

Synthèse

Les Entreprises publiques locales, une réponse aux exigences d'un secteur florissant

Le tourisme est devenu une véritable industrie où la compétition se joue désormais au niveau international. En France, malgré une compétitivité disputée par le positionnement des pays émergents, le secteur représente 7,4 % du PIB et emploie 1,2 million de salariés avec une progression moyenne annuelle de près de 1,4 %. Les perspectives du secteur à l'horizon 2020-2030 sont également optimistes. De 84,7 millions en 2013, la France devrait passer à plus 110 millions de visiteurs annuels en 2020.

Depuis les premières lois de décentralisation, les collectivités locales n'ont cessé d'investir le tourisme, la culture et les loisirs, leviers de croissance pour l'ensemble du tissu économique. Les Epl ont ainsi accompagné très tôt le mouvement d'implantation d'équipements, de création d'évènements et de structuration de l'offre touristique sur les territoires.

Depuis les années 80, plus de 250 Entreprises publiques locales ont été constituées à l'initiative de l'ensemble des échelons (intercommunalités, communes, départements, régions), avec un développement accru dans les années 90.

Ancrées sur le territoire, les **282 Epl** jouent un rôle social et économique majeur. Avec **près de 11 000 emplois** (hors saisonniers et vacataires) et **un chiffre d'affaires de plus 1,1 milliard d'euros**, elles contribuent à la création de richesses à l'échelon local.

Un large champ d'intervention investi par les Epl tourisme, culture et loisirs

Avec **8 % de progression du nombre d'Epl tourisme au cours des deux dernières années**, la Fédération des Epl recense **235 Sem et 47 Spl** en activité au 1^{er} mars 2014 tant en métropole que dans les Outre-mer.

Grâce à une gamme complémentaire, les Epl tourisme ont investi un très large champ d'activités touristiques. Ces sociétés interviennent dans la gestion d'équipements (197), le tourisme d'affaires et l'évènementiel (52), la promotion et le développement territorial dont la gestion d'offices de tourisme (33).

Au cours des dix dernières années, le tourisme concentre 26 % des créations d'Epl. Cette dynamique concerne l'ensemble des activités du secteur. Ces nouvelles Epl sont issues à parts quasi-égales de créations *ex nihilo* pour porter un nouveau projet et de transformations de structures existantes dont de nombreuses associations.

Vers de nouvelles créations d'Epl

Les projets de création d'Epl en cours confirment l'intérêt croissant des élus à se doter d'outils souples afin de répondre aux projets territoriaux : plus d'un sur quatre concerne le tourisme (27 %). Ces projets, très largement portés par le bloc communal (77 %), connaissent une forte progression dans les métiers de la promotion territoriale (11 projets). La majorité de ces réflexions porte sur la constitution d'une Société publique locale (Spl) dont la capacité à mutualiser les projets touristiques entre collectivités en fait un mode de gestion adapté aux enjeux actuels.

Un développement des Epl existantes

Plus d'une Epl tourisme sur trois s'est engagée dans une stratégie de diversification d'activités. Cette tendance est particulièrement prononcée pour les sociétés de remontées mécaniques, les Epl gestionnaires d'activités nautiques et de loisirs ou en charge du tourisme d'affaires. A travers cette évolution les collectivités cherchent non seulement à rationaliser et optimiser leurs modes de gestion, à élargir leur offre, à constituer des parcours touristiques, mais aussi à nouer de nouveaux partenariats et à partager les investissements et les risques.

Sommaire

Eléments de cadrage	5
Partie 1 L'industrie du tourisme en France et dans le monde	8
I - L'industrie du tourisme	9
1. Une industrie en plein essor 2. Les atouts du tourisme français : patrimoine, gastronomie, paysages et clientèles de proximité fidèles	
3. L'industrie touristique française au cœur d'un réseau d'influences	
II - Territoire et tourisme	21
1. La répartition des compétences touristiques : <i>memento</i>	21
2. Les modes de gestion des activités touristiques	22

Partie 2 Les Epl au service de la gestion des activités touristiques	. 21
Repères	2
I - Evolution des Epl tourisme, culture et loisirs	. 2
1. Tourisme, un levier de croissance pour le mouvement	2
2. Ventilation régionale : une forte concentration dans les régions à fort potentiel	2
3. Activités : un large champ d'intervention des Epl	3
4. Trois champs privilégiés : gestion d'équipements, promotion et tourisme d'affaires	3
5. Espace : une ventilation quasi-homogène	3
6. Statut : une complémentarité de la gamme	3
7. Emploi : une vitalité indéniable	3
8. Créations : une croissance soutenue depuis un demi-siècle	3
9. Actionnariat : le bloc communal en première ligne	3
10. Filiales et prises de participation : une stratégie de diversification en marche	3
11. Diversification : une activité plurielle pour 103 Epl	
12. Projets de création : 44 nouvelles Epl en ligne de mire	
13. Focus sur les Outre-mer : des territoires prometteurs	4

II - Perceptions et perspectives 45	5
Une opinion hétéroclite des dirigeants selon leur activité 45	5
2. Situation financière et investissements 48	8
III - Monographies sectorielles : les Epl à la loupe 50	0
1. La gestion d'équipements 50	0
Activité culturelle : une progression en devenir 50	0
Activité de loisirs, nautique et sportive : une grande diversité parmi les 80 Epl 55	5
Hébergement : un complément de l'offre globale 60	0
Remontées mécaniques : des pionnières dans le secteur 65	5
Thermalisme et bien-être : vers un renouveau 69	9
Promotion et développement territorial : un secteur prometteur 72	2
3. Tourisme d'affaires et événementiel : la dynamique est lancée	7
Tableau de synthèse 82	2

Eléments de cadrage



Tourisme: définition

Le tourisme est organisé autour du Code du tourisme de par la loi du 22 juillet 2009.

Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des territoires situés en dehors de leur environnement habituel. Néanmoins, selon les définitions internationales, est considéré comme touriste celui qui se déplace au moins une nuit hors de son domicile. Le vacancier pour sa part doit passer au moins 4 nuits hors de son domicile. Quant à l'excursionniste, il se déplace à la journée, sans nuit hors de son domicile.

Les déplacements des visiteurs peuvent être motivés par :

1. des raisons personnelles :

- · loisirs, détente et vacances ;
- visites à des parents et amis qui conduisent à une consommation touristique;
- santé (thermalisme, thalassothérapie...);
- autres motifs personnels (pèlerinages, manifestations sportives, etc.).

2. des raisons professionnelles :

- affaires;
- · missions ou réunions diverses ;
- voyages d'études ou scolaires.

Il conviendrait aussi d'ajouter qu'il existe deux catégories de tourisme : un tourisme non marchand et un tourisme marchand.

Dans cette étude, la notion d'Entreprise publique locale de tourisme sera analysée au sens large. Elle comprend donc toutes les activités permettant:

- à un territoire de développer son attractivité touristique : activités de promotion dans toute l'étendue du terme;
- à une personne ou à un groupe de personnes de consommer une activité en tant que telle.

Par souci de simplification nous utiliserons régulièrement dans l'ouvrage la notion d' « Epl tourisme » pour englober les champs sectoriels du tourisme, de la culture et des loisirs.

2. Objectifs de l'étude

Son objectif premier est d'offrir aux Epl, aux collectivités territoriales, ainsi qu'aux partenaires de la Fédération, un décryptage des Epl tourisme pour *in fine* mieux appréhender leurs évolutions.

Les Epl font partie intégrante d'un ensemble dont les facteurs politiques, sociaux, écologiques, économiques, technologiques ou encore légaux, influencent leur développement. Ils déterminent les tendances structurelles c'est-à-dire les forces susceptibles d'impacter significativement le champ du tourisme.

Dans cette perspective et afin de cerner les enjeux actuels et futurs des Epl tourisme, il paraît intéressant de les contextualiser en apportant à l'ouvrage une vision macro, à l'aide des données internationales, nationales et des réflexions sur la nouvelle donne territoriale.

Cette étude se veut un outil répondant aux besoins :

- d'information et de connaissance :
- de promotion et d'indentification d'opportunités sans omettre les enjeux qui planent sur les activités.

Au profit:

- des Epl tourisme ;
- des collectivités locales;
- des partenaires.



3. La méthodologie de l'étude

1. Segmentation selon l'activité principale

Dans un souci de clarification et de lisibilité de l'information, le parti pris a été de classer les Epl selon leur activité principale. Il en résulte deux types de segmentation.

Classification des Epl tourisme en 3 segments :

- gestion d'équipements;
- promotion et développement territorial;
- tourisme d'affaires et événementiel.

Classification des Epl tourisme en 7 métiers :

- activité culturelle ;
- activité de loisirs, nautique et sportive;
- hébergement;
- thermalisme et bien-être ;
- · remontées mécaniques ;
- promotion et développement territorial;
- tourisme d'affaires et événementiel.

Au regard de la diversité d'activités des Epl tourisme, ces deux types de segmentations ne peuvent rendre compte parfaitement de la réalité mais répondent à des exigences de structuration de l'information nécessaire au décryptage du secteur. Au fil de l'analyse, des précisions seront apportées notamment sur les Epl multi-activités.

L'étude intègre les sociétés ayant pour activité principale le tourisme, la culture et les loisirs. Les Epl provenant d'autres secteurs et exerçant une activité tourisme ne sont pas présentées dans l'analyse.

2. Analyse par espace

Afin d'analyser les Epl selon leur contexte géographique, le découpage par espace touristique retenu par l'INSEE a été intégré :

- espace rural;
- espace de montagne ;
- espace urbain;
- espace littoral.

Gestion d'équipements

Promotion et développement territorial

Office de tourisme Centrale de réservation Maison de pays Comité départemental du tourisme

Tourisme d'affaires et événementiel

Palais des congrès Parc des expositions Evénementiel

Activité culturelle

Salle de spectacle Site et monument patrimoniaux Cinéma Musée Théâtre

Activité de loisirs, nautique et sportive

Port de plaisance Centre de loisirs et base nautique Club sportif Parc à thème Golf Autres équipements

Hébergement

Hôtellerie traditionnelle Village de vacances Hôtellerie de plein air

Remontées mécaniques

Thermalisme et bien-être

3. Sources de l'ouvrage

Veille documentaire et ressources

Une veille a été mise en place auprès de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (Dgcis*), la Banque de France, Atout France, de sources universitaires et de la presse.

Les sources de données internes à la Fédération et l'expertise de ses collaborateurs ont permis de décrypter et d'apporter des éclairages sur la situation et les évolutions actuelles des Epl tourisme.

Enquête quantitative

Une étude quantitative a été lancée, entre le 20 avril et le 3 juin 2014, auprès d'un échantillon représentatif des Epl tourisme.

Cette enquête, réalisée via le mode de recueil Computer Assisted Telephony Interviewing (CATI), abordait les volets suivants:

- le jugement de valeur sur l'activité ;
- · la santé économique actuelle de l'activité;
- · les perspectives d'évolution ;
- les investissements et les modes de financement ;
- · la fréquentation et le profil des visiteurs ;
- le nombre et le profil des manifestations.

Afin de garantir la fiabilité statistique des résultats, le questionnaire a été administré auprès d'un échantillon représentatif de la population-mère et ce à l'aide de la méthode des quotas croisés.

Dans cette perspective, 3 critères discriminants ont été retenus:

- Le critère « activité principale », segmenté en 7 classes : Activité culturelle, Activité de loisirs, nautique et sportive, Hébergement, Remontées mécaniques, Thermalisme et bien-être, Promotion et développement territorial, Tourisme d'affaires et événementiel ;
- Le critère « taille de l'Epl », segmenté en 2 classes : moins de 49 salariés et plus de 50 salariés ;
- Le critère « type d'espace », segmenté en 4 classes : Espace de montagne, Espace littoral, Espace rural, Espace urbain.

La représentativité de l'échantillon est assurée postenquête par un redressement sur la base des données de la population mère. Cette technique statistique permet alors de donner des poids conformes à la réalité.

Partant du principe que le gain de fiabilité n'est pas proportionnel à l'augmentation de la population interrogée, nous avons opté pour une base de taille robuste afin de :

- mettre en place des lectures « lisibles » par sous-segments de population en vue d'offrir des éclaircissements indispensables à l'analyse;
- réaliser des focus sur des sous-cibles particulières.

La taille de l'échantillon dépend :

- de la précision des résultats que l'on souhaite obtenir;
- du nombre de sous-populations sur lesquelles on souhaite obtenir des résultats « lisibles ».

Il convient de noter que quel que soit le nombre d'interviews, les résultats sont représentatifs de la cible étudiée, avec un intervalle de confiance plus ou moins important. La population globale d'Epl tourisme recensée étant de 282, la Fédération a décidé d'interroger 100 Epl, un échantillon induisant une marge d'erreur statistique acceptable. Au réel, 91 interviews ont été réalisées dans le cadre de cette enquête.

Témoignages et entretiens qualitatifs

En complément et afin d'enrichir l'ouvrage, des élus territoriaux et des experts ont été interrogés, dont :

- André Chapaveire, vice-président du Conseil régional d'Auvergne, président de la Confédération nationale du tourisme, président de la Fédération nationale des comités régionaux du tourisme;
- Marie-Reine Fischer, vice-présidente du Conseil régional d'Alsace, vice-présidente de l'Agence Attractivité Alsace, maire de Dinsheim-sur-Bruche;
- Christian Mantei, Directeur général d'Atout France.

Remerciements

La Fédération des Epl tient à remercier l'ensemble des élus locaux, dirigeants d'Epl et partenaires qui ont permis de mener à bien cette étude.

^{*} Devenue aujourd'hui la Direction générale des entreprises (DGE)



I - L'industrie du tourisme

1. Une industrie en plein essor

1.1. La progression irrémédiable du tourisme international depuis 1950

Pour la première fois en 2012, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dépasse le milliard, quand il s'élevait à 25 millions en 1950. Le nombre de touristes domestiques est évalué à plusieurs milliards au niveau mondial. Résultante de cette augmentation spectaculaire, le secteur du tourisme représente en 2013 près de 9 % du PIB mondial (impact direct et indirect), avec 872,6 milliards d'euros de recettes, et environ 258 millions d'emplois, soit 1 emploi sur 11.

Un tourisme dominé par le continent européen

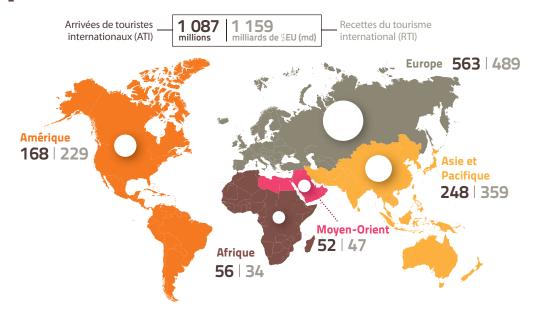
Avec 568 millions de visiteurs en 2013, soit 52 % de l'ensemble du marché, l'Europe compte le plus grand nombre d'arrivées internationales.

