons au nom de la station.*

*Mais cet effort coûte cher. Il rapporte à la France, pour une station comme Le Touquet, tous services confondus, 640 emplois permanents au sein des services communaux.*

**. L'Economie touristique quatre saisons du Touquet attend l'A16 et la S.N.C.F. pour s'étendre au littoral de la Région Nord-Pas-de-Calais.**

*. Sur la Côte d'Opale du Nord-Pas-de-Calais la demande de la clientèle touristique de séjours touristiques augmentera de 25 % dès que sera réalisée l'autoroute A 16 reliant au tunnel sous la Manche à partir de Londres et de Paris.*

*Et l'Economie touristique quatre saisons, déjà réalité vécue au Touquet-Paris-Plage, trouvera alors sur le littoral Nord-Pas-de-Calais et jusqu'à la Somme un champ d'application exemplaire.*

*Déjà l'échangeur A26 a provoqué un bond de la clientèle entre Calais et Boulogne-sur-Mer, et notamment au profit de Wimereux.*

*Le Sud de la Côte d'Opale (Hardelot, Camiers, Etaples, Le Touquet, Cucq, Merlimont, Berck et les pays d'accueils ruraux intercommunaux qui sont en train de se constituer) a entrepris des efforts pour qu'il y ait dans les prochaines années, en 1997, adéquation entre l'offre et la demande durant les quatre saisons de l'année en matière d'animation quatre saisons. Il s'est donné un nom, Opalis, pour mieux attirer et séduire.*

*Cette Côte d'Opale a l'avantage de pouvoir, toute l'année, tenir compte de la demande de la clientèle de proximité. L'Etat et la Région vont s'attacher à améliorer les liaisons routières Est-Ouest menant au littoral pour mieux répondre à cette demande.*

*Mais la S.N.C.F. doit s'associer aux forces d'Eurotunnel et des collectivités territoriales pour mettre à profit l'Investissement réalisé à la Gare de Frethun, créée près du Tunnel, en comprenant la nécessité d'y provoquer les arrêts nécessaires de son Eurostar.*

*Il faut aussi que la S.N.C.F. se donne une ambition touristique en faisant naître un autorail "Flèche d'Opale" de Paris à la Gare d'Etaples-Le Touquet.*

*Du Haut Pays à l'Hesdinois, de Coquelles à Oye-Plage, de Groffliers à la vallée de l'Authie, de la vallée de la Canche à la vallée de la Course, les pays d'accueil ruraux intercommunaux sont en train de se constituer sous l'égide des structures intercommunales couvrant le territoire de la Côte d'Opale.*

*La demande de la clientèle de proximité de la Picardie, du Nord-Pas-de-Calais et des régions frontalières anglaise et belge est telle que les chambres d'hôtes et les gîtes ruraux des pays d'accueil ruraux doivent pouvoir compléter utilement les capacités d'accueil hôtelières répertoriées chaque jour par la centrale de réservation touristique Opalis dont la Station du Touquet a utilement doté la Côte d'Opale.*

### **Dans le Gard, le Pays de Cèze veut offrir sa vallée... quatre saisons**

*. Même dans le département du Gard, l'ambition de la plurisaisonnalité a fait comprendre que la Côte d'Azur si fréquentée l'été doit être complétée par d'autres atouts pour répondre à la demande d'une nouvelle clientèle.*

*Et le Syndicat mixte pour l'aménagement et le développement du pays de Cèze s'est donné comme objectif l'exploitation du potentiel de la vallée qui possède une rivière attractive, une nature et des paysages se prêtant particulièrement bien à un développement du tourisme vert plurisaisonnier.*

*Et le Conseil Général du Gard s'associe au syndicat mixte pour une augmentation de la qualité de l'offre en toute saison.*

*A 1 h 30 de route au cœur des Cévennes, à 2 heures de route de la Méditerranée et 2 h 30 de route des métropoles, l'arrière-pays Gardois veut offrir des séjours en adéquation avec l'évolution de la demande.*

## **Cannes, la Reine, a surtout besoin du plein emploi de ses casinos...**

*Mais la palme des efforts, dans le Sud, en direction d'une Economie touristique plurisaisonnière revient en matière d'offre... à la clientèle à la Ville de Cannes.*

*Le calendrier des événements quatre saisons intégré dans l'agenda qu'elle a offert à ses commerçants, hôteliers, restaurateurs et à tous les acteurs du tourisme Cannois pour 1995 témoigne d'une volonté municipale très claire.*

*Cannes, la Reine, par les efforts de sa Ville, de ses hôteliers et restaurateurs et de ses commerçants, offre des séjours de qualité à la clientèle internationale la plus exigeante, en toutes saisons de l'année.*

*Un seul chiffre: la saison d'été n'y représente que 30 % du chiffre d'affaires touristique.*

*Mais les Cannois savent que sans les efforts de la Ville pour créer des événements, accueillir congrès, salons et Festival, le chiffre d'affaires chuterait, les taux d'occupation des hôtels baisseraient et les emplois touristiques deviendraient vite précaires.*

*Fort heureusement, pour soutenir ses efforts, Cannes dispose du produit de ses jeux. Encore faudra-t-il ne pas le priver plus longtemps des recettes pouvant provenir des machines à sous à partir du casino créé en ce nouveau Palais de la Croisette qu'est devenu le complexe touristique très moderniste du Noga Hilton.*

*La France a besoin, et le Midi aussi, d'une station touristique capable de porter la couronne de prestige de cette grande dame du tourisme mondial.*

*La première dauphine Niçoise et les autres dauphines de charme ou de tempérament de la Côte d'Azur ne pourront qu'y gagner.*

*Mais Cannes, à partir de ses grands hôtels internationaux, supporte plus que tout autre pôle touristique, des handicaps qui freinent le développement du chiffre d'affaires touristique et des rentrées de devises au détriment de l'Economie nationale.*

*- Le handicap d'une législation sociale qui fait qu'un employé payé au SMIC à 6 000 F. coûte finalement 10 000 F. et qui n'a pas assimilé les contraintes horaires de l'Economie hôtelière et la nécessité d'aménagement d'horaires dans un cadre d'annualisation du temps de travail.*

*- Le handicap d'une taxation de la vie professionnelle qui pénalise les investissements et la main d'oeuvre : ce qui place l'industrie hôtelière en première ligne de la démonstration de l'urgence de la réforme des bases d'imposition de la taxe professionnelle.*

*L'investissement réalisé pour doter la Croisette d'un Palace supplémentaire est un investissement remarquablement bénéfique pour l'Economie française.*

*Le Noga-Hilton, c'est 800 millions de francs d'investissement et 250 emplois.*

*On comprend pourquoi, dans les conclusions que je présenterai pour une politique d'Economie touristique plurisaisonnière, je demanderai que la taxe professionnelle ne soit plus alimentée par les deux mamelles qu'elle ponctionne en France : les investissements et la main-d'oeuvre.*

*Quand on évalue le formidable réservoir que représente aujourd'hui pour le chiffre d'affaires touristique français, le marché allemand, la demande allemande en "séjours", à partir de 81 millions d'habitants, et quand on sait que les Alpes Maritimes dégagent plus d'emplois à partir de leur industrie hôtelière qu'à partir des activités du Bâtiment, on en dégage une conviction :*

*Un des devoirs urgents des gouvernants de la France sera, dès 1995, de promouvoir les réformes qu'imposent les textes législatifs actuels relatifs au temps de travail et à la taxe professionnelle.*

### **Pas d'adaptation possible de l'offre à la demande de la clientèle sans politique d'organisation territoriale de l'Economie touristique**

*La désertification de l'espace rural Français a sa pleine expression au centre de l'Argonne Marnaise... autour de Sainte-Ménéhould... où l'exode rural a vidé les villages de leur potentiel humain. Aucun village ne dépasse plus 600 habitants. Et nombre d'entr'eux ne compte que 100 habitants.*

*Le caractère de région frontalière de ce pays rural permet d'espérer lui donner une activité d'accueil et d'animation touristique. Les marchés allemand et du Bénélux sont proches.*

*Une communauté de communes s'est créée par canton. Et il y en a trois autour de Sainte-Ménéhould...*

*Ces structures intercommunales devront très vite s'associer ou fusionner en une seule pour obtenir de l'Etat et de la Région une prise en considération de leurs projets et un soutien financier des Fonds européens dans le cadre de l'objectif 5 B de l'Union Européenne.*

*Encore en attente d'un Office du Tourisme intercommunal indispensable, ce pays de l'Argonne Marnaise n'en est qu'au début de sa découverte de l'Economie touristique comme source de vie complémentaire de l'Economie agricole. Mais il a déjà éprouvé l'impact d'un événement sportif sur la vie touristique.*

*Le grand rendez-vous V.T.T. organisé, au terme de l'été, en forêt d'Argonne a attiré 1 300 participants.*

*Le premier atout de ce pays reste néanmoins son patrimoine historique lié à la guerre 14... et plus loin dans le passé... à la bataille de Valmy. Un patrimoine historique qu'il reste à mettre en valeur.*

*Les faïences des Islettes incitent la Région Champagne-Ardennes à soutenir le projet de créer un musée de céramologie... 2 300 pièces de faïence sont offertes par les propriétaires d'une ancienne fabrique.*

*Mais... il ne s'agit encore en cette région rurale que d'offres dispersées... Et les gîtes ruraux et les hôtels deux étoiles ne permettent encore que de totaliser 300 lits...*

*Cet exemple de ce qu'il reste à faire dans le "pays de Sainte-Ménehould" éclaire sur la nécessité d'une organisation territoriale de l'Economie touristique.*

*Car les actions non coordonnées et non centrées sur l'objectif de la création de "séjours touristiques" ne peuvent que créer désillusions et découragements.*

*On en est dans l'Argonne marnaise à craindre de ne pouvoir organiser un événement V.T.T. imposant des services de secours parce que les Pompiers de la Meuse ne veulent pas intervenir sous prétexte que la randonnée d'Argonne V.T.T. est organisée dans la Marne.*

*Il est donc évident que les pays d'accueil ruraux intercommunaux à vocation touristique ne prendront conscience de leurs atouts que si leurs élus ressentent la force d'entraînement de l'Etat. D'un Etat capable de maintenir les services publics dans les zones rurales et, dans sa politique du tourisme, de rassembler des moyens financiers en direction des zones rurales capables de mériter de devenir des "pays" à vocation touristique dans les différentes régions de France.*

## **- TITRE IV -**

### **LES PROPOSITIONS POUR UNE POLITIQUE TOURISTIQUE PLURISAISSONNIERE**

#### 1°) Première proposition de base :

une organisation territoriale  
de l'Economie touristique  
à base de "pôles territoriaux  
d'Economie touristique"

La première condition d'une Economie touristique plurisaisonnière est la reconnaissance par les pouvoirs publics, à tous niveaux, de la nécessité d'une organisation territoriale de l'Economie touristique.

On a trop tendance à oublier que les producteurs de séjours touristiques générant le chiffre d'affaires touristique sont nécessairement attachés à un morceau de territoire français.

Il faut partir de l'idée-force que l'Economie touristique est la conjugaison de la mise en valeur de l'espace de vie et d'un temps de vie de liberté en dehors du cadre de vie permanent.

Partant de cette définition, il faut poser, clairement la question : quels sont les gestionnaires de ces espaces de vie qui sont la matière première de l'Economie touristique ?

Ce sont les responsables des entités territoriales dont le territoire peut offrir un pouvoir d'attraction capable d'attirer le client-touriste et capable d'attirer en conséquence l'investisseur privé qui sera, à partir d'hébergements et d'équipements divers, appelé à accueillir ce client-touriste

A la base de cette organisation territoriale de l'Economie touristique, je propose d'officialiser la reconnaissance par l'Etat, par la voie législative, de pôles territoriaux d'Economie touristique

### **A - Les quatre exigences de composantes à retenir comme critères objectifs déterminant les pôles territoriaux d'Economie touristique**

#### *Les quatre E.*

L'environnement. Les équipements. L'encadrement professionnalisé. Les événements.

Quel que soit le caractère du territoire, son originalité, sa personnalité, le gestionnaire de celui-ci, qu'il soit au niveau communal ou intercommunal, doit s'imposer, pour générer une vie touristique, le devoir de mener une politique locale d'efforts en direction de quatre exigences. Quatre exigences à conjuguer pour aboutir à une Economie touristique quatre saisons.

La composition, la qualité, la compétitivité des "produits touristiques" à offrir dépendent de ces exigences sous le signe des 4 "E" qui seraient à retenir pour servir de base aux critères objectifs déterminant ces pôles territoriaux d'Economie touristique.

"E" comme Environnement,  
"E" comme Equipements (publics et professionnels privés)  
"E" comme Encadrement professionnalisé,  
"E" comme Evénements.

Je me suis attaché à mener ma mission en allant au-devant de ce que je considère nécessaire d'appeler des "pôles d'Economie touristiques". Car la notion de pôle, qui est liée à la notion de territoire, devrait être la notion de base de cette politique d'organisation territoriale de l'Economie touristique.

J'ai donc choisi 25 points de repère à travers la France capables de représenter l'ensemble de l'éventail des trois catégories de pôles que je propose comme base d'une organisation territoriale de l'Economie touristique à travers la France, 25 points de repère qui, selon moi, pouvaient devenir des points de référence.

Je proposerai au Ministre du Tourisme de faire de ces vingt-cinq points de référence des pôles d'expérimentation d'une coopération Etat-pôle territorial dans le cadre de "conventions encadrant cette coopération dans la durée et dans l'espace".

Après avoir analysé en profondeur la consistance des atouts différents, des capacités d'attraction, d'accueil et d'animation de ces points de référence, j'ai pu renforcer en moi l'idée-force que le premier devoir des gouvernants est aujourd'hui de clarifier le paysage touristique français et de l'organiser à partir de pôles territoriaux qui doivent remplir

une mission économique et sociale à caractère touristique à travers l'ensemble des régions de France.

Partout, j'ai pu constater que cette organisation territoriale de l'Economie touristique imposait de prendre en considération, en premier temps, la qualité de **l'Environnement** de chaque territoire concerné, les efforts faits par les communes et groupements de communes pour valoriser l'environnement qui fait l'attrait de ce territoire.

Ces efforts faits par les communes ou groupements de communes peuvent être évalués à partir de critères objectifs qui seraient à préciser par la voie réglementaire.

On a pensé trop longtemps qu'il suffisait de regarder la France au fond des yeux de ses beaux paysages et de lui dire "Sois belle et tais-toi " pour créer une vie touristique.

J'ai entendu durant ma mission la responsable des services de la Maison de la France en Allemagne. Elle devrait faire le tour de France pour expliquer que si nous voulons attirer et séduire les touristes allemands par exemple, touristes disponibles par millions pour notre marché français dans les années à venir, il faut commencer au niveau des communes qui les accueillent par faire l'effort de rendre les espaces publics chaque jour propres, fleuris ou boisés.

La première exigence du touriste européen sera de plus en plus la qualité de l'environnement qu'on lui propose durant son séjour.

Le client-touriste de notre fin de siècle a besoin aussi **d'Equipements** publics capables de lui assurer des activités de détente répondant à ses diverses passions. Les produits touristiques sont appelés à être de plus en plus axés sur un thème principal correspondant à une aspiration d'activité. Cette activité impose des équipements spécialisés.

Le client a besoin aussi d'équipements professionnels privés capables de lui assurer le confort ou l'attrait d'un hébergement conforme à son attente

Le client a besoin également de services qui imposent un **Encadrement** professionnalisé permettant d'assurer l'éducation en direction des temps libres et l'animation de ces temps libres. Cette exigence d'encadrement professionnalisé doit se traduire par des emplois à plein temps destinés à mettre en valeur et en vie environnement et équipements

Le client a besoin enfin, au fil de l'année, d'être stimulé dans sa volonté de déplacement et de séjours touristiques par l'organisation **d'Événements** qui lui donnent le goût de rompre avec les habitudes de sa vie quotidienne de travail et de s'offrir une évasion.

Ces quatre composantes du produit touristique, représentées par ces quatre "E", doivent donc être considérées comme des composantes communes aux produits touristiques à offrir à partir des différents pôles de cette Economie touristique appelés à rayonner sur l'ensemble du territoire français, en chaque Région de France hexagonale ou de D.O.M.-T.O.M.

La présentation des critères objectifs permettant à des communes ou groupements de communes d'être éligibles sur la carte de France au niveau de "pôles territoriaux d'Economie touristique" aurait un effet considérable de stimulation des volontés et des énergies des élus locaux désireux d'ouvrir leurs territoires respectifs aux activités et aux emplois liés à l'Economie touristique.

## **B - La nécessité de la clarification et de la définition des pôles territoriaux de l'Economie touristique à labelliser en les classant en trois groupes d'entités territoriales à caractère différent**

L'organisation territoriale du tourisme est dans la réalité de l'évolution de notre société, basée sur trois types de pôles de production touristique :

### ***Trois groupes d'entités territoriales à vocation touristique***

1) Les communes touristiques qui ne portent plus officiellement ce nom depuis la récente réforme de la D G F mais qui, par leurs efforts passés et présents ont vocation de **stations touristiques** (stations vient de *stare* en latin séjourner)

2) **les villes de congrès et de tourisme d'affaires** qui sont, le plus souvent, des métropoles internationales ou interrégionales ou des capitales régionales, mais qui peuvent être aussi des stations touristiques. Pour devenir villes de congrès et de tourisme d'affaires, ces villes-métropoles ou ces stations ont dû faire l'effort de s'équiper. Les unes et les autres génèrent aujourd'hui un chiffre d'affaires important de l'Economie touristique à partir des besoins de rencontres de notre société moderne, du congrès au séminaire.

Ces rencontres se développent à tout niveau régional, national, international en fonction des difficultés que pose la compétition économique et de la nécessité de renforcer les solidarités dans toutes les sphères de la vie en communauté

3°) **Les pays d'accueil ruraux intercommunaux (P.A.R.I.)**, appelés à devenir de plus en plus, dans la mesure où leurs responsables savent faire effort dans ce sens, des bases d'Economie touristique plurisaisonnière, en mettant à profit les atouts et les attraits des campagnes françaises

### ***Une carte de France pour visualiser les pôles d'Economie touristique***

Je propose d'établir une carte de France de l'Economie touristique à partir de cette volonté d'organisation territoriale et de marquer de points de couleur différente ces trois catégories de pôles territoriaux qui sont en réalité la base du tourisme français.

La visualisation de ces pôles sur une carte de France, telle que je propose de l'esquisser, permettrait aux responsables de l'Etat de mieux concevoir et de mieux déployer, avec le soutien des élus de la Nation, une politique nationale en direction de ces sources de vie touristique

### ***Une politique nationale en direction de ces pôles de production***

- une politique nationale en direction des stations de différente vocation qui expriment divers les différents attraits de la France,
- une politique nationale en direction des Villes de congrès et de tourisme d'affaires,
- une politique nationale en direction des pays d'accueil ruraux intercommunaux.

Les différentes entités ci-dessus désignées ont en effet des charges liées à leur vocation d'accueil et d'animation des séjours offerts à la clientèle qu'elles ont la mission économique et sociale d'attirer et de fixer, durant ses temps libres, sur le territoire français.

Ces charges qui touchent l'environnement des séjours, leur animation, leur sécurité, l'information des touristes et leur accueil, de jour et de nuit, justifient des ressources financières qui doivent provenir de mesures spécifiques et de fonds spéciaux intégrés dans le budget annuel de la Nation.

### **C - La nécessité de la labellisation des pôles territoriaux de l'Economie touristique à trois niveaux**

Les textes, pour certains très anciens, qui gerent encore le tourisme français à partir des stations classées doivent être revus et remis à plat pour être adaptés à une politique nationale correspondant à la place très grande que l'Economie touristique doit tenir désormais dans l'Economie nationale.

#### *a) la première catégorie de pôles d'Economie touristique les stations*

Il convient donc, dans des textes nouveaux s'appuyant sur les fondements de textes législatifs anciens, de labelliser les anciennes communes touristiques sous le nom de "stations".

... Et donc de rénover complètement dans le nouveau cadre législatif que je propose la législation très ancienne relative aux stations classées qui n'est plus adaptée aux évolutions de notre temps.

Ces pôles d'Economie touristique devront mériter leur label de "stations" par la qualité de leur environnement, par leurs capacités d'accueil de la clientèle touristique, par les efforts d'encadrement professionnalisé, c'est-à-dire d'emplois créés, enfin par l'organisation des événements qu'ils programment.

La labellisation de station doit représenter une exigence de politique globale en direction de la vie touristique à partir d'une commune ou d'un groupement de communes.