Première destination mondiale, elle constitue aussi le plus gros marché émetteur. Néanmoins, depuis plusieurs années, sa croissance en termes d'arrivées est plus faible que sur les autres continents. A hauteur de 3 %, elle est inférieure à celle de l'Afrique (6 %) et surtout de l'Asie-Pacifique (7 %) où la Chine, devenue le premier pays émetteur, avec plus de 100 millions de touristes internationaux, est en passe de devenir également la première destination réceptive mondiale.

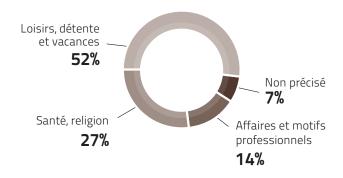
Loisirs et détente arrivent en tête des motivations de départ

Majoritairement motivé par le besoin de « détente, divertissement, développement » (les « 3D » théorisés par le sociologue Joffre Dumazedier), le déplacement touristique est également impulsé par d'autres facteurs : visites et réunions familiales, pratiques religieuses, activités médicales et de bien-être. Le tourisme d'affaires constitue 14 % du tourisme international mais en est le contributeur majeur en termes de nuitées marchandes.

Tourisme international, 2013 Source: OMT



Tourisme récepteur par motif de visite, 2013 Source: OMT



1.2. La France, championne des arrivées internationales...

Avec 84,7 millions d'arrivées internationales en 2013, la France reste en tête du classement des destinations touristiques mondiales, devant les Etats-Unis et l'Espagne. La Chine se hisse à la 4e place.

Probablement surévaluée en raison des difficultés que pose la comptabilité touristique, cette performance n'en masque pas moins un problème : la progression de la destination France, comme celle de l'ensemble des destinations européennes, Allemagne mise à part, est faible comparée à celle de destinations émergentes comme la Turquie qui a pour objectif 50 millions de touristes en 2020 ou la Malaisie qui en escompte 30.

... Mais des recettes toujours faibles

Les recettes, autre indicateur important de l'activité touristique, sont estimées à plus de 1 000 milliards de dollars (soit 872,6 milliards d'euros) au niveau international. Celles-ci ne sont pas seulement corrélées au nombre d'arrivées internationales mais également aux durées de séjours, aux modes d'hébergement (marchand et non marchand) et aux activités pratiquées par les touristes, notamment le shopping. Une filière sur laquelle aujourd'hui toutes les capitales européennes, asiatiques et proche orientales se battent pour attirer les plus dépensiers des « shoppers », ceux venus de Chine, de Russie, du Brésil et éventuellement d'Inde.

En 2013, les recettes du tourisme français, estimées à 42,2 milliards d'euros, restent in-

férieures à celles de ses deux principaux rivaux : les Etats-Unis, où elles sont estimées à 105,1 milliards d'euros, et l'Espagne avec 46 milliards d'euros.

Les raisons avancées de la faiblesse des recettes

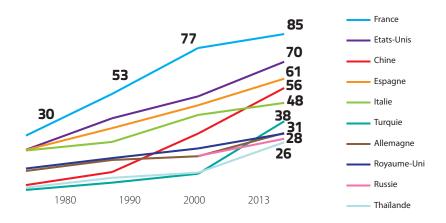
La France est un pays de passage pour de nombreuses clientèles européennes qui la traversent pour se rendre dans leur destination finale.

Autre raison de la baisse de performance française : d'après un rapport publié en mars 2013 par le Forum économique et mondial, la France perdrait progressivement de son attractivité et de sa compétitivité, reculant au 7^e rang du classement mondial, alors qu'elle en occupait la 3^e place en 2011.

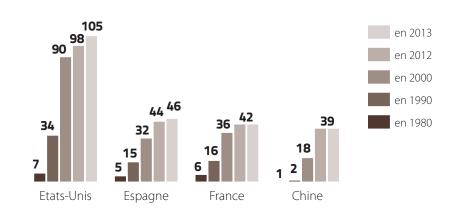
On peut aussi invoquer le fait que les fonds alloués aux structures dédiées à la promotion touristique internationale n'avoisinent que les 80 millions d'euros alors qu'on y consacre près de 200 millions en Espagne, notre premier concurrent européen. Lequel par ailleurs vend beaucoup plus de voyages à forfait que l'Hexagone, grâce aux Canaries et Baléares.

Enfin, la dépense moyenne par touriste place la France en 14^e position derrière la Turquie et la Malaisie. La France doit inévitablement travailler son offre afin d'augmenter les recettes du tourisme international sur son territoire. L'ouverture dominicale des magasins dans les grandes villes et les ports est, par exemple, une question stratégique soulevée par certains économistes.

Evolution du nombre d'arrivées de touristes internationaux par pays (en millions de voyageurs) *Source: OMT*



Evolution des recettes du tourisme international dans les 4 premiers pays (en milliards d'euros) Source: OMT



1.3. Des perspectives flamboyantes à l'horizon 2020-2030

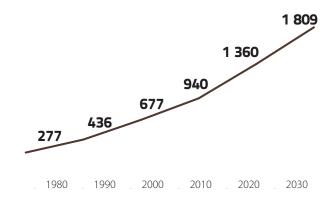
Avec une prévision de 1,8 milliard de touristes internationaux en 2013 selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le secteur connaîtrait une croissance ininterrompue. L'augmentation annuelle s'estime à 3,3 %, soit un supplément de 40 millions de touristes internationaux chaque année.

Néanmoins, le monde ayant basculé à l'Est, l'Europe n'enregistrerait que 2,2 % de progression alors que l'Asie-Pacifique, en tête, verrait le nombre de ses touristes augmenter de 4,4 %.

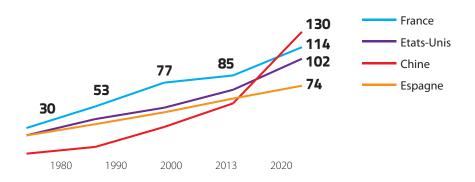
La puissance chinoise exporte 110 millions de touristes, surtout sur des destinations de proximité comme Singapour, Macao, Hong Kong, Séoul, la Malaisie ou la Thaïlande. Ces prévisions semblent d'autant plus fondées que les touristes indiens, aujourd'hui encore peu nombreux hors frontières, pourraient bien voir leurs rangs grossir et atteindre quelque 50 millions d'ici 2020, avec pour principale destination le continent asiatique.

Malgré tout, à la même échéance, l'Europe conserverait sa place de première région touristique internationale, mais elle pourrait bien perdre 12 points, passant de 52 % d'arrivées à 41 %. Quant à la France, elle devrait conserver sa place de leader sur le continent mais pas au niveau mondial puisque, selon les prévisions, la Chine la devancerait.

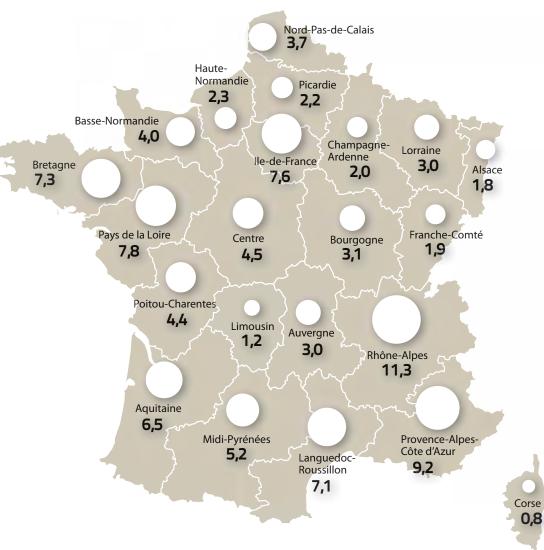
Perspectives d'évolution du nombre de touristes internationaux dans le monde (en millions de voyageurs) Source: OMT



Perspectives d'évolution de la place de la France en nombre d'arrivées de touristes internationaux (en millions de voyageurs) Source: OMT



2. Les atouts du tourisme français : patrimoine, gastronomie, paysages et clientèles de proximité fidèles



Répartition des voyages personnels en France par région principale de destination en 2013 (en millions de voyages) Source: Dgcis, Enquête SDT

Dotée d'une immense diversité d'espaces et de paysages, de villes et de villages, la France est une destination plurielle, capable d'offrir toutes les formes de tourisme : nature, balnéaire, montagne, tourisme urbain. De plus, avec 38 sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco, 45 000 monuments, 1 200 musées, une gastronomie et des vins prestigieux, une industrie du luxe imbattable, des artistes et des intellectuels rayonnant dans le monde entier, l'Hexagone dispose d'atouts de premier plan pour attirer des visiteurs internationaux mais aussi pour conserver ses propres touristes nationaux.

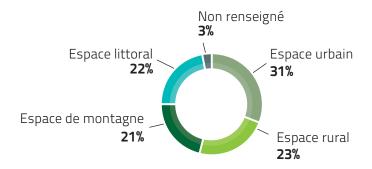
2.1 Un marché national alimenté par les Français

Si 84,7 millions de visiteurs étrangers sont recensés en France, la Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (Dgcis) estime à 181 millions le nombre de voyages des Français sur le territoire national. Un record permettant au tourisme hexagonal de se protéger contre les fluctuations du tourisme international, liées aux tensions politiques, économiques ou encore climatiques, tout en faisant vivre ses stations, centres de loisirs et autres musées, festivals et monuments.

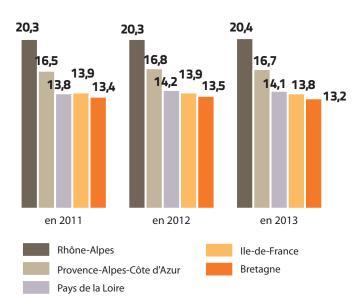
Très à l'aise à l'intérieur de leurs frontières, les Français le sont d'autant plus qu'ils sont plus de la moitié à résider chez des parents et amis pendant leurs vacances et qu'ils possèdent le nombre de résidences secondaires le plus élevé du monde. La France compte plus de 3 millions de résidences secondaires!

Depuis 2008, la bonne santé du tourisme domestique est néanmoins affectée par la crise économique. Selon l'enquête "Suivi de la demande touristique" réalisée par la Dgcis, chaque année, 2 Français sur 3 environ se déplacent hors de leur domicile, la durée moyenne du voyage tend en revanche à se contracter. En 2012, le nombre moyen de déplacements par individu s'établit à 5,1 toutes durées et toutes destinations confondues et à 4,4 en France uniquement. Encore n'est-il question que de déplacements et pas de vacances. Dans le domaine des vacances, soit 4 jours minimum hors domicile, le taux de départ baisse nettement plus : selon le baromètre Europ Assistance de 2014, il s'établit à 58 % contre 74 % en 2008.

Répartition des voyages des Français selon le type d'espace en 2013 Source: Enquête SDT (Dgcis)



Nombre d'arrivées de touristes français par région de destination (en millions de voyageurs) Source: Enquête SDT (Dacis)



Tourisme urbain et tourisme vert en tête des choix

Les destinations urbaines enregistrent le plus grand nombre de voyages (31 %), suivies par les zones rurales (23 %), qui comptent de nombreuses résidences secondaires. La fréquentation plus faible de la montagne et du littoral s'explique par le caractère saisonnier de ce type de destinations.

Avec plus de 20 millions de voyages, la région Rhône-Alpes est la destination privilégiée par les touristes français. Traversée par des zones de montagne, rurales et urbaines, elle présente une offre touristique variée et donc attractive. Avec 687 kilomètres de littoral, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur se situe à la 2º place avec près de 17 millions de voyages sur son territoire. Les Pays de la Loire, avec plus de 14 millions de voyages, raflent la 3º place à l'Île-de-France, qui voit une légère réduction du nombre de ses visiteurs français par rapport à 2011. La Bretagne enfin reste stable, à la 5º place.

Hors frontières, notons que les principales destinations demeurent : l'Espagne, l'Italie, la Belgique, la Grande Bretagne et les Etats-Unis pour les longs courriers.

L'Ile-de-France et Provence-Alpes-Côte d'Azur sont les régions favorites des touristes étrangers, dont près de la moitié sont européens, suivis par les Nord-Américains.

Avec près de 30 millions de touristes en 2013, dont plus de 50 % sont étrangers, Paris ferraille durement avec Londres pour garder le leadership des capitales touristiques internationales.

Istanbul, Dubaï, Séoul affûtent leurs armes pour la supplanter, à grand renfort de galeries commerciales et de festivals de shopping.

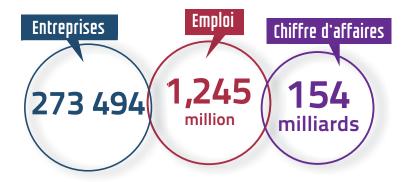
Un marché international alimenté massivement par les Européens

Outre le tourisme national, les touristes étrangers dans notre pays sont à 83 % des touristes de proximité, originaires en grande majorité du continent européen. Un constat qui n'a rien d'étonnant puisque 4 touristes sur 5 voyagent sur leur continent. Ainsi, Allemands, Britanniques, Néerlandais, Belges, Italiens et Espagnols sont nos premiers clients.

Les Européens ont néanmoins une durée moyenne de séjour faible (6,5 jours), qui s'explique par cette même proximité, alors que les touristes en provenance de pays plus lointains ont des durées de voyage plus élevées : près de 15 jours pour l'Afrique ou 8,9 jours pour les Américains (près de 4 millions en 2014).

Très médiatisés, les touristes chinois sont moins nombreux qu'il n'y paraît. Environ 1,2 million, ils sont concentrés en lle-de-France, mais sont déjà plus de 100 000 en PACA. Avec une dépense moyenne en shopping d'environ 1 500 euros, ils sont devenus les touristes les plus généraux du monde, bien que leur consommation commence à marquer le pas depuis quelques mois.

2.2 Un secteur générateur d'emplois et de richesses



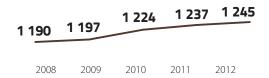
Plus d'un million d'emplois directs

Le nombre d'emplois touristiques en France est en constante augmentation et évolue de près de 1,2 % par an. Cette hausse est d'autant plus remarquable qu'entre 2010 et 2012 l'économie globale est en panne. Ces chiffres montrent une fois de plus que le tourisme est un secteur clé de l'économie, créateur de richesses et d'emplois. Et pourtant, environ 100 000 emplois restent toujours à pourvoir, notamment dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

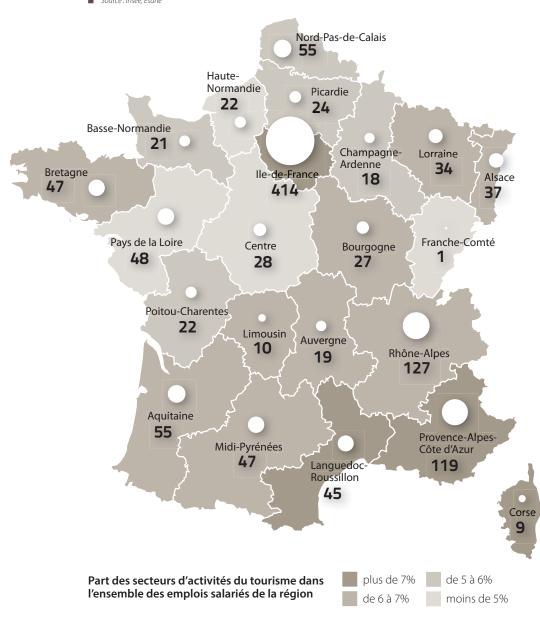
On distingue trois grandes zones très dynamiques en France : l'Ile-de-France, la moitié Sud et le Nord-Ouest.