Ces stations, selon les propositions faites depuis plus de dix ans à la suite de tables rondes paritaires organisées avec le concours de l'association des Maires des Communes touristiques et stations classées et des administrations des différents ministères, doivent se labelliser en quatre catégories :

- stations thermales, historiquement les plus anciennes, nées de la mise en exploitation des sources d'eau dans des sites à l'environnement séducteur,
- stations maritimes ou lacustres (ex-stations balnéaires) qui doivent maintenant vivre d'attraits plus nombreux et plus variés dans le temps que celui des bains de mer ou des plaisirs de l'eau,
- stations de montagne, qui ne doivent plus vivre seulement des sports d'hiver,
- stations villes d'Art et d'Histoire, qui correspondent à une nouvelle motivation de déplacements et de séjours à motivation culturelle.

Ces villes d'art et d'histoire se sont déjà attachées à se regrouper pour mettre en valeur le patrimoine commun qu'elles représentent pour la France et aux yeux des visiteurs.

Il existe aujourd'hui une soixantaine de villes d'art et d'histoire.

L'idée de les mettre en valeur remonte à André Malraux qui avait compris la nécessité de donner au tourisme une dimension culturelle et la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites a déjà élaboré les bases d'une labellisation de ces villes d'art et d'histoire dont il sera possible de reprendre les données essentielles.

La nouvelle organisation territoriale du tourisme devra faire place à part entière à ces stations villes d'art et d'histoire au côté des stations thermales, des stations maritimes et des stations de montagne.

Car le patrimoine culturel français est exceptionnel et il motive aujourd'hui, par lui-même, déplacements et séjours touristiques.

L'insertion de ces villes à pouvoir d'attraction et d'animation culturelles dans l'éventail des atouts territoriaux du tourisme français doit avoir pour avantage, outre une mise à jour nécessaire de ces atouts, l'accessibilité de l'ensemble de ces stations, lorsqu'elles sont classées, à des avantages financiers spécifiques et au droit d'ouverture d'un casino reconnu depuis longtemps pour d'autres catégories de stations déjà dites classées depuis plusieurs décennies.

On peut dire aujourd'hui que ces communes à vocation touristique que je propose de labelliser stations correspondent au communes touristiques qui percevaient, jusqu'en 1993, une D.G.F.

Elles sont plus de 2 500 en France.

### *Le deuxième niveau de labellisation des stations le niveau "stations classées"*

La logique veut qu'en fonction de critères qualitatifs définis très objectivement, ces stations thermales, maritimes ou lacustres, ou de montagne, ou villes d'Art et d'Histoire, puissent accéder à un deuxième niveau de labellisation celui de stations classées.

### *Le troisième niveau de labellisation des stations : le niveau "stations classées quatre saisons"*

Et pour stimuler les efforts en vue d'une Economie touristique plurisaisonnière indispensable au rééquilibre du territoire et à la création de nouvelles sources d'activités et de travail, un troisième niveau de labellisation doit être instauré par l'Etat, également en fonction de critères très objectifs liés aux efforts d'investissements et d'emplois permanents réalisés par ces stations, les stations classées quatre saisons : celles qui ont fait l'effort ou décidé de faire l'effort de vivre et de faire vivre les douze mois de l'année.

#### *b) La deuxième catégorie de pôles d'Economie touristique : Les villes de congrès et de tourisme d'affaires*

La deuxième catégorie des villes de congrès et de tourisme d'affaires a déjà été l'objet d'une étude précise tendant à les définir à travers des critères objectifs permettant leur classement en fonction de leur capacité d'accueil en équipements publics et en hôtellerie.

Ces villes de congrès et de tourisme d'affaires peuvent être labellisées

- villes de congrès et de tourisme d'affaires classées "Accueil 500" (ce qui impose des salles spécialisées et équipées pour accueillir en congrès au moins 500 personnes)
- villes de congrès et de tourisme d'affaires classées "Accueil 1 500" (ce qui impose des salles spécialisées et équipées pour accueillir en congrès au moins 1 500 personnes)
- villes de congrès et de tourisme d'affaires classées "Accueil 2 500" (ce qui impose des salles spécialisées et équipées pour accueillir en congrès au moins 2 500 personnes)

Si on veut tenir compte des efforts réalisés aujourd'hui à travers la France on peut conclure, comme l'ont fait les Maires des Villes de France spécialisés dans le tourisme de congrès, que 75 villes de congrès et d'affaires sont aujourd'hui en mesure d'être situées à ce titre sur la carte de France.

Mais il serait stimulant pour développer les efforts en direction de cette Economie touristique, qui impose équipements lourds et emplois nombreux, de labelliser ces villes de congrès et de tourisme d'affaires en spécifiant leur niveau de classement en fonction de leur capacité d'accueil, ce qui a déjà été fait au sein de l'association des villes de congrès "France Congrès", pour 41 villes de congrès.

*c) la troisième catégorie de pôles d'Economie touristique  
les "P.A.R.I." (Pays d'accueil ruraux intercommunaux)*

Enfin, une troisième catégorie de pôles d'Economie touristique doit prendre place désormais sur la carte de France, ce que je propose de labelliser les "pays d'accueil ruraux intercommunaux" ("P.A.R.I.").

Il convient à ce sujet d'élaborer des critères objectifs devant amener les responsables des structures intercommunales à accéder à cette labellisation en soulignant les conditions à rassembler par ces pays d'accueil ruraux sous le signe d'une coopération intercommunale, pour qu'ils puissent s'intégrer dans l'Economie touristique nationale.

Trois niveaux de labellisation sont également à officialiser pour stimuler les efforts d'organisation et de mise en vie de ces pôles territoriaux d'Economie touristique à caractère rural

- *Les pays d'accueil ruraux intercommunaux*  
*Animation 1 saison ;*
- *les pays d'accueil ruraux intercommunaux*  
*Animation 2 saisons ;*
- *les pays d'accueil ruraux intercommunaux*  
*Animation 4 saisons.*

Pour ces pays d'accueil ruraux intercommunaux, à vocation et à ambition de vie touristique, il faut bien faire comprendre que dans la mesure où ils sont souvent proches de pôles territoriaux d'Economie touristique urbains bien dotés d'hébergements, ils ont intérêt à jouer la complémentarité et la solidarité avec ceux-ci.

L'hébergement en chambres d'hôte, en gîtes ruraux ou en hôtels familiaux de campagne doit donc viser un objectif plus qualitatif que quantitatif. Et l'effort des P A R I doit donc s'attacher essentiellement à l'animation des séjours en milieu rural.

### Deux actualisations qui s'imposent à l'Etat

Puisque l'Economie touristique dépend d'investissements humains et pas seulement matériels, il convient en effet d'intégrer dans les budgets "investissements" les investissements réalisés pour assurer la formation des jeunes et des adultes en direction de toutes les disciplines qui valorisent les temps libres et pour assurer l'animation de ces temps libres à partir des espaces et à partir des équipements de ces pôles d'Economie touristique.

On en arrive ainsi à la nécessité d'actualiser les moyens financiers qu'une politique cohérente de l'Etat doit permettre d'attribuer à des pôles d'Economie touristique pour qu'ils puissent assumer leur mission, qu'ils soient stations, qu'ils soient villes de congrès et de tourisme d'affaires ou qu'ils soient pays d'accueil ruraux intercommunaux.

On en arrive aussi à la nécessité d'actualiser la législation relative à la comptabilité publique pour tenir compte de l'investissement humain que représente l'effort d'investissement en formateurs et en animateurs. Effort d'investissement qui doit pouvoir se retrouver dans le budget d'investissement des communes et des groupements de communes, et non nécessairement dans leur budget de fonctionnement.

## **D - Les moyens financiers à assurer aux pôles d'Economie touristique**

Avant de faire des propositions à ce sujet, il s'agit de bien faire comprendre que ces pôles d'Economie touristique, dans la diversité de leurs caractères, sont générateurs de chiffre d'affaires, de rentrée de devises et de création d'emplois, dans la mesure où ils participent à l'effort de production touristique dont les retombées sont déjà si bénéfiques pour l'Economie nationale.

*Des moyens qui doivent être en rapport avec ce que ces "pôles" territoriaux d'Economie touristique apportent à l'Economie nationale*

Un livre blanc que j'avais rédigé en 1986 au nom de l'Association nationale des maires des communes touristiques et stations classées avait déjà révélé la place tenue par les entités territoriales à vocation touristique dans l'Economie nationale.

Les pôles touristiques du Département des Alpes Maritimes attirent 8 500 000 touristes par ans dont 55 % de clientèle étrangère : 800 000 Italiens, 600 000 Allemands, 500 000 Américains, 480 000 Anglais et 420 000 touristes du Bénélux.

C'est une zone minimum de chalandise forte de 250 millions de personnes que l'Economie touristique française a à sa portée

Il ne s'agit donc pas pour l'Etat de faire des dépenses supplémentaires pour ces pôles d'Economie touristique mais de mieux tenir compte des recettes et des emplois qu'ils génèrent au profit du tourisme français et au profit de populations actives à travers le territoire français.

Il s'agit pour l'Etat de permettre aux pôles territoriaux d'Economie touristique que porte en lui le territoire français de prendre en considération que dans l'Europe des douze, le produit de la T.V.A. acquitté en 1993 dans le domaine du tourisme représentait cinq fois le budget du programme agricole commun.

Il s'agit de faire entrer dans les têtes des élus nationaux que dans l'Europe des douze le tourisme crée un emploi toutes les trois minutes et que 20 millions d'emplois dépendent directement du tourisme.

### *Des moyens financiers à répartir, à la lumière des résultats chiffrés par l'Observatoire du Tourisme*

Je fais volontairement ce rappel pour qu'une fois pour toutes on cesse de tomber dans le travers bien français de comparer ce que certaines communes perçoivent par rapport à d'autres, sans faire l'effort d'analyser les vocations propres aux différentes communes et sans tenir compte du rôle moteur que les entités territoriales à vocation touristique ont à jouer dans la vie économique et sociale du pays.

Il y a donc de la part de l'Etat un premier devoir d'information des élus locaux, départementaux, régionaux et nationaux à cet égard.

Et le Comité des Finances locales doit être appelé à délibérer à l'avenir à la lumière des conclusions précises que l'Observatoire du Tourisme devrait, chaque année, être appelé à présenter.