A elle seule, l'Ile-de-France regroupe 1 emploi sur 3. La région Rhône-Alpes approche la barre des 11 %, suivie par le territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur qui se situe à 9,5 %. La part des emplois touristiques dans les régions Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Aquitaine, Nord-Pas-de-Calais, Bretagne et Pays de la Loire est relativement élevée.

Evolution du nombre d'emplois dans le secteur du tourisme (en milliers) *Source: Acoss*



Emplois dans les secteurs d'activités du tourisme (en milliers de salariés)



Une consommation touristique intérieure forte

Le tourisme est un moteur incontestable de développement et de prospérité pour les territoires. Avec de nombreux postes de dépense, comme l'hébergement, la restauration et les loisirs, la consommation touristique intérieure (CTI)* s'élève à 157 milliards d'euros en 2013, soit 7,4 % du PIB. Malgré une légère baisse entre 2008 et 2010, la tendance reste globalement à la hausse.

Les services de transport non-urbains (transport ferroviaire, fluvial et aérien) représentent la plus grosse dépense des voyageurs avec 18 % de la CTI, suivie par la dépense en hébergement touristique marchand (16 %). Les autres postes comme la restauration et le carburant représentent chacun 12 % de la CTI.

Depuis 2008, une tendance à la baisse des investissements

Dans un contexte conjoncturel compliqué, l'investissement touristique tend à se contracter depuis 2008, date du début de la crise internationale. Une consommation des ménages moindre et un souffle d'incertitude ont une incidence sur les investissements. Cet impact est pourtant à relativiser : le secteur du tourisme résiste à la crise. En comparaison d'autres activités, l'influence de la conjoncture atone sur les investissements est modérée.

Dans le secteur du tourisme, les investissements se concentrent sur l'hébergement (hébergements marchands et résidences secondaires) et la restauration. A eux deux, ils capitalisent 85 % des investissements. Les 15 % restant correspondent aux investissements en équipements : remontées mécaniques, parcs de loisirs, musées, palais des congrès, etc.

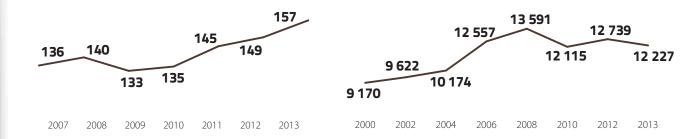
Evolution de la consommation touristique intérieure (en milliards d'euros)

Source : Compte satellite du tourisme, base 2005

Evolution des investissements touristiques

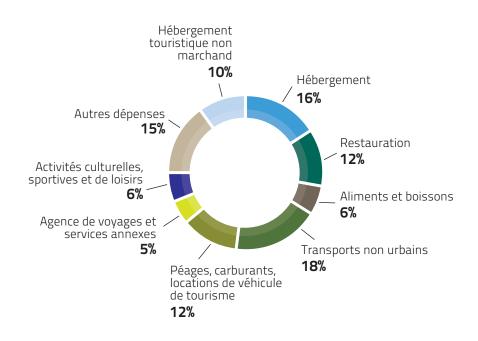
(en millions d'euros)

Source : Tableau de bord des investissements touristiques, Atout France



Structure de la CTI par poste de dépenses

Source: Tableau de bord des investissements touristiques, Atout France



^{*} La consommation touristique intérieure (CTI) retrace l'ensemble des dépenses des visiteurs français et des visiteurs étrangers en voyage en France



L'industrie touristique française au cœur d'un réseau d'influences

3.1 Les principaux facteurs macro-environnementaux affectant l'industrie du tourisme

Politique

Politique économique

Instauration d'un programme d'actions pour soutenir l'économie du tourisme.

- Assises du tourisme mises en place par le Gouvernement Ayrault : au printemps 2014, annonce d'un programme d'actions pour le tourisme en France.
- Instauration des contrats de destination.
- Création d'un conseil de promotion du tourisme sous la présidence de Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du Développement international dont un spécifique pour les Outre-mer courant 2015. Sa mission : proposer une stratégie pour le tourisme français à l'horizon 2020, dans la dynamique initiée par les assises du tourisme. 6 chantiers sont retenus : gastronomie et œnologie; destinations et marques; numérique; hôtellerie, tourisme d'affaires et de shopping; accueil, média, communication; formation.

Politique territoriale

Projet de loi « Nouvelle organisation territoriale de la République ».

- Projet de loi dont l'article 4 est consacré au tourisme avec une entrée en vigueur prévue le 1^{er} janvier 2016.
- Les grands principes : la région devient chef de file pour définir et coordonner les actions des collectivités et les objectifs en termes de promotion, d'investissement et d'aménagement touristique du territoire.

Politique fiscale

Depuis janvier 2014, hausse du taux intermédiaire de TVA de 7 % à 10 % pour les sites culturels, de loisirs, l'hôtellerie et la restauration.

Projet de loi de finances 2015 : hausse du montant de la taxe de séjour et taxation de l'offre marchande non professionnelle (Airbnb, Abritel...).

Politique internationale

Fluctuations de la politique étrangère française sur la carte géopolitique mondiale.

Politique monétaire

La baisse actuelle de l'euro impacte de manière positive l'économie du tourisme.

Economique

2014: 0,6 % de croissance prévisionnelle contre 2,6 % de croissance mondiale

2015 : 1,4 % de croissance prévisionnelle contre 3 % de croissance mondiale

Une Europe sous emprise déflationniste et une France tendant à un phénomène déflationniste :

- entrainent une rigidité et limitation des leviers pour les entreprises en mal de compétitivité;
- enrayent la croissance et restent la cause majeure de la faible relance de l'activité.

Un investissement en panne

Face à une dynamique extérieure trop faible, les investissements plafonnent. Phénomène inquiétant puisque les entreprises n'ont pas réellement investi depuis la récession de 2008-2009.

Risque d'outils obsolètes : seulement 12,5 milliards d'euros d'investissements en 2013, dont 14 % consacrés à la culture, aux remontées mécaniques, au thermalisme, aux casinos et aux parcs de loisirs.

Une consommation faible (- 0,5 % en volume au 1er trimestre 2014) due à une baisse du revenu disponible

Les prévisions pour l'année ne devraient pas être meilleures malgré les politiques incitatives à la consommation.

Les raisons sont :

- une hausse de la pression fiscale;
- une augmentation du budget pré engagé des ménages (40 %).

La situation de l'emploi et les prévisions moroses n'incitent pas non plus à la dépense.

Socio culturel

Un fractionnement des temps de loisirs

Les politiques publiques, notamment celles concernant les nouveaux temps de travail (RTT, temps partiel, télétravail...), amplifient la modification des comportements et contribuent à l'individualisation et au fractionnement des temps de loisirs: époque du Holiday Everyday.

Une durée de séjour réduite

La durée des séjours des Français tend à se réduire alors que leur fréquence augmente. Depuis 2008, le taux de départ en période estivale reste au plus bas : 50 % environ.

Un tourisme responsable

Changements technologiques et crises écologiques développent de nouvelles manières de consommer : recherche d'un tourisme durable, collaboratif, participatif, d'une restauration bio issue de circuits courts, faite maison...

Un tourisme à deux vitesses

Face au développement d'un tourisme low-cost, un tourisme de luxe se développe et contribue à l'exclusion de certains segments de clientèles au profit de clientèles internationales au pouvoir d'achat élevé, en provenance des pays émergents.

Innovation technologique

L'avènement du Web 2.0 : une nouvelle donne

La révolution technologique en cours a modifié le système d'information et réservation via les nouveaux méga sites comme Tripadvisor, Booking, Kayak, Expédia ou Airbnb. Les comportements touristiques avant et pendant le voyage en sont donc modifiés :

• en amont :

- > accès facilité et simplifié à l'information (y compris en temps réel), la comparaison, le conseil puis la réservation avec paiement;
- > accès à une offre touristique alternative : logement de particulier à particulier, repas chez l'habitant, visite de ville avec « greeters », co-voiturage, achat de billets d'occasion...

• pendant :

- > accélération et simplification de certaines démarches, notamment de guidage et de recherche d'informations, via tablettes et smartphones, et leurs multiples applications ;
- > simplification des formalités d'enregistrement : avions, trains, hôtels...

· après :

> participation à des sites d'avis et forums de discussion capables de faire et défaire des réputations, confection de carnets de voyage en ligne, diffusion de films, photos...

Le Web bouleverse les habitudes en termes de réservations

Avec la démocratisation du Web, les réservations se font de plus en plus tardivement.



Globalement, le tourisme ne contribue qu'à hauteur de 5 % aux émissions de CO₂. Responsable en partie de la dégradation de l'environnement, il a la particularité d'en être aussi la victime, via :

Les variations climatiques

Elles ont une incidence considérable dans le choix d'une destination. Canicules, manque d'enneigement, inondations... peuvent changer la donne.

Les alertes à la pollution (air, eau, alimentation)

Elles sont également devenues des freins récurrents à la bonne marche du tourisme national et international.

La dégradation des paysages

Prise de conscience de la nécessité de projets d'aménagement respectueux de l'environnement visuel notamment aux abords des villes.

Législatif

Impact des normes européennes dont la directive sur les voyages à forfaits.

Impact des normes des Etablissements recevant du public imputable à tout établissement touristique.

Réorganisation actuelle des compétences et apparition de nouveaux échelons administratifs tels que les métropoles.

Ordonnance de simplification tourisme, initialement prévue pour février 2014.



3.2. Tourisme, quels enjeux?

Forces

Prestige de la destination « France »

Première destination touristique au monde depuis plus de 30 ans, la France et sa capitale se classent parmi les destinations les plus attractives.

Grande diversité naturelle et climatique

Grande variété de paysages, climat tempéré, situation géographique centrale sur la carte du monde permettent le développement d'un tourisme varié (montagne, vert, littoral).

Un patrimoine culturel préservé et réinventé

Richesses culturelles historiques préservées et mises en valeur.

Richesses contemporaines sans cesse en mouvement (arts, musique, cinéma) et dynamisme des destinations urbaines (animations, réhabilitations des centres villes shopping, gastronomie...) entretiennent l'image culturelle de la France, la plus « désirée ».

Des destinations phares et équipements de loisirs nombreux

Des sites phares (Disneyland, le Louvre, les Alpes et leurs domaines skiables, le Palais des Papes, la Tour Eiffel...) conjugués à un réseau de transport performant (TGV, autoroutes, liaisons aériennes low-cost...) favorisent la performance du tourisme français.

Savoir-faire et compétence

Héritière d'un tourisme historique, la France a développé des compétences techniques reconnues : thermalisme, tourisme culturel, ski, plaisance...

Un tourisme en France alimenté très largement par les Français

Permet d'offrir une certaine stabilité à l'économie touristique française.

Faiblesses

Manque de moyens financiers

Les budgets alloués à l'observation, ingénierie et marketing touristiques restent faibles par rapport aux ambitions du tourisme français (Atout France dispose d'un budget de 76 millions d'euros dont 34 millions provenant de subventions de l'Etat).



Vieillissement des équipements

La perte de compétitivité des équipements vieillissants (en hébergement, notamment) dans les zones balnéaires et de montagne contribue au délitement de certaines clientèles, les jeunes et les clientèles émergentes.

Lourdeur des procédures

La lenteur et la lourdeur des procédures de rénovation et de construction de nouveaux équipements constituent un autre frein.

Tourisme de masse : saturation de certains territoires en haute saison

Littoral, stations de montagne, villes entraînent des risques de perte d'authenticité et de dénaturation des sites.

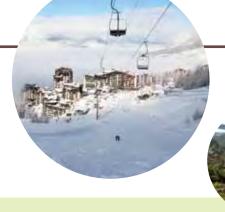
Inadaptation des formations aux métiers du tourisme et pénurie de personnel dans l'hôtellerie

Sur qualifiantes, les formations touristiques sont inadaptées à la demande, d'où un manque chronique de personnel qui constitue un frein qualitatif pour l'offre française.

Déficit de l'accueil « à la française »

L'accueil « à la française » reste l'un des points les plus négatifs du tourisme en France.





Opportunités

Demande internationale en constante évolution

Nouveaux flux issus des BRICS et des *Next Eleven* : Indonésie, Malaisie, Thaïlande, Taïwan, Mexique, Turquie...

Flux générés par la séniorisation des marchés matures occidentaux en écho à la « silver économie ».

Entretien du leadership des Alpes en matière de destination de sports d'hiver.

Prise de conscience d'un soutien à l'économie du tourisme

Reconnaissance du tourisme comme une véritable industrie par le nouveau gouvernement : le tourisme est déclaré « grande cause nationale ».

Ensemble des actions menées par l'Etat pour soutenir le tourisme et identifier des solutions pour optimiser l'action de promotion du secteur afin d'accroître la visibilité des territoires à l'international.

Le mouvement d'Open Data

Appropriation des données publiques par les particuliers et entreprises pouvant favoriser l'innovation privée.

Un marketing territorial plus approprié aux marchés lointains

Le redécoupage territorial pourra rationaliser les moyens, notamment en promotion.

Appropriation croissante par les collectivités locales

Doit permettre le développement d'une offre territorialisée globale (équipements, capacités d'accueil, parcours...). La gamme Epl (Sem, Sepl, SemOp) doit faciliter les politiques publiques touristiques locales.

Menaces

Compétition internationale accrue

Une offre élargie et neuve en termes d'équipements et d'hébergement, en Asie et dans les Emirats arabes unis, risque d'entraîner la désaffection de certaines clientèles et une perte d'attractivité dans des secteurs comme le tourisme de shopping et le balnéaire.

Evolution rapide et imprévisible des modes de consommation touristique

L'évolution de plus en plus rapide du comportement des consommateurs et leur imprévisibilité peuvent entraver le développement linéaire du tourisme.