Encore faut-il, pour qu'il puisse y avoir présentation de conclusions, qu'on situe bien sur la carte de France les pôles d'Economie touristique qui devront être chaque année l'objet de la collecte des informations nécessaires en termes de données chiffrées révélatrices de leur participation au chiffre d'affaires national brut, au montant des devises perçues et au nombre d'emplois créés.

#### *a) Les moyens financiers à assurer aux stations*

La réforme approfondie de la D.G.F. devra prendre en compte la fonction économique et sociale des pôles d'Economie touristique.

La première réforme de la D.G.F. qui vient d'être présentée à l'Assemblée Nationale a été amenée à supprimer la notion de dotation touristique.

Celle-ci n'existe plus puisqu'elle est désormais intégrée dans la dotation forfaitaire. Donc, les communes touristiques que je propose de labelliser stations ont disparu du langage officiel.

Pour recréer la notion de stations éligibles à une dotation, il s'agit donc de prévoir la résurrection d'une dotation touristique identifiée comme telle.

## *Une dotation à intégrer dans le fonds d'aménagement du territoire*

Cette résurrection n'est possible qu'en s'intégrant dans le fonds d'aménagement du territoire, dont elle doit devenir une des composantes, pour développer l'Economie touristique au profit des régions de montagne et au profit de l'ensemble des régions de France.

Le comité d'élus qui doit se mettre en place après le 30 avril 1995 pour établir les bases de ce fonds national de péréquation devra tenir compte des moyens à assurer aux stations classées dont le rôle économique et social ne doit pas pouvoir être contesté dans la mesure où il se démontre à partir de critères objectifs identifiés.

Ces critères objectifs doivent être proches de ceux qui avaient été retenus pour l'attribution d'une dotation touristique jusqu'en 1993. Mais il conviendra d'établir un coefficient de pondération en fonction de deux niveaux supérieurs de classement à prévoir pour ces stations réparties en quatre catégories telles que je les ai présentées.

## *Un coefficient de pondération pour tenir compte des efforts faits par les stations pour obtenir leur labellisation*

- Premier niveau de la labellisation : les "stations" qui sont les anciennes communes touristiques percevant la dotation touristique. Stations à répartir dans les quatre catégories déjà évoquées : stations thermales, stations maritimes, stations de montagne, stations villes d'art et d'histoire.

- Deuxième niveau les stations méritant le classement, et donc à labelliser **stations classées**. Après avoir fait les efforts pour obtenir ce classement, elles devront être prises en considération dans ce coefficient de pondération. C'est ainsi que doit être revue et complètement remise à jour la législation provenant de textes aujourd'hui obsolètes liée aux stations dites classées.

- Troisième niveau : les stations dont il est révélé par des critères objectifs qu'elles ont les équipements, le personnel et les charges d'une Economie touristique quatre saisons, et qui devront être en ce cas labellisées "**stations classées quatre saisons**". Ces stations ont de ce fait la responsabilité d'une population moyenne sur douze mois beaucoup plus importante que leur population sédentaire. Elles devront donc elles aussi bénéficier, et à un niveau supérieur, d'une prise en considération dans le calcul du coefficient de pondération.

Les stations classées quatre saisons, pour bénéficier de ce classement supérieur et du coefficient de pondération que celui-ci justifierait, devront démontrer leur fréquentation à l'année par une population de résidents et par une population de touristes à partir de critères tels que :

- 1) le volume des ordures ménagères,
- 2) le volume d'eau consommé,
- 3) le volume d'énergie publique et privée consommé,
- 4) les emplois rémunérés à l'année par la commune ou le groupement de communes,
- 5) le pourcentage des contributions directes par rapport au budget des communes,
- 6) le montant des taxes de séjour

Ces données chiffrées devront montrer, dans leurs résultats, le parallélisme des charges de ces stations classées quatre saisons par rapport à des villes à population permanente plus importante de 5 000, 10 000, 20 000. 30 000 ou 40 000 habitants.

C'est ainsi que l'Etat démontrera sa volonté de stimuler le développement de l'Economie touristique à travers le territoire français et traduira sa volonté de donner une suite concrète aux ambitions de la loi de développement du territoire votée en 1994.

**b) La nécessité de la réforme du calcul des bases du potentiel fiscal**

La résurrection de la dotation touristique ne peut toutefois avoir qu'un effet limité dans la mesure où on sait que les moyens financiers de l'Etat, à partir de la DGF ne pourront connaître que des marges de manœuvre très restreintes.

A partir du moment où l'on sait que la D.G.F. représente en France 100 milliards de francs et que les marges de manœuvre de cette D.G.F. sont très restreintes, il faut envisager d'autres réformes. Une de ces réformes doit concerner les bases de calcul du potentiel fiscal.

Ces bases de calcul avaient été élaborées à une époque où les législateurs, pas plus que les fonctionnaires de l'INSEE, ne pouvaient prendre conscience de l'évolution de l'Economie touristique en Economie touristique plurisaisonnière.

***Tenir compte des charges liées à une population moyenne sur douze mois***

Le changement de la base du potentiel fiscal est justifié aujourd'hui par le fait que les charges pesant sur les communes à vocation touristique deviennent dans certains cas des charges liées à des populations moyennes sur les douze mois de l'année.

Ces populations, source de ces charges, viennent chercher dans des communes autres que la leur un deuxième cadre de vie, un art de vie, des conditions de séjour qui imposent des efforts de la part de la collectivité locale accueillante.

La masse des contributions directes divisée par le nombre d'habitants sédentaires donne un résultat de potentiel fiscal élevé mais trompeur.

*Ce n'est pas la population sédentaire mais la population moyenne sur 12 mois qui compte en termes de dépenses... et de recettes*

Il faut, lorsque les critères objectifs démontrent des charges salariales à l'année, des charges d'entretien et d'animation à l'année, tenir compte de la population moyenne accueillie sur douze mois et non pas de la seule population sédentaire.

C'est donc la Loi d'origine de la D.G.F., datant de 1979, qu'il s'agit de revoir si l'on veut ne pas décourager les communes à vocation touristique de développer leurs activités et leurs efforts d'emplois sur les douze mois de l'année.

**c) La nécessité de la réforme de la législation relative à la comptabilité publique pour les trois catégories de pôles territoriaux d'Economie touristique**

L'idée-force est de considérer l'investissement humain réalisé à travers l'engagement de formateurs et d'animateurs pour valoriser les temps libres comme mentant d'être intégré dans le budget d'investissement des communes

Cette réforme permettrait d'alléger en conséquence le budget de fonctionnement et d'intégrer le financement des emplois de formateurs et d'animateurs dans les projets susceptibles de bénéficier de subventions au niveau de chaque pôle territorial labellisé d'Economie touristique

**d) la nécessité d'abonder le fonds d'intervention touristique et de lui donner une force d'entraînement pour les trois catégories de pôles territoriaux d'Economie touristique**

Si la France veut avoir l'ambition d'une grande politique d'Economie touristique susceptible d'ouvrir de nouvelles perspectives à ses régions, aux jeunes générations et aux demandeurs d'emploi, il faut aussi mettre en place une politique spécifique sélective de soutien de la solidarité nationale aux pôles d'Economie touristique, qu'il s'agisse de stations, qu'il s'agisse de villes de congrès et de tourisme d'affaires, qu'il s'agisse de pays d'accueil ruraux intercommunaux.

Cette politique de soutien devra donc se traduire aussi hors de la voie de la D.G.F. pour compléter les effets limités que la réforme de cette D.G.F. est capable d'avoir, tant celle-ci touche toutes les communes de France et tant ses marges de manœuvre sont restreintes aujourd'hui, face à la nécessité de réduire le déficit annuel du budget de l'Etat.

## *Un fonds d'intervention touristique en direction des pôles territoriaux*

Il s'agira de donner vie et moyens au fonds d'intervention touristique national qui avait été conçu, il y a quelques années, pour favoriser la création de pôles d'Economie touristique.

Ces participations d'un fonds d'intervention touristique visant les trois catégories de pôles devront être modulées en fonction de la définition du nouveau paysage touristique proposé ci-dessus et en fonction des efforts qu'auront dû accomplir les communes ou groupements de communes pour accéder aux différents niveaux de la labellisation projetée.

Le fonds d'intervention touristique, qui avait une origine interministérielle, doit devenir une force d'entraînement de l'Economie touristique partant de l'organisation territoriale que je propose dans ce rapport.

Il devra être le moyen, à partir de conventions Etat - Stations ; Etat - villes de congrès et de tourisme d'affaires; Etat - pays d'accueil ruraux intercommunaux, d'assurer des crédits d'investissement nécessaires là où des énergies apparaissent pour créer et développer les bases d'une Economie touristique que l'évolution de la société et l'espoir de repense de la croissance doivent rendre de plus en plus plurisaisonnière.

En réalité, selon le voeu de son initiateur Olivier Stirn, ce fonds qui, à l'origine, devait être interministériel ne l'a jamais été. Il n'a jamais été alimenté que par des crédits du Ministère du Tourisme.

Il faudra aboutir à ce que ce fonds soit alimenté par diverses grandes sources ministérielles pour qu'il puisse devenir un élément moteur de l'investissement touristique dans les pôles territoriaux d'Economie touristique justifiant, par leurs projets, des participations de ce fonds.

Ministère de l'Agriculture, ministère de l'Aménagement du Territoire devront contribuer à donner à ce fonds d'intervention touristique les moyens qu'il tient aujourd'hui du seul ministère de l'équipement, des Transports et du Tourisme.

### ***Des participations du Fonds... à partir d'efforts territoriaux officialisés dans des conventions***

Ce fonds d'intervention touristique, à travers les conventions Etat-stations, Etat-villes de congrès et de tourisme d'affaires, Etat-pays d'accueil ruraux intercommunaux devra viser tout particulièrement les investissements projetés en matière d'équipements de base et les investissements humains en formateurs et animateurs susceptibles de favoriser l'accueil et d'assurer l'animation des séjours de la clientèle.

Ces équipements de base doivent être prioritairement dans les stations comme dans les villes de congrès et de tourisme d'affaires, comme dans les P.A.R.I. les équipements d'accueil confiés par les collectivités territoriales à des offices du tourisme communaux ou intercommunaux.

Mais ils doivent être aussi, dans les villes de congrès et de tourisme d'affaires, les palais des congrès, les centres de congrès dont il s'agit de prévoir la modernisation et l'extension.

Dans les pays d'accueil ruraux intercommunaux, ces équipements publics de base représentent aussi bien des sentiers de piétons ou des parcours de randonnées en VTT ou équestres que des centres équestres mêmes ou des golfs publics comme le département de l'Orne en comprend aujourd'hui sur le territoire intercommunal de la région de Bellême.

Il est donc nécessaire que le fonds d'intervention touristique ait une vocation spécifique et une orientation très sélective liées aux disciplines que la labellisation des pôles d'Economie touristique impose aujourd'hui à travers le territoire français.

### *Aide toi, L'Etat t'aidera...*

Il convient donc de bien faire comprendre que la reconnaissance des pôles d'Economie touristique par l'Etat, à travers la structuration et la labellisation que je propose, est la condition préalable indispensable pour toute attribution

- soit d'une dotation touristique pour le budget de fonctionnement des stations,
- soit d'une participation du fonds d'intervention touristique pour les investissements humains ou les investissements liés aux équipements projetés par les stations, les villes de congrès et de tourisme d'affaires ou les pays d'accueil ruraux intercommunaux.

Cette participation devra pouvoir être complétée par l'attribution de prêts bonifiés aux collectivités locales présentant des projets touristiques capables de valoriser le territoire et de s'intégrer dans les contrats de plan Etat-Régions.

**e) la nécessité d'étendre la taxe de séjour aux trois catégories de pôles territoriaux de l'Economie touristique**

Des moyens complémentaires déjà prévus par la législation devront être maintenus pour assurer l'équilibre des pôles d'Economie touristique classés dans les trois catégories amenées à couvrir la carte de France, et d'abord la taxe de séjour.

Un moyen commun à l'ensemble des pôles doit être la taxe de séjour qu'il faudra étendre aux différentes entités territoriales reconnues stations, villes de congrès et de tourisme d'affaires ou pays d'accueil ruraux intercommunaux.

**f) La nécessité de la reconnaissance du droit des stations classées à la création d'un casino ou de plusieurs casinos**

La possibilité d'ouverture d'un casino ou de plusieurs casinos, dans les conditions prévues par la Loi du 15 Juin 1907 réglementant les jeux, devra être accordée dans les stations, dans la mesure où elles sont reconnues classées ou stations classées quatre saisons, quelle que soit leur catégorie: stations classées thermales, stations classées maritimes ou lacustres, stations classées de montagne, stations classées villes d'art et d'histoire.

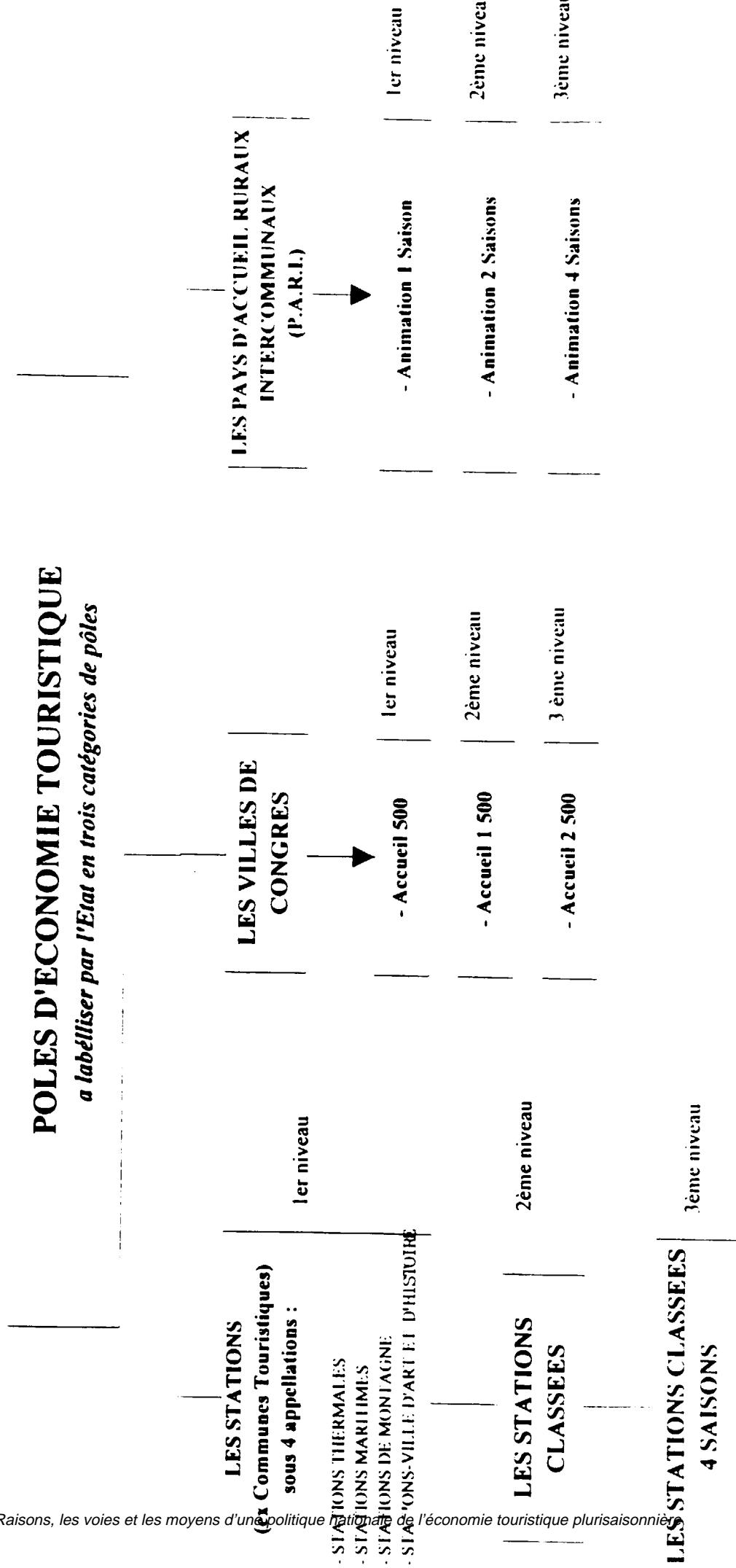
Au niveau d'une station classée, qui supporte des charges en rapport avec des exigences plus grandes à satisfaire, il importe en effet que l'exploitation d'un casino ou de plusieurs casinos puisse contribuer à l'animation de la vie touristique et à l'insertion dans le budget communal ou intercommunal des fonds pouvant provenir de l'intéressement de la collectivité temtonale au produit des jeux exploités par le casino ou les casinos.

# LA STRUCTURATION DU PAYSAGE TOURISTIQUE FRANCAIS

à partir de :

## POLES D'ECONOMIE TOURISTIQUE

*a labelliser par l'Etat en trois catégories de pôles*



## **2°) - Deuxième proposition :**

### **Une organisation partenariale secteur public - secteur privé de l'Economie touristique**

L'idée-force d'une politique de partenariat est aujourd'hui largement diffusée dans l'opinion publique, et tout particulièrement dans le monde économique.

Elle a son champ d'application le plus évident dans l'Economie touristique. Et pourtant, cette idée-force du partenariat a bien du mal à passer du stade des discours au stade des réalités.

Il s'agit en fait de traduire dans le concret la nécessité d'un partenariat pour le développement des sources de travail à partir d'une volonté commune de mise en valeur des temps libres, c'est-à-dire de mise en vie économique des temps libres.

Cette mise en valeur et en vie économique des temps libres ne peut être qu'une co-production. Une co-production émanant de l'association de la force publique locale et des forces privées locales, professionnelles et associatives.

Pour les Anglais, si l'on en croit leur "Time is money", c'est une évidence. Mais pour les Français, il est encore loin d'être une évidence que "le temps, c'est de l'argent".

### *Mettre en vie une structure de coopération partenariale au niveau des pôles territoriaux d'Economie touristique*

Les structures de coopération entre secteur public et secteur privé fonctionnent aujourd'hui efficacement au niveau national pour promouvoir la France à travers ses différents produits touristiques et ses différentes régions.

Mais ces structures de coopération partenariale n'existent pas encore de manière suffisamment concrète et permanente au niveau du territoire, la où il s'agit pourtant de concevoir et de construire les produits touristiques, dans le cadre de ce que je propose d'appeler les "pôles territoriaux d'Economie touristique".

Et pourtant, les entreprises privées qui sont à la base de la vie touristique et qui gèrent des équipements d'accueil et d'animation des séjours et les établissements hôteliers, para-hôteliers, commerciaux ou de services permettant l'exploitation des temps libres ont besoin de la force d'entraînement du pouvoir public, c'est-à-dire de la commune ou du groupement de communes.

Ce sont les investissements publics d'intérêt général qui conditionnent la réussite des entreprises privées hôtelières, commerciales et de loisirs.

Dans un bon nombre de Régions, le bon exemple a été donné :

Les structures communales ou intercommunales qui animent des pôles de vie touristique ont été amenés, au fil des ans, à créer, en prolongement des conseils municipaux ou intercommunaux, des organismes de caractère partenarial tels que des offices du tourisme, des offices des sports, des offices de la culture, sous régime associations de Loi 1901, des établissements publics industriels et commerciaux (E.P.I.C.), parfois même des Sociétés d'Economie mixte, pour regrouper autour d'une même table et dans une même volonté de développement touristique les différents partenaires professionnels privés et les élus représentant la volonté publique.

Il s'agit en effet pour le Maire de comprendre sa fonction comme celle d'un chef d'orchestre qui a le devoir de regrouper les différents talents et les différentes capacités d'action pour construire des séjours touristiques attractifs au profit de la communauté locale et régionale aussi bien qu'au profit des entreprises privées.

Mais la nécessité de présenter aux clients-touristes des séjours de plus en plus variés, attractifs et compétitifs et de vendre ces "produits touristiques" durant les quatre saisons de l'année impose une organisation de plus en plus professionnalisée.

## *Tenir compte de la nécessité de professionnaliser les produits touristiques et la promotion touristique*

Des associations de gestion d'équipements et d'événements touristiques à caractère partenarial existent déjà sous des formes diverses et dans des dimensions diverses au sein des pôles touristiques que j'ai proposé de classifier en trois catégories : les stations, les villes de congrès et les pays d'accueil ruraux intercommunaux.

Si ces associations de gestion des équipements et des événements touristiques n'existent pas encore, il faut les créer. Car ces associations de gestion, sous des noms ou des formes qui peuvent être variables, doivent exprimer la complémentarité indispensable d'un secteur public dynamique et d'un secteur privé offensif.