Arbitrage des collectivités sur les priorités d'investissement





II - Territoire et tourisme

1. La répartition des compétences touristiques : memento

1.1. De l'Etat à la commune : cinq échelons

	Compétences	Instances rattachées
Etat	 définit et conduit les opérations de promotion touristique nationale; signe les contrats de plan avec les régions; réglemente, agrée et classe les équipements, organismes et activités touristiques. 	Atout France
Région	 organe déconcentré chargé de mettre en œuvre la politique de l'Etat; en charge de la planification et de la définition des objectifs à moyen terme du développement touristique régional (schéma d'aménagement touristique régional); assure le recueil, le traitement et la diffusion des données; coordonne les initiatives privées et publiques; via le CRT, assure un rôle de promotion à l'étranger. 	Comité régional du tourisme (CRT)
Département	 établit, si besoin, un schéma d'aménagement touristique départemental; via le CDT, prépare la mise en œuvre de la politique touristique : promotion, élaboration et commercialisation des produits touristiques. 	Comité départemental du tourisme (CDT)
Intercommunalité*	 seules les communautés urbaines et métropoles exercent de plein droit les compétences en matière de développement touristique, notamment création, aménagement, entretien et gestion de zones d'activités touristiques; peut se voir déléguer certaines compétences du conseil général. 	Office de tourisme (facultatif)
Commune	peut créer un office de tourisme, chargé des missions d'accueil et d'information des touristes et de la promotion touristique locale en coordination avec le CDT et le CRT.	Office de tourisme (facultatif)

^{*} A fiscalité propre

Rappel:

- Article L. 111-1 du Code du tourisme : « L'Etat, les régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme et exercent ces compétences en coopération et de façon coordonnée. ».
- Article L. 111-2 du Code du tourisme: « Les collectivités territoriales sont associées à la mise en œuvre de la politique nationale du tourisme. Elles conduisent, dans le cadre de leurs compétences propres et de façon coordonnée, des politiques dans le domaine du tourisme ».

À retenir

Métropole

Depuis l'adoption de la loi MAPAM, les métropoles exercent de plein droit, en lieu et place des communes membres, les compétences en matière de promotion touristique, dont la création d'offices de tourisme, la construction, l'aménagement, l'entretien et le fonctionnement d'équipements culturels d'intérêt métropolitain.

1.2. Projet de loi portant nouvelle organisation territoriale de la République : les impacts éventuels sur la compétence tourisme

Les principales dispositions du projet de loi portant nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) à date du 15 décembre 2014 :

- la région deviendrait chef de file en matière de tourisme, en lien avec la compétence développement économique dont elle a déjà la charge. Elle élaborerait un projet de schéma régional de développement touristique, en concertation avec les autres échelons, qui fixerait les objectifs stratégiques d'aménagement, de développement et de promotion touristique des destinations de la région ;
- les schémas départementaux pourraient être supprimés ;
- il serait possible pour plusieurs régions ou plusieurs départements de mettre en commun leur action à travers un comité du tourisme ;
- le champ des compétences obligatoires des communautés de communes et des communautés d'agglomération serait complété par la promotion du tourisme, manifesté par la création d'office de tourisme;
- par convention passée avec le département, la métropole exercerait à l'intérieur de son périmètre, par transfert, en lieu et place du département, ou par délégation, au nom et pour le compte du département, sa compétence tourisme.

2. Les modes de gestion des activités touristiques

2.1. Principes généraux

Les activités touristiques gérées par les collectivités coexistent avec un secteur privé, présent entre autres dans l'hébergement et les loisirs touristiques. Structures publiques et privées se trouvent ainsi dans une situation de complémentarité et, parfois, de concurrence.

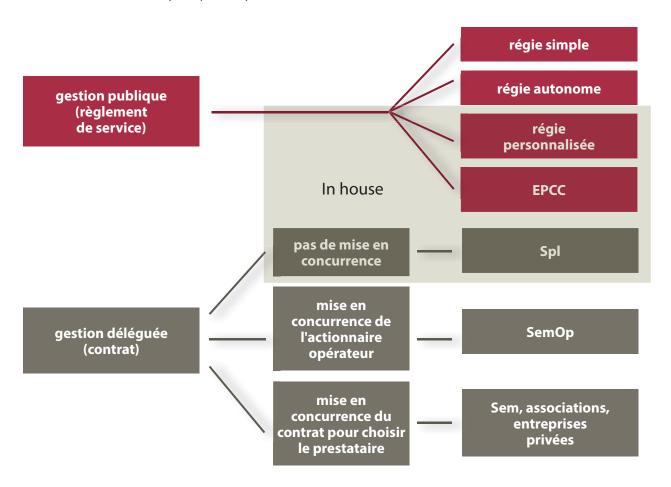
Concernant les projets portés par des acteurs privés, entreprises ou associations notamment, au regard des retombées économiques et sociales attendues, une collectivité a la possibilité d'accompagner leur développement. Cette contribution peut se matérialiser par des aides financières ou des mises à disposition gratuites de locaux.

Lorsqu'il s'agit d'un projet qui relève d'une initiative des collectivités territoriales et de leurs groupements, les collectivités disposent d'un éventail de choix de modes de gestion leur permettant d'exploiter leurs équipements, événements et services publics touristiques : régie, délégation à une association, une entreprise, une Entreprise publique locale...





Les différents modes de gestion illustrent la liberté de choix découlant du principe constitutionnel de « *libre administration des collectivités territoriales* » (art 72, alinéa 3).



Alors que le tourisme constitue un marqueur territorial et un levier économique puissant, les collectivités se sont fortement engagées dans des projets qui conduisent à la création d'équipements, d'événements, de services ou d'offres structurées.

2.2. Le mode de gestion, un choix multicritères

Pour chaque projet, le choix du mode de gestion relève de la combinaison de nombreux critères, parmi lesquels :

• La maîtrise publique

Quel est le niveau de maîtrise et de contrôle que souhaite exercer la collectivité ? S'opèrent-ils sur la stratégie, les choix opérationnels, le management... ? Ce contrôle souhaité est-il contractuel ou institutionnalisé ?

• La gouvernance souhaitée

La collectivité à l'initiative du projet souhaite-telle porter seule le projet, ou a-t-elle la volonté d'y associer d'autres collectivités dans une logique d'intervention à l'échelle d'un bassin de vie, et d'un bassin touristique plus étendus ? Les élus souhaitent-ils engager le projet en « partenariat » avec les acteurs touristiques, économiques et sociaux du territoire (hôteliers, restaurateurs, autres gestionnaires de sites, habitants...) ?

• Les investissements nécessaires

Le dimensionnement économique et financier (volume d'investissements, niveau de rentabilité, durée d'amortissement, choix du recours à l'emprunt...) du projet peut influencer le choix du mode de gestion au regard des capacités financières de la ou les collectivités concernées. Il est donc impératif de réaliser une projection financière.

• Le besoin d'une expertise spécifique

La mise en place d'un projet touristique peut nécessiter une expertise particulière, qu'elle soit technique, commerciale... ou l'apport d'une marque spécifique. Dans ce cadre, la collectivité devra mettre en place un mode de gestion permettant d'intéresser les partenaires pouvant apporter cette valeur ajoutée.

• Le projet à moyen terme

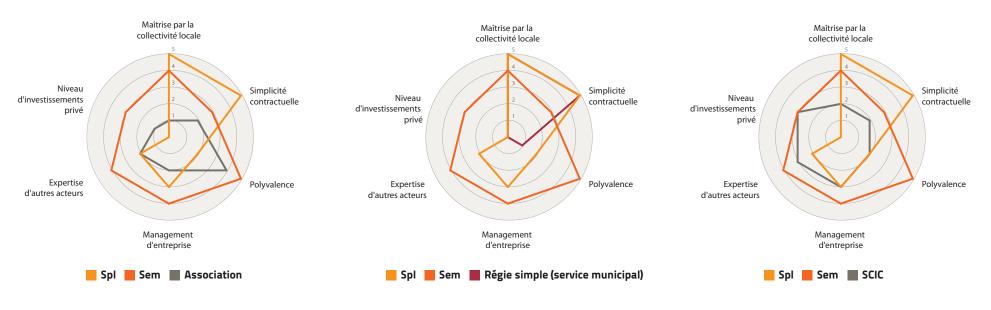
Au-delà de l'équipement, événement ou service envisagé, la structure de gestion retenue a-t-elle vocation à assurer d'autres missions dans une logique de développement de l'offre, de mutualisation des services existants ou dans une démarche de développement de « circuit touristique » mobilisant les autres acteurs locaux ?

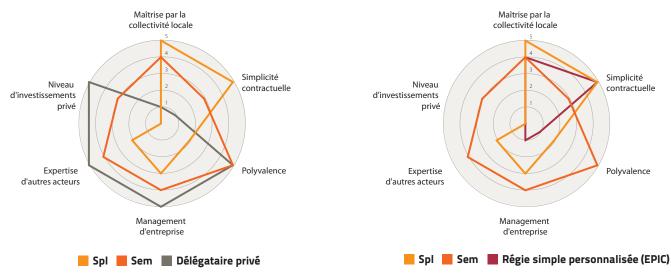
2.3. Les positionnements comparatifs des Epl par rapport aux autres modes de gestion

Les 282* Epl tourisme sont actuellement gérées sous statut Spl ou Sem, qui combinent intérêt général et compétitivité de l'entreprise. Le récent statut de Sem à opération unique (SemOp) complète la gamme des Epl. De par ses caractéristiques (contrat unique, présidence de droit par un élu de la collectivité, choix d'un actionnaire opérateur apportant investissements et expertise...), ce statut répondra aux attentes des élus souhaitant conserver une maitrise publique forte tout en s'associant à un partenaire expert autour d'un projet structurant.

^{* 282} Epl qui ont pour activité principale le tourisme, la culture ou les loisirs. Ne sont pas prises en compte les Epl ayant pour activité secondaire le tourisme.

Comparatif des différents modes de gestion selon 6 dimensions





Partie 2

Les Epl au service de la gestion des activités touristiques

Repères Mars 2014



^{* 282} Epl ayant pour activité principale le tourisme, la culture ou les loisirs

^{**} variation par rapport aux données de mars 2012

I - Evolution des Epl tourisme, culture et loisirs



Tourisme, un levier de croissance pour le mouvement

En représentant près d'un quart du nombre total des Epl, le tourisme est le deuxième secteur du mouvement, derrière l'aménagement.

16 nouvelles Epl tourisme créées en 2013 portent le taux de croissance à 3 % en un an et à 8 % en deux ans. Ces créations se répartissent à parts égales entre les créations dites créations *ex nihilo* et celles issues de transformations (dont les associations représentent 31 % et les délégataires privés 13 %).

Le chiffre d'affaires et l'effectif des 282 Epl tourisme connaissent de fortes progressions, respectivement de 14,8 % et 12,2 %. Ainsi, l'effectif avoisine les 11 000 employés quand le chiffre d'affaires dépasse la barre du milliard d'euros*. Les Epl étant ancrées localement, la croissance de ces deux agrégats offre une perspective réjouissante pour les territoires et leur dynamique.

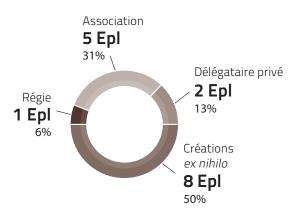
Le capital social, stable, s'établit à près de 320 millions d'euros.

Quant aux perspectives de développement du secteur, elles se maintiennent à la hausse. Ainsi, avec 44 projets recensés au 1^{er} juin 2014, le tourisme constitue l'un des principaux leviers de développement.

- 28 projets d'Epl de gestion d'équipements touristiques sont identifiés dans des secteurs divers : ports de plaisance, remontées mécaniques, sites et monuments patrimoniaux, centres de loisirs.
- 11 projets d'Epl de promotion territoriale sont également recensés, dont 6 offices de tourisme, attestant de la conformité de l'outil aux enjeux du tourisme institutionnel.

Si l'enthousiasme des élus pour les Spl est prononcé avec 24 projets en vue, la Sem demeure une formule reconnue avec 13 projets.

Origine des 16 Epl créées en 2013



Nombre de Sem23523,4 %Nombre de Spl4722,6 %Emplois hors saisonniers et vacataires10 83817,8 %Chiffre d'affaires (en millions €)1 1629,3 %Capital social (en millions €)3208,6 %Filiales et prises de participation488,7 %Nombre d'Epl créées en 20131623,9 %		Nb/Valeur	Poids dans le mouvement
Nombre de Spl4722,69Emplois hors saisonniers et vacataires10 83817,89Chiffre d'affaires (en millions €)1 1629,39Capital social (en millions €)3208,69Filiales et prises de participation488,79Nombre d'Epl créées en 20131623,99	Epl en activité	282	23,2 %
Emplois hors saisonniers et vacataires10 83817,8 9Chiffre d'affaires (en millions €)1 1629,3 9Capital social (en millions €)3208,6 9Filiales et prises de participation488,7 9Nombre d'Epl créées en 20131623,9 9	Nombre de Sem	235	23,4 %
Chiffre d'affaires (en millions €)1 1629,3 9Capital social (en millions €)3208,6 9Filiales et prises de participation488,7 9Nombre d'Epl créées en 20131623,9 9	Nombre de Spl	47	22,6 %
Capital social (en millions €)3208,69Filiales et prises de participation488,79Nombre d'Epl créées en 20131623,99	Emplois hors saisonniers et vacataires	10 838	17,8 %
Filiales et prises de participation 48 8,7 9 Nombre d'Epl créées en 2013 16 23,9 9	Chiffre d'affaires (en millions €)	1 162	9,3 %
Nombre d'Epl créées en 2013 16 23,9 9	Capital social (en millions €)	320	8,6 %
	Filiales et prises de participation	48	8,7 %
N. J. J. J. 365	Nombre d'Epl créées en 2013	16	23,9 %
Nombre de projets 44 26,3 9	Nombre de projets	44	26,5 %

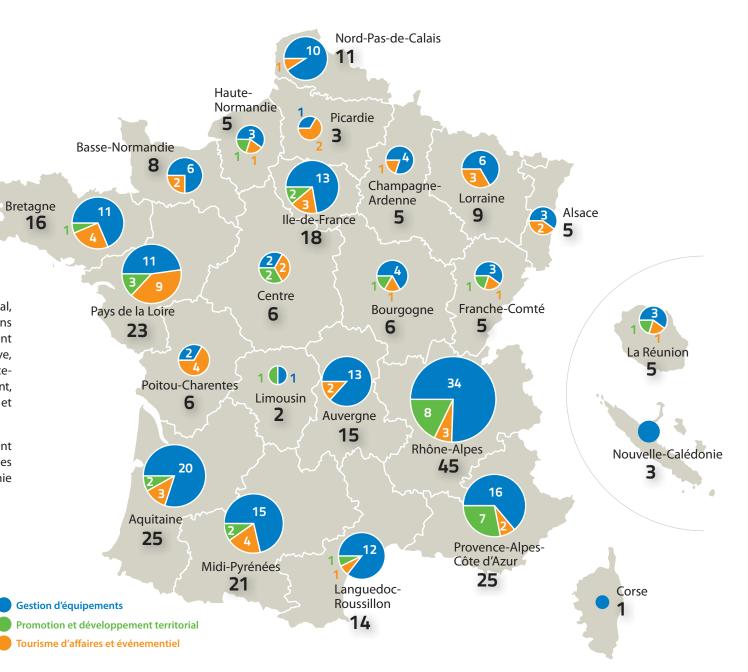
	Evolution 2014 vs. 2013	Evolution 2014 vs. 2012
Nombre	3,3 %	8,0 %
Emploi	12,2 %	15,4 %
Chiffre d'affaires	14,8 %	19,8 %
Capital social	0,2 %	3,2 %

^{*} La hausse de la TVA a eu pour effet d'augmenter à la marge le volume d'activité du secteur

2. Ventilation régionale : une forte concentration dans les régions à fort potentiel

Très présentes sur l'ensemble du territoire national, les Epl sont particulièrement nombreuses dans des régions historiquement et économiquement impliquées dans l'industrie touristique. Pour preuve, la région Rhône-Alpes compte 45 sociétés, Provence-Alpes-Côte d'Azur en compte 25, l'Aquitaine également, tandis que les Pays de la Loire en totalisent 23 et Midi-Pyrénées 21.