L'Economie touristique doit apparaître ainsi, à partir du territoire, comme une coproduction. Une co-production encouragée par l'Etat et dont la gestion doit être rigoureusement et périodiquement contrôlable et contrôlée.

Il s'agit aujourd'hui pour l'Etat de reconnaître et de favoriser la nécessité de cette coproduction à partir des pôles territoriaux de l'Economie touristique et il s'agit de favoriser fiscalement la participation financière des collectivités territoriales de base au soutien assuré par celles-ci au pouvoir associatif qui contribue pour une bonne part à l'animation de la vie touristique.

Il faut donc désormais officialiser très clairement les mesures à prendre pour stimuler cette Economie partenariale et pour encourager sa concrétisation au niveau de chaque pôle territorial.

## **A - L'exonération des subventions des collectivités territoriales pour l'animation et la promotion touristique**

La compréhension de l'exigence de la participation des collectivités locales à l'animation et à la promotion touristiques impose d'officialiser est l'exonération de la T.V.A. sur les subventions versées par les communes ou groupements de communes aux Offices du Tourisme, aux Sociétés d'Economie Mixte ou associations qui contribuent à animer la vie touristique ou qui gèrent des équipements et événements touristiques.

En effet, les temps de séjour touristique à base de vie sportive et culturelle imposent la participation du pouvoir associatif. Ce sont les associations sportives et culturelles qui assurent le plus souvent, au sein des équipements créés, l'animation permanente.

La jurisprudence vient d'ailleurs de donner raison aux maires qui défendaient la juste cause de l'intérêt de la vie touristique en demandant que leur soutien à l'activité d'Offices du Tourisme, de Sociétés d'Economie Mixte à vocation touristique ou d'associations ne soit pas atténué par une ponction de l'Etat à travers la T.V.A.

Le ministre du Budget a reconnu bien fondée cette jurisprudence nouvelle exprimée par plusieurs jugements de tribunal administratif. Il convient donc aujourd'hui de donner un caractère légal à cette exonération de T.V.A. sur les subventions pour ne plus laisser de doutes aux responsables des collectivités territoriales.

Le soutien financier de ces collectivités territoriales au budget des organismes qui gèrent les équipements, les événements et la promotion touristique est un soutien vital.

Il faut donc clairement que l'Etat encourage ce soutien financier pour démontrer sa compréhension que l'Economie touristique impose un esprit et une Economie de partenariat entre force publique et forces privées.

## **B - L'incitation à la création d'associations de gestion des équipements et événements touristiques**

Le moment est donc venu de proposer aux collectivités territoriales qui animent des pôles d'Economie touristique de créer des associations de gestion des équipements et des événements touristiques.

Ces associations regrouperaient les représentants des trois pouvoirs qui doivent contribuer à l'animation de la vie touristique : le pouvoir des élus locaux, le pouvoir économique lié aux structures hôtelières et commerciales et le pouvoir associatif.

Pour aboutir au but de l'Economie touristique plurisaisonnière et pour éviter la dispersion des efforts dans la fabrication des produits, c'est-à-dire dans la construction des séjours à offrir, une incitation provenant de l'Etat à la constitution de ces associations de gestion des équipements et des événements touristiques se justifie désormais. Elle se justifie d'autant plus si l'Etat exonère de T.V.A. les subventions des communes pour l'animation et la promotion touristiques.

Les offices du tourisme, les offices des sports, les offices de la culture, lorsqu'ils existent, ne peuvent pas toujours isolément gérer efficacement équipements et événements touristiques. C'est pourquoi des sociétés d'économie mixte se sont créées.

Il serait bon aujourd'hui de promouvoir de nouvelles structures plus souples, reconnues d'intérêt public, que seraient les "associations de gestion des équipements et des événements touristiques" au niveau de chaque pôle territorial, lorsqu'il n'y a pas de société d'économie mixte déjà constituée.

Ces associations, d'après leur statut même, devraient, pour être soutenues, être reconnues d'intérêt public par arrêté du ministre chargé du Tourisme. Elles devraient regrouper les trois pouvoirs déjà évoqués et présenter les garanties qu'assure le concours d'experts-comptables et de commissaires aux comptes.

Cette structure nouvelle pourrait apporter une solution bénéfique pour le développement de l'Economie partenariale et pour l'extension de celle-ci à l'ensemble de l'année en reliant les intérêts privés et associatifs à l'intérêt public.

S'il est toujours possible que des hôtels ou des sociétés privées proposent par eux-mêmes les séjours à offrir aux clients, il apparaît de plus en plus évident que ces clients demandent de plus en plus un séjour tous frais compris leur permettant d'accéder aux différents attraits présentés par les espaces publics ou équipements publics du territoire où ils ont décidé de vivre un séjour.

En tout cas, les équipements publics à vocation touristique et les événements publics demandent par eux-mêmes une gestion d'esprit partenarial et justifient une structure de coopération partenariale.

## **C - L'Economie partenariale doit être également renforcée au niveau de la commercialisation et de la promotion touristique**

### **a) Un partenariat exigeant la création d'offices du tourisme intercommunaux dans le cadre des P.A.R.I.**

Le rapport Descamps portant sur le tourisme rural a montré que si la destination rurale est encore faiblement demandée par la clientèle touristique au point de ne représenter que 22 % des dépenses touristiques, c'est pour une part parce que l'offre est atomisée.

Un partenariat doit donc s'institutionnaliser entre opérateurs privés et collectivités locales dans le cadre des pays d'accueil ruraux intercommunaux et au profit de ceux-ci.

Ce partenariat exige aujourd'hui la constitution d'offices du tourisme intercommunaux au niveau des pays d'accueil ruraux intercommunaux dans la mesure où ceux-ci ont l'ambition de bénéficier de leur labellisation par l'Etat.

Ces offices du tourisme intercommunaux en milieu rural n'existent encore que rarement en France.

Là où ils ont été créés, il y a un commencement de mise en vie cohérente de l'Economie touristique au niveau du territoire. Là où ils n'existent pas, cette Economie touristique est si dispersée qu'elle ne peut faire ressentir son impact au profit des villages constituant le territoire et au profit de la population locale.

La Loi de 1964 doit donc être revue pour que les E.P.I.C. que sont les Offices du tourisme créés conformes à cette loi puissent devenir intercommunaux, comme peuvent l'être déjà les Offices du tourisme soumis au régime de la Loi de 1901.

**b) Une politique partenariale de commercialisation des produits touristique partant des comités départementaux et régionaux de tourisme**

Les comités départementaux et les comités régionaux de tourisme ont vu leur rôle officialisé à travers des textes législatifs sans qu'une clarification suffisante soit faite de leur compétence respective par les textes eux-mêmes en ce qui concerne les C.D.T.

L'examen de la situation à travers le territoire Français révèle que les différentes structures agissent souvent séparément et aussi en dehors d'un partenariat institutionnalisé avec les autres structures existantes dans les régions, telles que les chambres de commerce et d'industrie, les chambres d'agriculture, les maisons du tourisme. Autrement dit, les rôles se chevauchent. Et cette constatation a déjà été faite dans l'excellent rapport de la commission tourisme du comité national des Conseillers du Commerce Extérieur de la France.

***Clarifier les rôles et les compétences entre les structures C.D.T. et C.R.T.***

Le bon exemple à suivre a été donné par la Maison de la France au niveau national où l'Etat, les collectivités territoriales et les professionnels démontrent un peu plus chaque année l'efficacité d'un véritable partenariat.

Il en résulte que les professionnels étrangers éprouvent de réelles difficultés à recueillir les bonnes informations lorsqu'ils veulent établir leur programme sur la France.

Il en résulte aussi que les agences de voyages portant tous leurs efforts sur le temps de voyages à l'étranger, il n'y a pas de coordination suffisante permettant de commercialiser les produits touristiques au profit des pôles territoriaux qui font déjà rayonner la vie touristique à travers la France.

***Une mission à confier aux C.D.T. et C.R.T. : créer une structure partenariale pour l'activité réceptive au profit des pôles territoriaux d'Economie touristique***

Des efforts ont été faits. Des initiatives ont été prises à travers différentes Régions de France. Des complémentarités ville-Département-Région ont déjà été mises en place pour la commercialisation comme dans la région Bourgogne et en Bretagne du Sud. La Région Ile de France a appuyé de son côté les efforts promotionnels des professionnels hôteliers, agents de voyages, autocaristes et toutes entreprises d'animation ou de spectacles.

Et le Département du Var a vu, à l'initiative de la Chambre de commerce et d'industrie, cinq agences de voyages constituer le groupement des réceptifs Varois. Un bon exemple qu'il faut généraliser dans un esprit de concertation et de coopération entre les différents acteurs de l'Economie touristique.

Il s'agit aujourd'hui de définir une politique de commercialisation des séjours touristiques offerts par les différents pôles territoriaux d'Economie touristique.

La structure assurant cette commercialisation doit être partenariale. Sa constitution ainsi que son soutien à son exploitation devront être aujourd'hui une des tâches essentielles des comités départementaux et des comités régionaux de tourisme dont les efforts devraient converger dans ce but dans chaque région de France.

**c) Cette action partenariale de commercialisation et de promotion doit viser de plus en plus un "produit touristique global aux composantes variées"**

Cette action de commercialisation doit tendre à dépasser le simple atout de l'hébergement pour y ajouter les atouts non chiffrables mais très appréciés de la clientèle que sont, à la montagne comme à la mer et à la campagne, la complémentarité et la diversité des activités possibles et la somme de leurs aspects positifs (grand air, dépaysement, activités et liberté pour les enfants...)

L'environnement, selon les résultats d'une enquête réalisée par les services français du Tourisme en Allemagne en 1993, a été considéré comme une des satisfactions premières à assurer au client allemand. Sujet dépendant de la collectivité territoriale, il a une valeur immatérielle mais réelle à intégrer dans le produit touristique global comme une composante essentielle.

Cette nécessité de présenter et de commercialiser un produit global mise en lumière particulièrement par M. Jean-Guy Cupillard, au nom de l'Association des Elus de la Montagne, impose que le pouvoir public représentatif des pôles territoriaux de l'Economie touristique soit associé au pouvoir professionnel privé dans l'action de commercialisation et de promotion des produits touristiques.

Cette association exige la mise au point d'une véritable structure partenariale de commercialisation dans chaque Région de France ou, si besoin, dans chaque Département lorsque les Régions représentent un trop grand nombre de séjours possibles à partir des pôles temtonaux d'Economie touristique

### 3°) - Troisième proposition :

#### Une organisation interministérielle de l'Economie touristique

L'analyse des causes de blocage de l'Economie touristique à partir des 25 points de repère et de référence que j'ai pu visiter à travers la France renforce l'idée de base souvent développée depuis quelques années que la politique du tourisme français souffre de ne pas être suffisamment interministérielle.

#### *La mise en valeur de l'espace, du temps, des ressources humaines : tâche nécessairement interministérielle*

Si l'Economie touristique peut ambitionner de devenir aujourd'hui une des branches essentielles de l'Economie nationale, elle touche, de toute évidence, des domaines ministériels autres que le seul ministère du Tourisme, dans la mesure où cette Economie touristique impose la mise en valeur de l'espace, la mise en valeur du temps, la mise en valeur des ressources humaines.

Comment gérer le territoire et le mettre en valeur sinon avec le concours du ministère de l'Intérieur et de l'Aménagement du Territoire ?

Comment améliorer l'harmonisation des temps de vie scolaire et des temps libres dégagés au sein des entreprises sans le concours du ministère de l'Education nationale et du ministère du Travail ?

Comment assouplir la législation liée aux contrats de travail et aux horaires de travail spécifiques qu'impose le service de la clientèle touristique sans le concours du ministère du Travail ?

Comment intégrer le patrimoine culturel français dans les équipements de base capables de valoriser les séjours touristiques sans une volonté politique clairement exprimée dans ce sens par le Ministère de la Culture ?

Chaque pôle territorial d'Economie touristique peut afficher parmi ses atouts une richesse patrimoniale : château, église, roche, vestiges gallo-romains, celtes, musées.

Comment les collectivités locales peuvent espérer jouer un rôle plus direct dans la mise à profit pour les séjours touristiques de ces équipements sans une coopération étroite du Ministère de la Culture ?

Comment aboutir à une politique cohérente de la pluri-activité dans le milieu rural sans le concours du ministère de l'Agriculture ?

Comment intégrer les événements sportifs organisés dans un calendrier officialisé par Ligues et Fédération avec le concours du pouvoir sportif sans une coopération étroite des directions départementales de la Jeunesse et des Sports avec les pôles territoriaux d'Economie touristique ?

Et comment parvenir à dégager une meilleure répartition de l'Economie nationale au profit de l'Economie touristique et une meilleure part du budget pour le développement de cette Economie touristique à travers le territoire français sans le concours du ministère des Finances et du Budget ?

Un progrès a déjà été fait dans la mesure où la coordination s'est institutionnalisée entre ministères de l'Equipement, des Transports et du Tourisme sous la responsabilités d'un seul ministre.

Mais il apparaît aujourd'hui indispensable d'aller au-delà et de reconnaître la nécessité de cette politique interministérielle au profit de l'Economie touristique en la plaçant sous l'autorité du Premier Ministre lui-même.

***Une cellule opérationnelle permanente  
sous l'autorité d'un Ministre délégué  
auprès du Premier Ministre***

Ce n'est pas une fois ou deux fois par an, à l'occasion d'un comité interministériel d'aménagement du territoire ou d'un conseil des Ministres, que la cohérence des mesures en provenance des différents ministères pour assurer les déblocages nécessaires de l'Economie touristique peut être garantie.

C'est une cellule opérationnelle permanente qui doit, sous l'autorité d'un Ministre délégué, relié au Premier Ministre, assurer la cohérence des mesures et la cohésion gouvernementale dans le même sens.

Cette évolution traduirait d'ailleurs une volonté politique nationale beaucoup plus clairement exprimée de faire prendre progressivement à la France la première place des destinations touristiques mondiales.

Cette volonté interministérielle stimulée par le Premier Ministre, sous la responsabilité d'un Ministre délégué, pourrait ainsi contribuer à favoriser le rééquilibre de la vie économique et sociale à travers le territoire français. Elle contribuerait aussi à mobiliser les énergies nationales et les capitaux à travers les différentes régions en faisant mieux comprendre aux jeunes générations que la France est forte d'un patrimoine naturel paysager et historique exceptionnel et diversifié.

Il serait évident qu'une telle action de communication pourrait être soutenue à partir d'une telle organisation interministérielle par le porte-parole du Gouvernement et par le Premier Ministre lui-même.

Le seul chiffre de 132,6 milliards de francs représentant les recettes tirées du tourisme international par la France derrière les Etats-Unis justifie aujourd'hui l'élévation de l'ambition touristique au niveau de grande ambition nationale.

le Ministre chargé du Tourisme délégué auprès du Premier Ministre ne serait plus seul à le dire au cours d'une ou deux conférences de presse durant l'année.

L'impulsion venant du Premier Ministre lui-même, il serait alors plus facile d'expliquer à l'opinion publique, aux élus de la nation, aux élus régionaux et départementaux et aux élus locaux que le volume de production du tourisme, qui s'élève désormais à 350 milliards de francs, soit près de 10 % de notre produit intérieur brut, justifie plus d'efforts à partir de l'Economie nationale en direction des pôles territoriaux d'Economie touristique et des entreprises privées qui parviennent difficilement à vivre aujourd'hui.

Ces efforts permettraient ainsi de former les jeunes générations en direction des métiers liés aux sources nouvelles d'emploi que l'Economie touristique doit générer

*Une campagne nationale à lancer  
dès 1995 :  
l'Economie touristique plurisaisonnière,  
gisement d'emplois nouveaux*

La mesure que je propose de lancer dès 1995 pour préparer cette évolution vers une organisation interministérielle de l'Economie touristique est une campagne nationale sur le thème " L'Economie touristique plurisaisonnière : un gisement d'emplois nouveaux pour les Français ".

Déjà l'emploi permanent direct dans le secteur du tourisme a progressé de plus de 30 % passant de 700 000, chiffre relevé dans la décennie 80 à plus d'un millions en 1992. Le seul secteur de l'hôtellerie et de la restauration fait vivre 580 000 personnes en France en permanence.

Il convient de faire observer que les emplois saisonniers devront devenir permanents lorsque les bases de l'Economie touristique plurisaisonnière que je propose seront établies à travers le territoire français.

Au nom des comités régionaux de tourisme, le Président Jacques Blanc a d'ailleurs exprimé cette volonté de favoriser l'évolution des emplois saisonniers d'aujourd'hui en emplois plurisaisonniers.

Le tourisme est certainement le seul secteur de l'Economie qui continue à créer des emplois tout en se modernisant. Entre 1981 et 1992, le secteur de l'hôtellerie-restauration a créé 167 000 emplois, soit une progression de 28 %.

Et il a l'avantage d'accrocher l'emploi au territoire dans la mesure où, comme j'ai tenu à le démontrer, c'est d'abord le territoire qui génère le séjour touristique.

### ***Cinquante propositions pour une politique nationale d'Economie touristique plurisaisonnière***

Tout démontre dans l'analyse des problèmes qui se posent aux entreprises privées, spécialement dans l'Economie touristique, comme aux collectivités territoriales qui la génèrent, que l'heure est venue de coordonner et de ne plus retarder les mesures à prendre à partir des différents ministères.

Les différentes mesures à proposer aujourd'hui doivent viser autant l'amélioration de la situation des entreprises privées que celle des collectivités territoriales.

Je les présente en complément des trois principales propositions que j'ai développées dans le titre IV de ce rapport de mission.

#### ***Les cinquante propositions***

Je les rappelle ci-dessous sous leur titre général pour la clarification de la politique que je propose au Ministre chargé du Tourisme et au Premier Ministre pour le développement d'une Economie touristique plurisaisonnière. Je préciserai les autres propositions volontairement en les regroupant pour mettre en relief leur caractère interministériel.

**1°) Une organisation territoriale de l'Economie touristique** (voir pages 109 à 133)

**2°) Une organisation partenariale de l'Economie touristique** (voir pages 134 à 145)

**3°) Une organisation interministérielle de l'Economie touristique** (voir pages 146 à 150)

**4°) assurer une place essentielle aux pôles territoriaux d'Economie touristique** résultant d'une clarification du paysage touristique français, telle que je l'ai proposée, **dans le futur schéma de développement du territoire** annoncé par la Loi Pasqua sur le développement du territoire qui vient d'être votée par le Parlement.

**5°) Obtenir du Premier Ministre une décision politique d'abonder le fonds d'intervention touristique** aujourd'hui démunie de ressources et qui doit retrouver son caractère interministériel qui lui avait été reconnu à l'origine. Ce fonds d'intervention touristique dont les participations seront axées sur l'investissement devra être complété par l'octroi de prêts bonifiés aux collectivités locales présentant des projets touristiques capables de valoriser le territoire et de s'intégrer dans les contrat de plan Etat-Régions. L'utilisation des fonds affectés devra être rigoureusement suivie.

**6°) officialiser l'exonération de la T.V.A. sur les subventions versées par les communes ou groupements de communes aux associations qui contribuent à animer le territoire sur le plan de la vie touristique.**

**7°) Réduire le taux de T.V.A. pesant sur la restauration hôtelière en assurant l'harmonisation de la T.V.A. au niveau de l'Union européenne, au niveau le plus bas.**

**8°) Etendre la perception de la taxe de séjour aux différentes entités territoriales reconnues stations, villes de congrès et de tourisme d'affaires ou pays d'accueil ruraux intercommunaux.**

**9°) Renforcer et prolonger le soutien décidé pour la réduction des charges financières supportées par les hôtels nouveaux ou pour la modernisation d'hôtels anciens en vue de permettre l'allongement des remboursements d'emprunts.**

**10°) Réformer les règles de la comptabilité publique en vue de permettre d'insérer l'investissement humain dans les budgets investissements, lorsqu'il s'agit de formateurs et d'animateurs à engager en direction des temps libres.**

**11°) Insérer dans les schémas régionaux d'Economie touristique prévus par la Loi du 3 Janvier 1987 les mesures à prendre pour sauvegarder, pour développer ou limiter les structures d'accueil hôtelières ou d'hébergements marchands dépendant de la vitalité des pôles d'Economie touristique existant dans les régions**

**12°) Réviser les bases de la taxe professionnelle** pour encourager l'Economie touristique plurisaisonnière au lieu de la décourager et même de la pénaliser comme c'est le cas aujourd'hui, en cessant de baser cette taxe sur les investissements et sur les emplois et en la basant sur la marge de bénéfices de l'entreprise résultant de la création de valeur ajoutée

Réviser aussi la taxe professionnelle s'appliquant aux hôtels de tourisme saisonniers classés, aux restaurants, aux établissements de spectacles ou de jeux et aux établissements thermaux en appliquant des réductions prorata temporis de leur valeur locative. Au contraire, il s'agit d'encourager leur ouverture durant les douze mois de l'année.