Certains territoires, pourtant touristiques, affichent une concentration moindre, à l'instar de la Corse ou des collectivités d'Outre-mer dont la Nouvelle-Calédonie ou encore La Réunion.



3.

Activités : un large champ d'intervention des Epl

Activité de loisirs, nautique et sportive : 80 Epl

Au nombre de 80 (38 % des Epl touristiques), les Epl du secteur loisirs, nautique et sportif occupent la première place du secteur en volume, en hausse chaque année. Ce nombre important s'explique par la diversité des activités et la multiplicité des métiers réunis sous cette appellation.

Tourisme d'affaires et événementiel : 52 Epl

Permettant de déployer de véritables leviers économiques sur le territoire, le tourisme d'affaires est devenu un secteur d'intervention privilégié des Epl.

Activité culturelle : 47 Epl

Bien que modeste au regard du paysage culturel français et de son potentiel, la gestion culturelle semble cependant retrouver un certain dynamisme, grâce à la création des Spl en 2010.

Promotion et développement territorial : 33 Epl

Très dynamiques depuis ces vingt dernières années, ces structures commencent à peser un poids significatif au sein du secteur.

Remontées mécaniques : 36 Epl

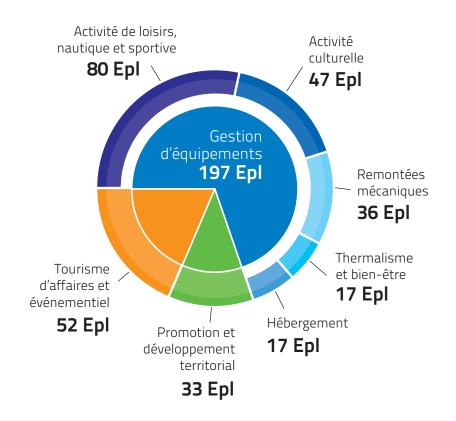
Elles représentent une activité historique pour le mouvement puisque la première Epl dédiée aux remontées mécaniques est née dans les années 30. Dans ce secteur, les collectivités privilégient les Epl dans 13 % des cas (44 % régie et 43 % délégataire privé)*.

Hébergement : 17 Epl

L'hébergement présente un particularisme au sein des Epl tourisme puisqu'il s'agit essentiellement d'un soutien à d'autres activités même si certaines exceptions existent tel que l'Hôtel du Palais à Biarritz. De fait, leur volumétrie est sous-estimée dans cette segmentation puisque 60 % des activités d'hébergement sont des activités secondaires des Epl.

Thermalisme et bien-être : 17 Epl

Pleinement intégrée au paysage thermal français, l'activité fait état d'Epl de taille importante à l'instar du complexe de Balaruc-les-Bains, une des plus importantes stations thermales de France.



Note méthodologique : le critère retenu est celui d'activité principale. Pour les Epl recensées en tant qu'activité de loisirs, par exemple, la possibilité d'exercer une activité secondaire dans un autre secteur n'est pas exclue. Au sein des monographies, il sera fait état de ces Epl multi-activités.

^{*} Source : Domaines skiables de France



Trois champs privilégiés : gestion d'équipements, promotion et tourisme d'affaires

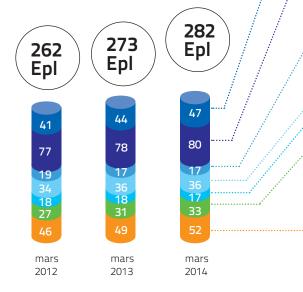
Les Epl tourisme comprennent une diversité de métiers regroupés sous trois champs sectoriels :

- la gestion d'équipements qui recoupe l'activité culturelle, les loisirs, l'hébergement, le thermalisme et les remontées mécaniques ;
- la promotion et le développement territorial ;
- le tourisme d'affaires et événementiel.

Les collectivités ont investi un grand nombre de métiers du tourisme au moyen de la gamme Epl. Certaines activités sont fortement représentées au sein des Epl : exploitation des remontées mécaniques avec 36 Epl dont l'Alpe d'Huez, palais des congrès (28) comme Montpellier Events, ports de plaisance (21) comme ceux d'Agde ou de Lorient ou encore la gestion de salles de spectacles (15) avec de nombreux zéniths répartis sur le territoire.

La promotion territoriale n'est pas en reste puisqu'elle comprend, entre autres, 18 offices de tourisme. On retrouve également de nombreux parcs des expositions (17) et des sites et monuments patrimoniaux français de renom (11), en témoignent la Tour Eiffel et l'Abbaye de Fontevraud.

En deux ans, 20 nouvelles Epl ont rejoint le secteur tourisme, soit une augmentation de 8 % depuis 2011. Ces évolutions sont particulièrement prononcées dans la promotion et le développement territorial (+ 6 Epl) ainsi que dans le tourisme d'affaires (+ 6 Epl) et la gestion d'équipements culturels (+ 6 Epl).



	En nb.	En %
Gestion d'équipements	197	70 %
Activité culturelle	47	17 %
Salle de spectacle	15	5 %
Site et monument patrimoniaux	10	4 %
Cinéma	10	4 %
Musée	7	2 %
Théâtre	5	2 %
Activité de loisirs, nautique et sportive	80	28 %
Port de plaisance	21	7 %
Centre de loisirs et base nautique	15	5 %
Club sportif	12	4 %
Parc à thème	10	4 %
Golf	7	3 %
Autres équipements	15	5 %
Hébergement	17	6 %
Hôtellerie traditionnelle	11	4 %
Village de vacances	3	1 %
Hôtellerie de plein air	3	1 %
Remontées mécaniques	36	13 %
Thermalisme et bien-être	17	6 %
Promotion et développement territorial	33	12 %
Office de tourisme	19	7 %
Centrale de réservation	6	2 %
Maison de pays	5	2 %
Comité départemental du tourisme	3	1 %
Tourisme d'affaires et événementiel	52	18 %
Palais des congrès	28	10 %
Parc des expositions	17	6 %
Evénementiel	7	2 %



Espace: une ventilation quasi-homogène

Les Epl tourisme sont ventilées de façon équilibrée sur les différents types d'espace français : urbain, rural, de montagne et littoral. Cette répartition témoigne de l'adaptation de la gamme Epl aux spécificités des activités et de leur territoire.

On observe une plus forte concentration en espace urbain, portée en particulier par l'activité culturelle, le tourisme d'affaires et les loisirs.

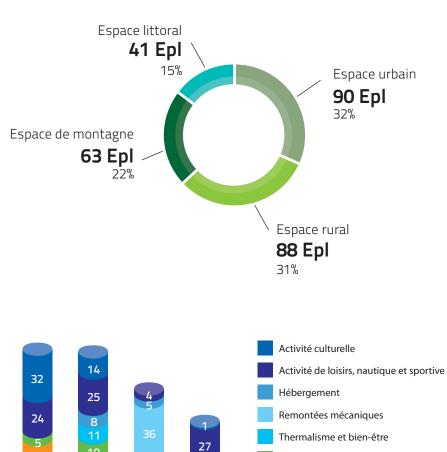
L'espace rural, très hétérogène en termes d'activités, comptabilise la plus grande pluralité de métiers. Ainsi les collectivités ont créé, via les Epl tourisme, des zones d'attractivité au sein d'espaces plus reculés en développant aussi bien le thermalisme que les loisirs ou le tourisme d'affaires.

Quant au littoral, pourtant moteur de l'économie touristique nationale, il est en retrait avec 41 sociétés. Ceci s'explique partiellement par l'appropriation historique des espaces côtiers par des entreprises privées.

Activités : une segmentation conforme aux spécificités territoriales

La segmentation des activités est très marquée sur le territoire : si les Epl sont bien présentes sur l'ensemble des espaces, les métiers, eux, diffèrent selon la zone concernée. Ainsi, l'activité culturelle est d'abord implantée en espace urbain et dans une moindre mesure en zone rurale.

Les activités thermales se situent strictement en espace rural et en zone de montagne. L'activité de loisirs, nautique et sportive, tout comme la promotion et le développement territorial, sont ancrés au sein de toutes les catégories d'espace.





Statut : une complémentarité de la gamme

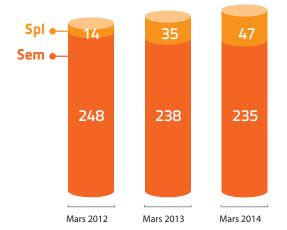
La croissance continue des Epl tourisme s'explique par l'offre élargie de la gamme Epl. Chaque statut, Sem, Spl et aujourd'hui SemOp, a ses propres spécificités et confère une complémentarité à la gamme. Grâce à ce large éventail, les élus, en fonction de leur projet, ont la possibilité de choisir le statut juridique le mieux adapté.

Avec une multiplication par 3 du nombre de Spl en deux ans (+ 33), l'adéquation des Spl aux activités touristiques est avérée. Ces Spl permettent notamment la mutualisation de projets entre collectivités, à l'échelle du bassin touristique.

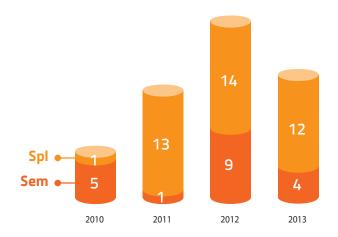
Pour autant, la faible proportion (6 %) des Epl qui envisagent de faire évoluer leur statut atteste de la complémentarité des deux modes de gestions Sem et Spl. Les Sem continuent ainsi d'alimenter la croissance avec 19 créations sur 4 ans.



Evolution des statuts



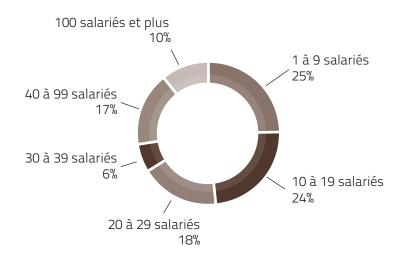
Focus sur l'évolution des régimes des Epl créées



7.

Emploi : une vitalité indéniable

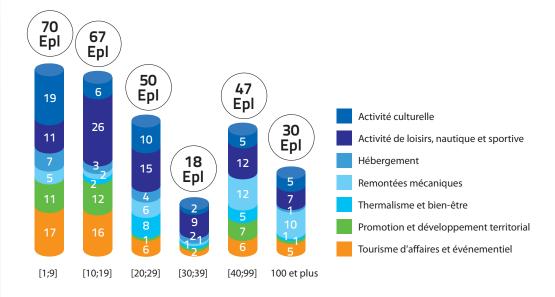
65 % des Epl tourisme ont embauché en 2013 portant à 4 106 le nombre de recrutements sur l'année. Une performance qui équivaut à plus de 50 % du nombre total des recrutements effectués par les Epl hors vacataires et saisonniers*. En recouvrant des réalités diverses, les Epl tourisme présentent des effectifs variés : 25 % des structures ont moins de 10 salariés et la même proportion plus de 40.

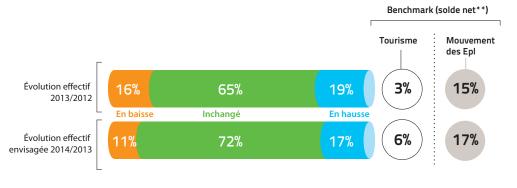


Les Epl comme moteurs de l'emploi local

Les effectifs ont évolué pour près d'une Epl sur 5. Les activités en nette augmentation sont la promotion et le développement territorial avec un solde net de 20 %. La quasi-totalité des Epl de thermalisme interrogées attestent d'un effectif en augmentation. Sur le plan prévisionnel, les Epl de thermalisme et de bien-être sont les plus optimistes, de même que les Epl dédiées aux activités culturelles : elles affichent respectivement un solde net de 35 % et 18 %.

La répartition des Epl par taille





^{**}Solde net : différentiel entre le score positif et le score négatif

^{*}Source FedEpl: « Les Epl et leur politique de recrutement », avril 2014

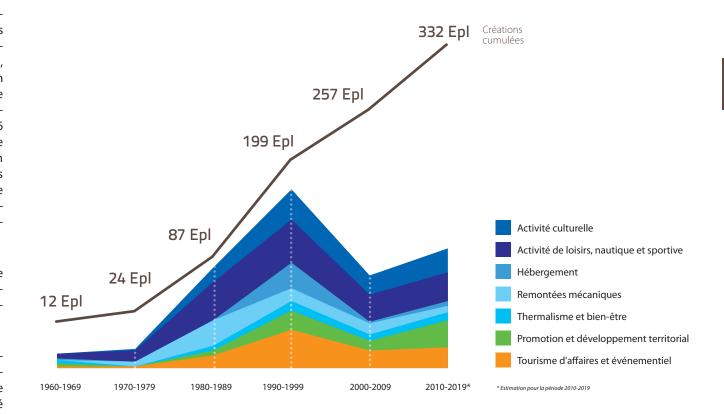
8.

Créations: une croissance soutenue depuis un demi-siècle

Depuis la première création en 1934 d'une Sem de remontées mécaniques, 323 Epl ont vu le jour. 41 sociétés ont été liquidées ou n'exercent actuellement plus d'activités, soit moins de 13 % de la totalité du secteur. Dès 1960, 9 Epl sont créées, puis 12 lors de la décennie suivante. En 1980, on assiste à une croissance exponentielle puisque le nombre de créations est multiplié par 5. La quasi-totalité des domaines se trouve investie : 24 Epl de loisirs, 16 Epl de remontées mécaniques, 9 d'activité culturelle, 8 de tourisme d'affaires, 3 de thermalisme et 3 de promotion et développement territorial. Mais, c'est dans les années 90 qu'a lieu le véritable afflux des créations. Conséquence des transferts de compétences de l'Etat vers les collectivités locales, 112 Epl ont été créées sur l'ensemble des métiers entre 1990 et 1999.