**13°) Adapter la législation commerciale relative aux baux commerciaux** aux exigences d'une Economie touristique plurisaisonnière perturbée aujourd'hui par le maintien de la pratique des baux précaires aux effets négatifs pour l'Economie commerciale des stations touristiques.

**14°) Réformer les bases démographiques de la dotation globale de fonctionnement et réformer le calcul des bases du potentiel fiscal en tenant compte de la population moyenne accueillie à l'année sur le territoire communal,** population moyenne sur douze mois qui peut être calculée en fonction de critères objectifs (ordures ménagères, consommation d'eau, consommations d'électricité, effectifs communaux...)

**15°) Reconnaître aux stations classées, quelle que soit leur catégorie, la possibilité d'ouverture d'un casino ou de plusieurs casinos dans les conditions prévues par la Loi du 15 Juin 1907.**

**16°) Suppression du droit d'entrée de 70 F. dans les casinos pour rendre les casinos Français aussi attractifs que les casinos étrangers.**

17°) Reconnaître la nécessité de l'annualisation du temps de travail dans les métiers dépendant de la vie touristique et adapter les textes législatifs et réglementaires en conséquence en institutionnalisant la négociation par entreprise, en fonction de la spécificité de chacune des entreprises et sans dépasser la limite de 48 heures par semaine. La loi quinquennale sur l'emploi votée sur la proposition du Gouvernement Balladur en 1993 va dans le bon sens à cet égard en offrant la possibilité d'adapter les horaires en fonction des fluctuations de l'activité.

18°) Alléger les charges et contraintes pesant sur les emplois temporaires liés aux métiers dépendant de la vie touristique, en autorisant les dérogations de gré à gré, entre les employeurs et employés.

19°) **Orienter les mesures liées au soutien de la création des emplois-environnement** en direction des pôles d'Economie touristique pour que la moitié des 100 000 emplois liés à l'environnement, qui devraient être créés en cinq ans, soient orientés sur les différentes catégories de pôles territoriaux d'Economie touristique.

20°) **Adopter des mesures destinées à rendre plus accessible le patrimoine architectural français ainsi que son patrimoine naturel**, c'est-à-dire ses musées aussi bien que ses forêts, en intégrant la mise à profit de ces équipements et de ces espaces aussi bien dans une politique de développement touristique que dans une politique de développement culturel.

**21°) Aboutir dans les stations classées villes d'art et d'histoire à accorder à une même autorité la responsabilité du fonctionnement des musées et du patrimoine en fusionnant les responsabilités sous une seule tête de Chef de projet culturel par monument historique.**

**22°) Inciter fiscalement les Tour-Opérateurs français à s'orienter vers l'activité réceptive au profit des pôles touristiques français.**

**23°) Modifier la Loi de 1964 pour rendre possible l'intercommunalisation des établissements publics industriels et commerciaux (E.P.I.C.) à partir des textes liés aux offices du tourisme.**

**24°) Inciter à la création d'associations de gestion des équipements et des événements touristiques a partir des pôles temtonaux d'Economie touristique (stations, villes de congrès et de tourisme d'affaires. pays d'accueil ruraux intercommunaux,), pour garantir la transparence et la rigueur de l'utilisation des fonds. sous le contrôle d'experts-comptables et de commissaires au comptes.**

**25°) Réexaminer la dotation des fonds de l'Etat affectés à la promotion des produits Français par la Maison de la France en fonction des efforts réalisés, proportionnellement à leur budget, par les principaux pays concurrents de la France, l'Espagne, l'Italie, l'Irlande et les Pays Bas, en fonction de l'excédent de devises assuré par le tourisme Français dans la balance commerciale.**

**26°) Orienter prioritairement les crédits disponibles à partir des fonds spéciaux européens pour les pôles d'Economie touristiques labellisées tant au profit des P.A.R.I. qu'au profit des stations touristiques et des villes de congrès et de tourisme d'affaires**

**27°) Renforcer les moyens de formation à assurer aux lycées hôteliers, aux centres de formation hôtelière continue et aux instituts universitaires professionnalisés de tourisme pour orienter un éventail plus large de jeunes vers les métiers de management de l'Economie touristique**

**28°) Organiser un partenariat Etat-Région dans chaque Région pour l'adaptation des schémas touristiques régionaux à la nouvelle structuration du paysage touristique français.**

**29°) Organiser un partenariat Etat-Régions-Comités régionaux de tourisme pour l'adaptation du futur schéma d'organisation du réseau national des offices du tourisme à la nouvelle structuration du paysage touristique français.**

**30°) Organiser un partenariat Etat-Régions-Fédération nationale des Pays d'accueil touristique pour insertion des 170 pays (annoncés regroupant 700 000 lits) dans les critères de reconnaissance des futurs P.A.R.I. (pays d'accueil ruraux intercommunaux).**

**31°) Organiser un partenariat Départements-régions-comités départementaux et régionaux de tourisme pour établir entre les départements et la région dont il font partie un seul schéma régional de développement touristique.**

**32°) Favoriser l'accessibilité aux pôles d'Economie touristique par une prise en considération de l'impératif de l'amélioration des liaisons routières, autoroutières et ferroviaires, grâce aux financements provenant du fonds d'investissement des transports terrestres prévu par la Loi sur le développement du territoire.**

**33°) Détacher à plein temps à la recherche de financements en provenance des fonds européens (FEDER) un délégué du Ministère de l'Equipment, des Transports, et du Tourisme, pour la réalisation de la modernisation des grandes liaisons ferroviaires et routières transfrontalières**

**34°) Etablir des règles respectant la loyauté de la concurrence entre hébergements à caractère urbain et hébergements à caractère rural, dans une charte de l'hébergement touristique**

**35°) Etablir des règles de concurrence loyales entre l'hôtellerie de plein air et l'hôtellerie traditionnelle pour mettre un terme aux discordances actuelles des régimes fiscaux touchant ces différentes formes d'hôtellerie.**

**36°) Utiliser au mieux la formidable explosion due au calendrier scolaire européen qui offre 33 semaines de vacances au lieu des 22 semaines françaises.**

**37°) Libérer le samedi du calendrier scolaire.**

**38°) Modifier la législation relative aux gens du voyage pour aboutir à leur égard au respect des territoires des communes touristiques en apportant une solution à leur problème au niveau des structures intercommunales**

**39°) Généraliser l'inscription, dans les Mairies des communes, des locations touristiques effectuées par des non professionnels.**

**40°) Simplifier et alléger les taxes à régler par les propriétaires de locations de meublés de tourisme afin de les encourager à louer leurs meublés sous l'incitation d'un avantage fiscal, et afin de les dissuader de les louer clandestinement.**

**41°) Permettre l'attribution par la Maison de la France d'une part de son budget global (qui atteint désormais 375 millions de francs) à la mise en lumière de la nouvelle carte de l'Economie touristique française.**

**42°) Donner une priorité dans les campagnes nationales du Ministère du Tourisme à la pratique tarifaire incitative des saisons de printemps et d'automne et à la publication de la carte représentative de la nouvelle structuration du paysage touristique Français.**

**43°) Assurer des financements privilégiés pour les projets touristiques associant Loisirs-Formation-Recherche pour tenir compte de l'élévation du niveau culturel de la clientèle touristique, de l'attrait d'équipements éducatifs comme le Futuroscope, et pour tenir compte aussi de certains créneaux spécifiques correspondant à l'attente de clients potentiels en provenance de pays étrangers.**

**44°) Etablir des contrats Etat-Régions-exploitants agricoles pour la culture des paysages, leur entretien et leur mise en valeur dans chaque pays d'accueil rural intercommunal.**

**45°) Développer des formations spécifiques dans l'enseignement agricole pour spécialiser les jeunes dans la gestion d'hébergements en gîtes ruraux et chambres d'hôtes dans les pays d'accueil ruraux intercommunaux et dans la gestion de l'animation d'un P.A.R.I.**

**46°) Réformer le statut du fermage pour permettre le développement de la fonction d'hébergement dans les bâtiments agricoles.**

**47°) Assurer des subventions spécifiques prioritaires, à partir du fonds d'intervention touristique, pour valoriser les pays d'accueil ruraux intercommunaux et pour assurer la remise en valeur des places de village et de leurs maisons anciennes**

**48°) Assurer la relance d'une politique de création de surfaces herbeuses** dans les espaces ruraux que la modernisation de l'agriculture a perturbés dans leur équilibre hydraulique, provoquant ainsi des inondations dans les communes situées en aval et **réhabiliter, dans une double préoccupation de développement touristique et de rééquilibre du territoire, la forêt et la filière bois en France.**

**49°) Favoriser les échanges culturels au profit de la jeunesse à partir de jumelages** liant des pôles touristiques Français à des communes étrangères pour permettre, à terme, le développement de la clientèle touristique de l'après-an 2 000, en France. Les jeunes étrangers d'aujourd'hui doivent être considérés comme les clients de demain.

**50°) Assouplir la Loi littoral** en adaptant son application aux caractères spécifiques et aux exigences des différentes régions du littoral français.

Une évocation de ces 50 mesures suffit à démontrer le caractère impératif d'une cellule interministérielle permanente susceptible de mener et de suivre la politique touristique de la France sous la responsabilité d'un ministre du Tourisme délégué auprès du Premier Ministre.

## **CONCLUSION**

**Des réformes  
à caractère législatif et réglementaire  
pour une organisation  
territoriale du tourisme  
et pour le développement d'une Economie  
touristique plurisaisonnière**

**qui correspondent aux objectifs prioritaires de la  
politique nationale Française**

Les mesures que je me suis attaché à proposer en conclusion des 25 tables rondes réalisées à travers la France démontrent la nécessité d'une nouvelle organisation territoriale du tourisme justifiant un nouveau cadre législatif

Cette nouvelle organisation territoriale de l'Economie touristique que le propose à partir de pôles territoriaux répartis en trois catégories et entraînant une labellisation nationale à trois niveaux demande une adhésion des élus de la Nation