Durant cette période, 24 structures sont mises en place dans le secteur du tourisme d'affaires, 16 dans l'hébergement et 12 dans la promotion territoriale. L'activité de loisirs connait son apogée avec 27 nouvelles sociétés.

On observe un tassement des créations à partir des années 2000. Elles s'élèvent néanmoins à 58 structures. Plusieurs explications peuvent être invoquées quant à cette baisse. Il semblerait que les collectivités, après avoir créé de nombreuses sociétés, capitalisent sur les équipements déjà existants. En outre et au-delà du tourisme, de nouveaux secteurs d'activités et de nouvelles compétences apparaissent dans les années 2000 autour de l'environnement et des services à la personne.



Selon les estimations de la Fédération des Epl, la décennie 2010-2020 semble d'ores et déjà prometteuse. La création des Spl en 2010 amorce une nouvelle ère pour les Epl : 68 % des créations d'Epl tourisme depuis 2010 sont sous statut Spl.

8.1. Taux de pénétration des créations d'Epl tourisme : le tournant des années 90

Le faible taux de pénétration entre 1950 et 1959 s'explique par une politique axée sur la reconstruction sociale et économique du pays et donc d'un fort développement des sociétés, notamment d'Epl d'aménagement et immobilières. En conséquence, le tourisme n'est pas érigé en priorité. Le taux de pénétration évolue progressivement pour s'établir en 1990 à 35 %. A partir de cette période, le tourisme est perçu par les collectivités comme un véritable moteur de développement économique territorial. Dès les années 2000, le taux de pénétration tend à se tasser mais demeure élevé à 25 %.

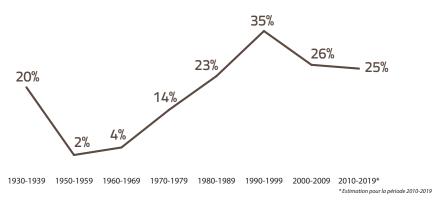
Note méthodologique : le taux de pénétration correspond au nombre de créations d'Epl tourisme rapporté aux créations du mouvement Epl.

8.2. Zoom sur quatre ans de création : priorité aux loisirs

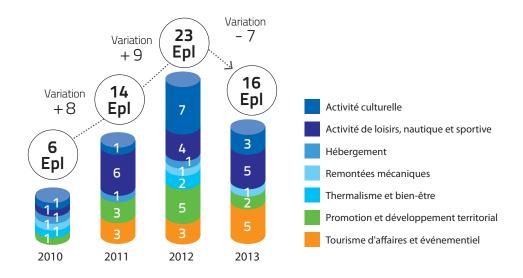
En 4 ans, 59 structures sont créées dans tous les champs d'intervention des Epl tourisme. Avec 16 nouvelles sociétés en 4 ans, l'activité de loisirs pèse pour près de 30 % du nombre total de créations.

L'activité culturelle, le tourisme d'affaires ainsi que la promotion et le développement territorial sont respectivement rejoints par 12, 11 et 10 Epl.

Taux de pénétration des créations d'Epl tourisme au regard des créations du mouvement Epl



Zoom sur les créations depuis 4 ans



Une dynamique du secteur amorcée en partie par les zones rurales

C'est en espace rural que le dynamisme des créations est le plus important ces dernières années. Adoptant les Epl pour développer leur territoire, les collectivités ont créé 33 nouvelles structures depuis 2010, principalement dans les activités de loisirs (13 créations d'Epl). Dans une moindre mesure, les activités culturelles (5 créations) et les activités de promotion territoriale (dont 5 offices de tourisme) ont joué un rôle moteur dans la dynamique du secteur. Notons également la création de 3 parcs des expositions et de 3 stations thermales.

Le tourisme d'affaires et culturel dope le tourisme urbain

L'activité culturelle stimule le développement des espaces urbains avec 6 des 14 Epl créées depuis 2010.

Le tourisme d'affaires est un véritable dopant pour ce type d'espace puisque 5 palais des congrès y ont ouvert leurs portes.

La montagne : une activité soutenue par les sports d'hiver et la promotion

Les Epl de montagne se développent, entre autres, avec 4 nouveaux offices de tourisme. Les remontées mécaniques soutiennent également la croissance (+ 3 Epl).

L'espace littoral : des activités hétéroclites

L'espace littoral a, depuis 2010, accueilli 5 nouvelles Epl : 2 dans le tourisme d'affaires, 1 salle de spectacle, 1 port de plaisance et 1 office de tourisme.

Origine des créations entre 2010 et 2013 : de nouvelles réponses pour un nouveau tourisme

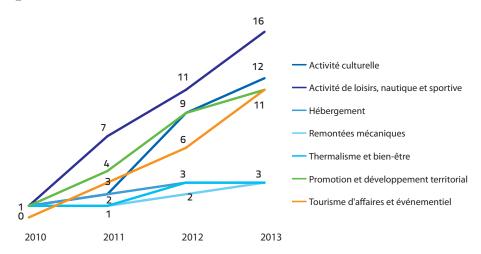
L'origine des créations d'Epl cumulées sur 4 ans met en exergue le poids de la création *ex nihilo* dans le secteur tourisme.

Près d'une Epl sur deux créée répond à une nouvelle activité et donc à un nouveau besoin de la collectivité.

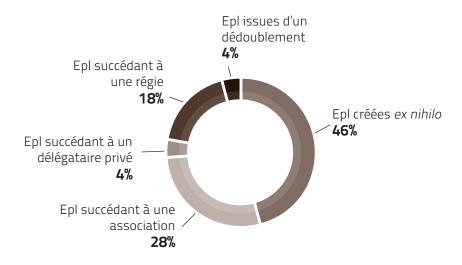
Pour l'autre moitié, les Epl sont la conséquence d'un changement de mode de gestion : 28 % des Epl tourisme succèdent à une association et 18 % succèdent à une régie. Le taux d'Epl issues de délégation privée demeure marginal.

Dans toutes ces Epl récentes, la collectivité a souhaité participer activement à la gouvernance des équipements et des événements en raison du caractère structurant de ces activités et de l'enjeu économique qu'elles engendrent au niveau local.

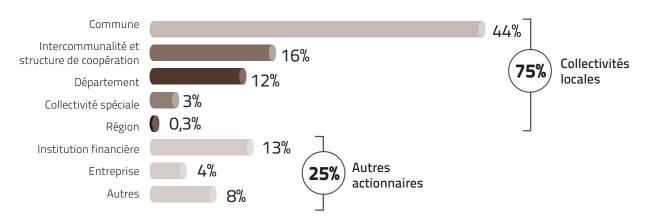
Créations cumulées depuis 4 ans par activité



Origine des créations entre 2010 et 2013



9. Actionnariat : le bloc communal en première ligne



Le poids de l'actionnariat de la collectivité locale est nettement plus important dans le tourisme qu'il ne l'est sur l'ensemble du mouvement : 75 % contre 65 % au niveau global. Les communes restent l'échelon le plus investi dans les Epl du secteur : 44 % contre 25 % au global. En y ajoutant les intercommunalités qui pèsent pour 16 % dans l'actionnariat, le bloc communal est présent à hauteur de 60 % au sein du capital des Epl tourisme. Conséquence, l'actionnariat "privé" occupe un poids moindre à l'instar des institutions financières qui pèsent 13 % contre 18 % au niveau du mouvement. Ainsi, pour la Caisse des dépôts et consignations, le tourisme est une priorité depuis seulement décembre 2013.

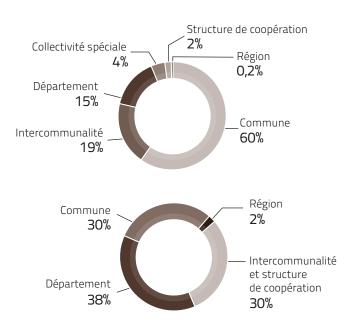
Focus sur l'actionnaire référent

Les communes sont nettement présentes dans les activités touristiques en tant qu'actionnaires majoritaires, à hauteur de 60 %. Alors que les transferts de compétences au bénéfice des intercommunalités se poursuivent, ces dernières sont actionnaires majoritaires pour près d'une Epl sur 5.

Au global, le bloc communal s'identifie dans 78 % des cas comme l'actionnaire référent. Les projets touristiques d'un territoire sont donc, pour l'écrasante majorité, portés par les communes et les structures intercommunales. Ce constat est la démonstration de l'intérêt de ces échelons pour gérer localement l'attractivité touristique des territoires.

Focus sur l'actionnariat des Spl

Le zoom sur les Spl atteste de la forte présence des départements en tant qu'investisseurs dans les activités touristiques : 38 % vs. 20 % au sein du mouvement, témoignant par là des nouvelles formes de partenariat qu'ont rendues possibles les Spl. En effet, le bloc communal, qui détient 60 % du capital des Spl, recherche des apports financiers et se tourne vers d'autres échelons pour appuyer ses projets.



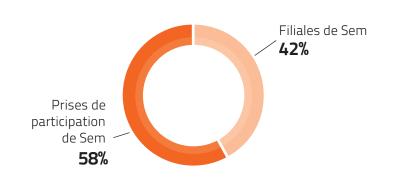


Filiales et prises de participation : une stratégie de diversification en marche

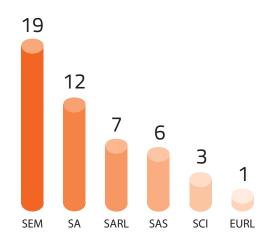
Avec 48 filiales et prises de participation de Sem, le tourisme ne représente que 10 % du total des filiales recensées. Les filiales au sein du secteur augmentent néanmoins chaque année.

Les filiales et/ou prises de participation sont l'initiative des Sem les plus importantes. Ainsi, près d'une filiale sur 3 est détenue par une Sem d'exploitation de remontées mécaniques. Le secteur de la promotion et du développement territorial détient également une part significative (21 %), qui s'explique par la nature de ses activités.

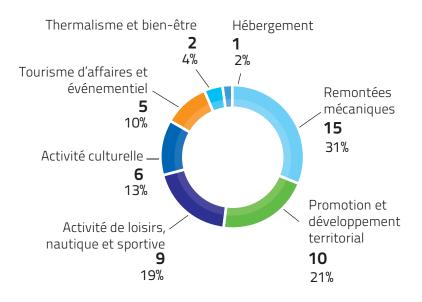
A noter également, la prise de participation élevée de Sem dans d'autres Sem.



Répartition par régime juridique des filiales et prises de participation



Filiales et prises de participation par secteur d'activité



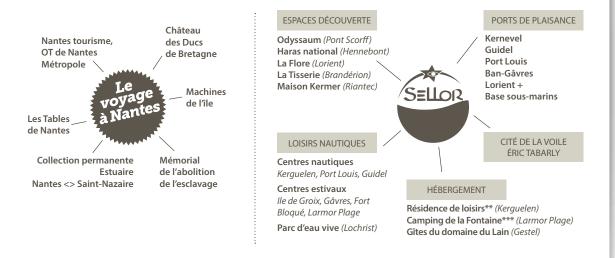
11

Diversification : une activité plurielle pour 103 Epl

Les Epl tourisme exercent rarement une seule activité. Souvent, elles gèrent plusieurs équipements mais de même nature. Cette multiplicité d'activités résulte de la volonté d'offrir une réponse globale sur le territoire, permettant une synergie et des effets de leviers. Les Epl de promotion et développement territorial sont les plus diversifiées (61 %) suivies des Epl de remontées mécaniques (47 %) et de tourisme d'affaires (38 %).

Notons également qu'une dizaine d'Epl tourisme exercent dans d'autres secteurs que leur cœur de métier. A l'inverse, une cinquantaine d'Epl présentes dans d'autres secteurs gèrent en activité dite secondaire des équipements touristiques, à l'image de Orléans Gestion ou encore de la Semag en Guadeloupe.

Exemples de stratégie de diversification dans le secteur du tourisme



Note méthodologique : une Epl est considérée diversifiée à partir du moment où elle exerce une activité dans un autre segment que celui de son activité principale.



Des intentions de diversification modérées

Un peu moins d'une Epl sur 4 envisage de se diversifier d'ici deux ans. Pour 84 % d'entre elles, la diversification est envisagée dans le même secteur d'activité. Néanmoins, près de 40 % des Epl tourisme assurent d'ores et déjà la gestion de plusieurs équipements ou événements.





Projets de création : 44 nouvelles Epl en ligne de mire

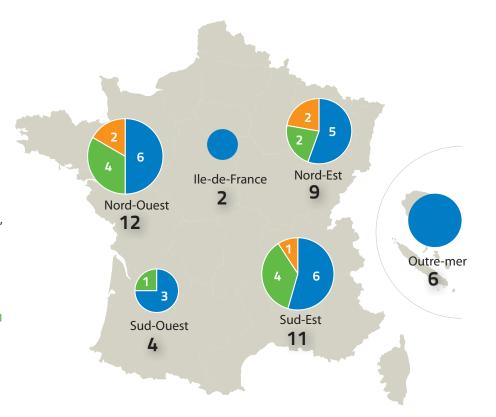


Au 1^{er} juin 2014, la Fédération recense 44 projets dans le secteur du tourisme, soit près de 30 % de la totalité des projets d'Epl.

Gestion d'équipements

Promotion et développement territorial

Tourisme d'affaires et événementiel



	En nb.
Gestion d'équipements	28
Activité culturelle	5
Site et monument patrimoniaux	4
Musée	1
Activité de loisirs, nautique et sportive	18
Port de plaisance	5
Centre de loisirs et base nautique	3
Parc à thème	1
Autres équipements	9
Remontées mécaniques	3
Thermalisme et bien-être	2

Promotion et développement territorial	11
Office de tourisme	7
Autres activités	4

Tourisme d'affaires et événementiel	
Palais des congrès	4
Parc des expositions	1

Implantation : une faible représentation du Nord-Ouest et de l'Ile-de-France

Les quarts Nord-Ouest, Nord-Est, et Sud-Est ont des taux de projets globalement équivalents. Le Sud-Ouest apparaît en retrait malgré des caractéristiques touristiques fortes. Les Outre-mer, avec seulement 8 Epl dans le secteur touristique, comptent 6 projets en cours.

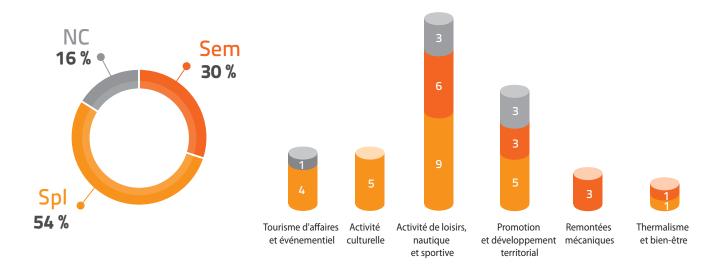
Activités : des projets plus soutenus dans la gestion d'équipements et la promotion territoriale

28 projets d'Epl de gestion d'équipements touristiques sont identifiés dans des secteurs divers : ports de plaisance, remontées mécaniques, sites et monuments patrimoniaux, centres de loisirs...

Dans le secteur de la promotion territoriale, 11 projets d'Epl sont également recensés, dont 6 offices de tourisme, attestant de la conformité de l'outil Epl aux enjeux du tourisme institutionnel.

Statut: entre Sem et Spl

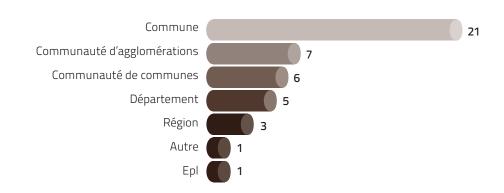
Répartition des intentions de statut par activité



En matière de tourisme, si l'enthousiasme des élus pour les Spl est conforté (24 projets), la Sem demeure une formule reconnue (13 projets), notamment pour porter des activités exigeant une expertise et un savoir-faire particulier et des investissements importants.

Origine des projets : les communes mènent la danse

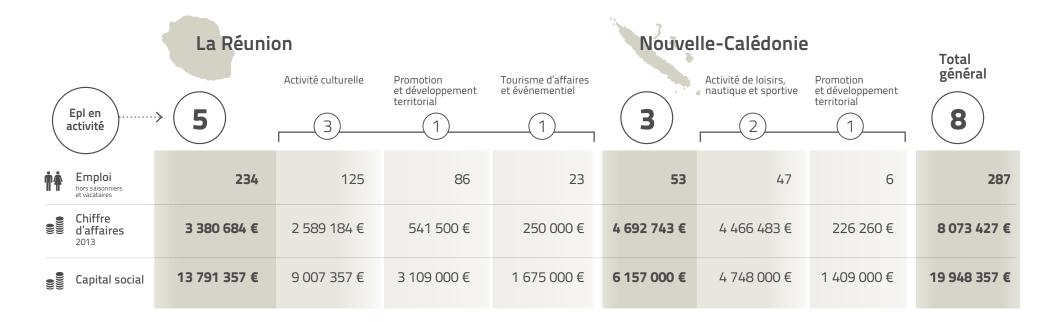
Les communes sont à l'initiative de près d'un projet sur 2. A l'origine de 13 projets, les intercommunalités se présentent comme les nouveaux porteurs des projets touristiques sur le territoire. Ce faisant, le bloc communal est l'initiateur des projets dans près de 80 % des cas, soit 7 points de plus que sur l'ensemble du mouvement.



13. Focus sur les Outre-mer : des territoires prometteurs

Repères Mars 2014





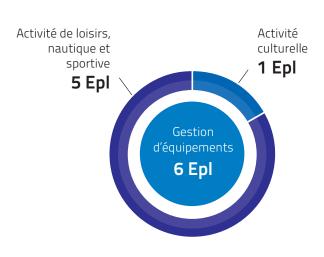
La gestion d'activités tourisme, culture ou loisirs n'est pas qu'un phénomène métropolitain. En mars 2014, on recense 8 Epl dans le secteur, dont 5 en gestion d'équipements, 2 en promotion et développement territorial et 1 en tourisme d'affaires et évènementiel.

Comme constaté au niveau global, les Epl tourisme dans les territoires ultramarins jouent un rôle moteur dans l'économie locale. Actuellement près de 300 emplois, hors saisonniers et vacataires, sont directement rattachés à ces sociétés qui génèrent près de 20 millions d'euros de chiffre d'affaires. Une réelle opportunité pour ces territoires qui, par effet de levier, voient aussi se créer des emplois indirects.

Les projets de créations d'Epl en Outre-mer

Les 6 projets de créations d'Epl dénombrés dans les Outre-mer prouvent la dynamique du mouvement Epl sur ces territoires.

Ils démontrent l'intérêt croissant des collectivités et de leurs élus à créer des structures souples répondant aux besoins de développement de l'économie locale, en assurant une gouvernance politique. Ainsi 5 projets sont en cours dans le secteur des activités de loisirs, nautiques et sportives (port de plaisance, base nautique, parc à thèmes ou encore d'infrastructure sportive) et 1 dans l'activité culturelle.



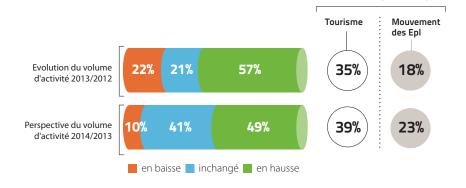
II - Perceptions et perspectives

1. Une opinion hétéroclite des dirigeants selon leur activité

1.1. Volume d'activité : une perception positive

Près de 60 % des dirigeants d'Epl tourisme perçoivent une évolution positive de leur volume d'activité porté par les secteurs des loisirs, des remontées mécaniques, du thermalisme, de la promotion et développement territorial ainsi que du tourisme d'affaires. Au contraire, les Epl de gestion d'équipements culturels et d'hébergement ont plutôt senti une baisse de leur volume par rapport à 2012.

Pour l'année 2014, les prévisions sont optimistes avec moins de baisses attendues : le solde net s'établit à 39 % quand il est de 23 % pour l'ensemble du mouvement.

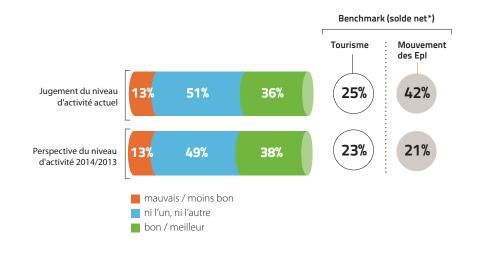


Benchmark (solde net*)

1.2. Niveau d'activité : les dirigeants réservés

Globalement, la perception est positive. Avec un solde net de 23 %, les Epl se disent satisfaites de leur niveau d'activité. Les Epl d'activité culturelle et de thermalisme sont mitigées dans leur perception : d'un côté, elles sont près de 20 % à estimer que leur niveau d'activité est mauvais. De l'autre, elles sont aussi les plus nombreuses à l'apprécier positivement, respectivement pour 50 et 60 % d'entre elles, rejointes par les remontées mécaniques (45 %). Ainsi, il existe de nombreuses disparités entre les structures d'un même secteur.

Note méthodologique : Ce sondage a été réalisé avant la saison estivale. En raison du caractère très volatil et de la saisonnalité de certaines activités, les résultats sont présentés d'une manière qualitative.



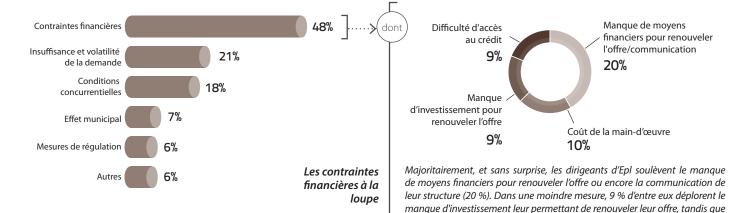
*Solde net : différentiel entre le score positif et le score négatif

1.3. Freins au développement de l'activité : les contraintes financières pointées par les dirigeants

Près d'un dirigeant sur 2 estime que le manque de moyens financiers est le principal frein au développement de l'activité.

L'insuffisance et la volatilité de la demande est pointée par près d'un dirigeant sur 5.

L'effet municipal, tout comme les mesures de régulation, recueillent pour leur part 7 % et 6 % des suffrages.

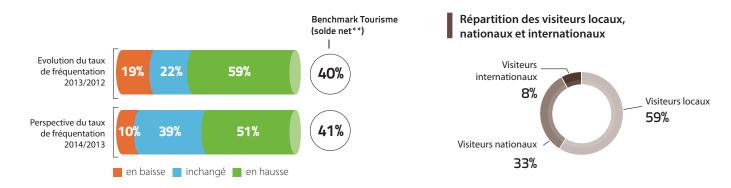


9 % expriment des difficultés d'accession au crédit bancaire.

1.4. Fréquentation des sites : une hausse bienvenue

La fréquentation 2013 est en hausse et les prévisions 2014 sont encourageantes. Les remontées mécaniques présentent un solde net de 66 %. Les dirigeants affichent une confiance en l'avenir : seulement 10 % des Epl s'attendent à une baisse de leur fréquentation. 80 % des Epl de thermalisme prévoient une hausse, 20 % une fréquentation inchangée.

Les Epl accueillent en majorité des visiteurs locaux* (59 %). Les visiteurs internationaux représentent en valeur médiane 8 %. Certaines structures affichent des chiffres importants, à l'image du port Vauban d'Antibes ou encore de la Tour Eiffel avec près de 6 millions d'étrangers, soit 85 % de l'ensemble des visiteurs.



Note méthodologique : les secteurs concernés par cette problématique sont les Epl d'activité culturelle, d'activité de loisirs, d'hébergement, de remontées mécaniques et de thermalisme.

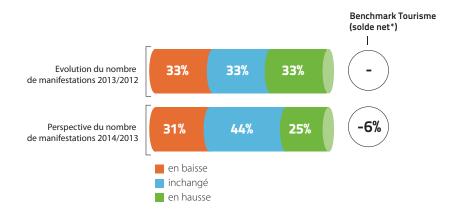
^{*} Dans un rayon de 200 km maximum

^{**}Solde net : différentiel entre le score positif et le score négatif

1.5. Des manifestations en plus grand nombre pour le tourisme d'affaires

Un tiers des Epl tourisme d'affaires a estimé à la hausse son volume de manifestations en 2013. Un quart d'entre elles envisage une hausse similaire en 2014.

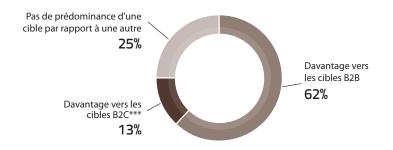
Certaines Epl dépassent les 400 événements, comme Montpellier Events, Lille Grand Palais ou encore Strasbourg Evénements.



Deux tendances se dessinent pour les Epl tourisme d'affaires et d'événementiel. D'une part, 30 % ont organisé plus de manifestations mais de moindre ampleur ; de l'autre, 1 sur 4 a estimé avoir organisé moins de manifestations mais de plus grande ampleur.



62 % des Epl tourisme d'affaires estiment que leur activité tend davantage à se développer vers les cibles B2B**.



Note méthodologique : ces questions ne concernent que les Epl tourisme d'affaires et d'événementiel.



^{***} B2C: Business to Consumer

2.

Situation financière et investissements

2.1. Une solidité financière

41 % des dirigeants jugent leur situation financière actuelle solide. Les activités culturelles et de loisirs affichent les scores les plus positifs : 45 % et 52 % en solde net. En revanche, les Epl de promotion et développement territorial affichent une stabilité avec un solde net à 8 %. Le tourisme d'affaires juge à près de 70 % sa situation financière normale.

Pour 2014, 25 % des dirigeants s'attendent à une amélioration de leur situation financière quand 59 % l'envisagent identique ; seulement 16 % craignent une dégradation. Les plus confiantes sont les Epl tourisme d'affaires et les Epl de thermalisme.

2.2. Anticipation du chiffre d'affaires 2014* : confiance des Epl

Pour 2014, les dirigeants sont confiants. Si la moitié s'attend à un chiffre d'affaires équivalent, 30 % prévoient un chiffre d'affaires supérieur à celui de 2014, soit un score net de 17 % (légèrement en-deçà du mouvement qui se positionne à 19 %).

2.3. Accès au crédit : une perception au cas par cas

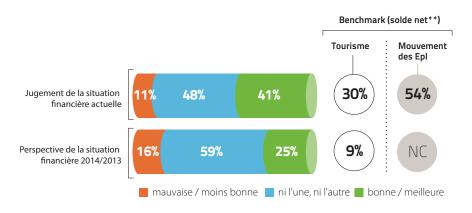
Seulement 12 % des Epl tourisme considèrent que les conditions d'accès au crédit sont aisées. Pour 18 % d'entre elles, elles sont même difficiles. Bien que le solde net s'établisse à - 6 %, 70 % estiment qu'elles sont correctes.

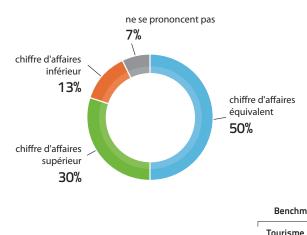
2.4. Souscription en vue pour un tiers des Epl

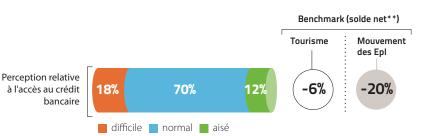
Au cours des trois dernières années, 42 % des Epl tourisme ont souscrit à un ou plusieurs emprunts à court, moyen ou long terme pour appuyer ou développer leurs activités. Dans les prochains mois, 32 % des Epl envisagent de souscrire à un emprunt.



^{**}Solde net : différentiel entre le score positif et le score négatif







2.5. L'investissement : une nécessité



Dans la plupart des cas, il était question de développer l'offre (34 %) ou de rénover les équipements existants (30 %). Pour 20 % des Epl tourisme ayant réalisé des investissements notables, la finalité était l'acquisition d'une nouvelle activité.

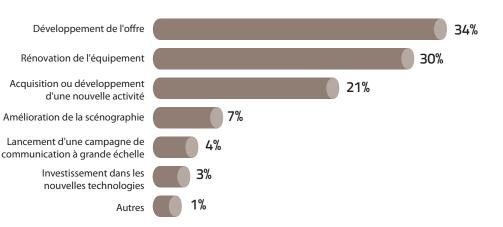
Les Epl ont recours à deux modes de financements principaux pour leurs investissements :

- 40 % déclarent s'autofinancer;
- 39 % déclarent avoir recours au marché bancaire.

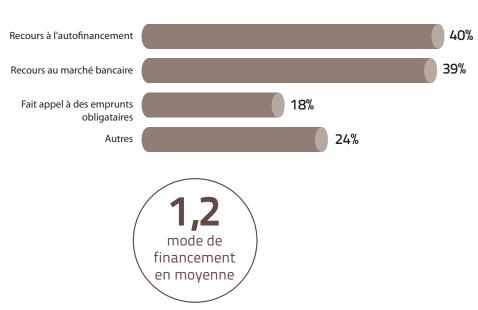
On constate également un taux non négligeable de sociétés faisant appel aux emprunts obligataires (18 %) et une part élevée d'Epl ayant recours à d'autres modes de financement tels que les dispositifs d'aides régionaux et européens comme le Feder.

Note méthodologique : les investissements notables correspondent aux investissements considérés comme inhabituels au regard de l'activité de l'Epl et de la taille de la structure.

La ou les raisons de ces investissements



Pour financer ces investissements, les Epl ont :



III - Monographies sectorielles : les Epl à la loupe

1. La gestion d'équipements

1. Activité culturelle : une progression en devenir



Avec près de 45 000 monuments historiques classés ou inscrits, 1 200 musées et un nombre considérable de théâtres, de cinémas, de salles de spectacles disséminés sur l'ensemble du territoire, la France dispose d'une richesse culturelle incontestable. Cette offre touristique est gérée en grande partie par l'Etat et les collectivités territoriales.

Le champ des activités culturelles est ainsi moins investi par les Epl au regard du potentiel d'exploitation. Pourtant, certaines activités se démarquent et l'outil se révèle propice à la gestion de salles de spectacles (15 sociétés), de sites et monuments patrimoniaux (11) et de cinémas (10).

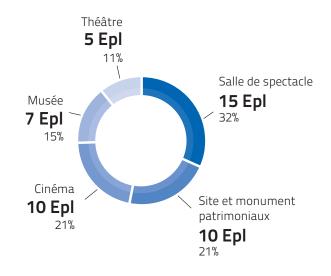
48 Epl d'activité culturelle sont référencées, soit le 3° champ le plus développé du secteur. Les salles de spectacles sont majoritaires : 15 salles sont gérées via l'outil Epl tels les zéniths de Toulouse, Pau, Caen ou encore Paris Bercy.

Actuellement, un quart des grandes villes françaises réfléchit à une réorganisation de ses modes de gestion*. L'arrivée des Spl et la relation *in house* qu'elles impliquent génèrent de nouvelles opportunités pour les collectivités.

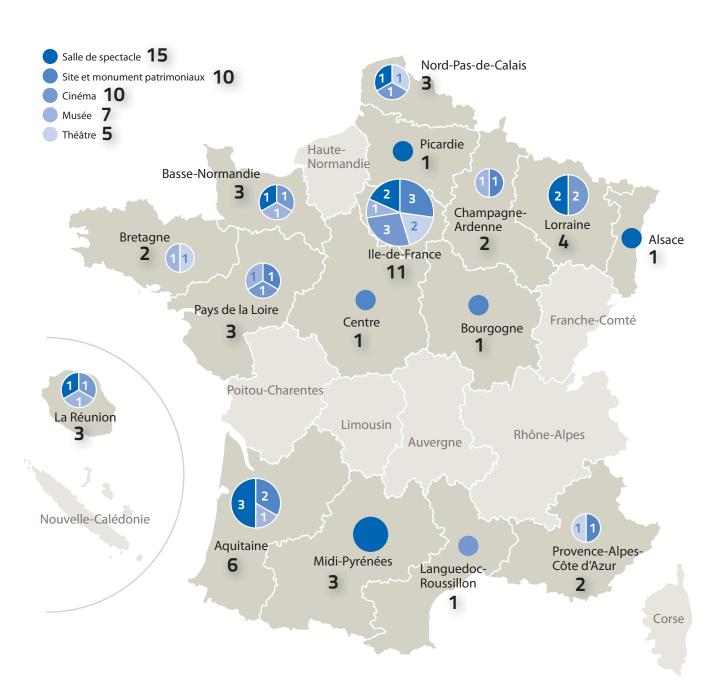
Métiers

Les Epl d'activité culturelle comprennent 5 métiers :

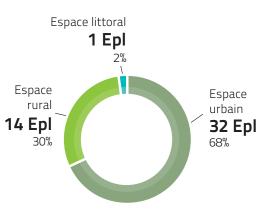
- Les salles de spectacles ;
- Les sites et monuments patrimoniaux ;
- · Les cinémas ;
- · Les musées ;
- · Les théâtres.



^{*}Atlas de la gestion des services publics locaux, IGD et AMGVF, 2013

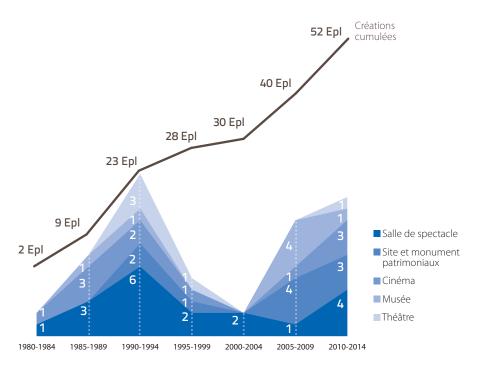


Répartition des Epl d'activité culturelle par type d'espace



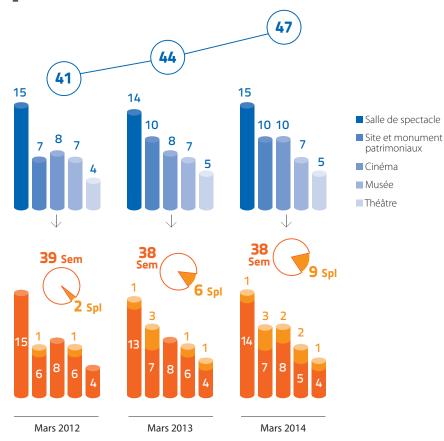
Implantation - Les Epl d'activité culturelle sont, pour plus des deux tiers d'entre elles, implantées en espace urbain (68 %). L'espace rural présente également un certain nombre de structures en mode de gestion Epl (14).

Evolution des Epl d'activité culturelle de 1980 à 2014



La gestion d'activités culturelles par des Epl débute dès les années 1980 et se poursuit jusqu'à la fin des années 1990. Le développement est principalement porté par les salles de spectacles. Si l'on constate une chute des créations en 2000, la croissance reprend énergiquement en 2010. 13 Epl ont vu le jour ces 4 dernières années : 4 sites ou monuments, 4 musées, 4 salles de spectacles et 1 cinéma. Mal connue, la gestion d'activités culturelles par l'outil Epl semble prendre de l'ampleur et une forte évolution dans les années à venir est à prévoir.

Evolution des Epl en activité



Au nombre de 41 en 2012, les Epl dédiées aux activités culturelles sont 47 en 2014. Les sites et monuments patrimoniaux comme les cinémas alimentent cette croissance. Les autres activités ne connaissent pas d'évolution significative.

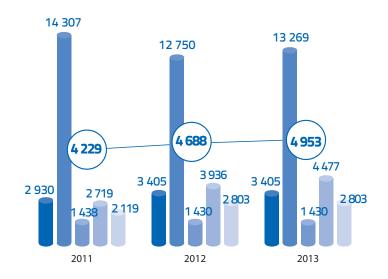
Depuis 2013, le nombre de Sem est stable (38), quand les Spl augmentent progressivement (+ 7 depuis 2012). La croissance des Spl est soutenue notamment par les métiers de la gestion de sites et monuments patrimoniaux, comme en témoignent la Spl Carreau du Temple ou encore celle de Lascaux Exposition Internationale.

Emploi - L'arrivée de nouvelles structures, peu pourvues en effectif, relativise l'effectif moyen par Epl de gestion de sites et de monuments patrimoniaux. Les structures de taille importante (qui emploient plus de 100 salariés) connaissent au contraire une augmentation.

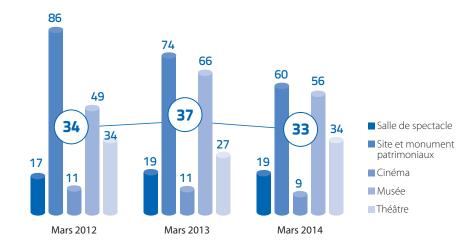
Chiffre d'affaires - Le chiffre d'affaires moyen est globalement en hausse d'environ 700 000 €. Les musées et les salles de spectacles enregistrent les meilleures évolutions. Le chiffre d'affaires des Epl de gestion de sites et monuments patrimoniaux est très élevé dans la mesure où elles comptent dans leurs rangs des structures de taille importante telles que la Sem d'exploitation de la Tour Eiffel.

Capital social - Avec une moyenne de 456 000 € par société, le capital social est en légère baisse et se révèle plus faible que sur d'autres gestions d'équipements.

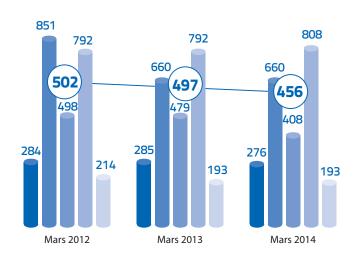
Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)



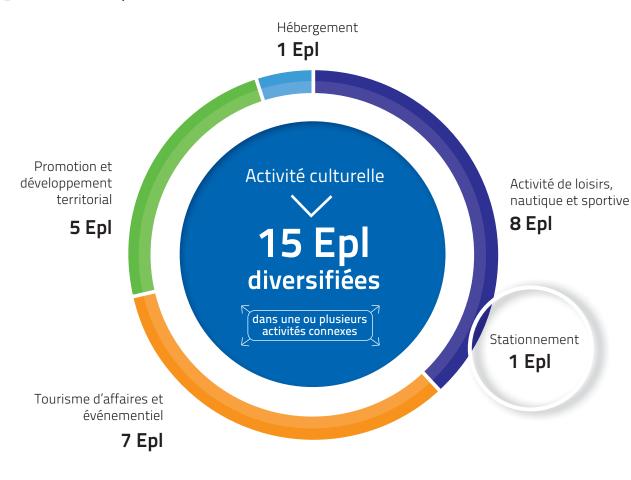
Evolution moyenne de l'effectif par Epl



Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



Diversification des Epl d'activité culturelle



Diversification - 31 % des Epl d'activité culturelle se sont diversifiées. Quand les musées sont en majorité mono-activité, les Epl de gestion de sites et de monuments patrimoniaux proposent des prestations complémentaires. Ainsi, en parallèle de leur cœur de métier, elles entretiennent des équipements de loisirs, proposent des hébergements ou encore investissent dans les activités de promotion du territoire.

Les Epl qui administrent les salles de spectacles ont généralement un lien avec le tourisme d'affaires (palais des congrès, événementiel) ou la promotion territoriale via un office de tourisme. La Sem du Grand Rodez par exemple gère une salle de spectacle et un office de tourisme.



2. Activité de loisirs, nautique et sportive : une grande diversité parmi les 80 Epl



Au nombre de 80, les Epl d'activité de loisirs, nautique et sportive représentent 28 % du secteur. Une grande diversité des activités existe. On trouve aussi bien des structures de grande taille, comme les parcs à thème, que des sociétés de taille modeste, telles que celles gérant des piscines ou des patinoires.

Avec 15 Spl, l'activité de loisirs représente 32 % des Spl de tourisme.

Outre les 80 sociétés, 27 Epl référencées dans un autre segment ont également en charge la gestion d'équipements de loisirs. En conséquence, près de la moitié des Epl tourisme assure la gestion d'un équipement de loisirs.

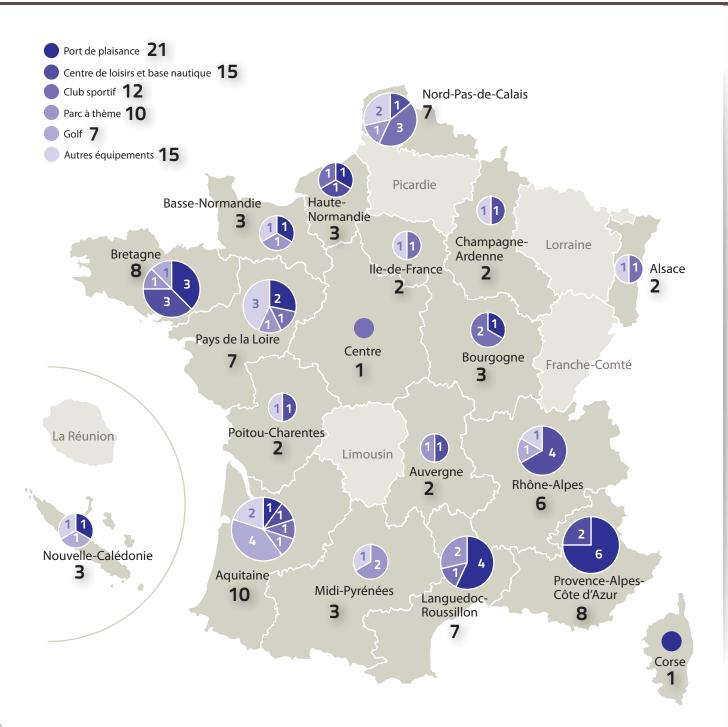
Les loisirs participent à l'attractivité d'un territoire et sont parfois même de dimension internationale à l'instar de la Société des golfs de Biarritz qui gère des compétitions mondiales.

Métiers

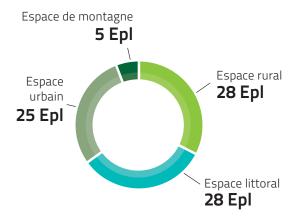
Les Epl de loisirs comprennent 6 métiers :

- · Les ports de plaisance ;
- Les centres de loisirs et bases nautiques ;
- · Les clubs sportifs;
- · Les parcs à thème;
- Les golfs ;
- Autres équipements: sous cette appellation ont été regroupées les activités sportives (centres équestres, tennis, sports nautiques...) et les activités de loisirs ludiques (piscine, patinoire, bowling...).





Répartition des Epl d'activité de loisirs, nautique et sportive par type d'espace

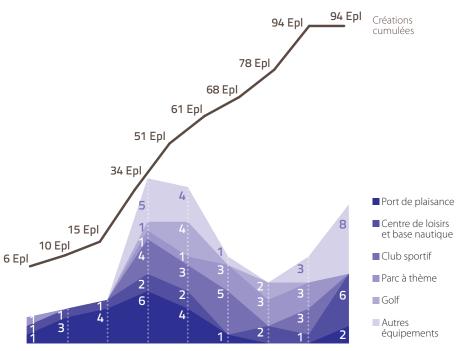


Implantation - Les activités de loisirs sont ventilées de façon homogène sur le territoire. Certaines régions sont mieux équipées que d'autres à l'image de l'Aquitaine, la Bretagne ou encore les Pays de la Loire.

Les Epl loisirs investissent de manière quasiégale l'espace rural, littoral et urbain. Au sein des zones rurales et urbaines se situe la plupart des activités traditionnelles de loisirs : parcs à thème, centres de loisirs, golfs et clubs sportifs.

Les 21 ports de plaisance gérés par une Epl couvrent la totalité des façades maritimes métropolitaines. On note une volonté accrue des élus locaux de se réapproprier cette activité au travers d'Epl.

Evolution des Epl d'activité de loisirs, nautique et sportive de 1970 à 2014



1970-1974 1975-1979 1980-1984 1985-1989 1990-1994 1995-1999 2000-2004 2005-2009 2010-2014

Contrairement à d'autres secteurs, les Epl de loisirs émergent dès le début des années 1970, avec la création notamment de plusieurs ports de plaisance. Les créations explosent entre 1985 et 1995 dans toutes les catégories d'activités : l'acte I de la décentralisation et la démocratisation des loisirs sont des éléments décisifs. Après une baisse du nombre de créations en 2000, la croissance reprend en 2005.

Depuis 2010, 6 centres de loisirs et/ou bases nautiques ont été créés notamment des centres aqualudiques comme à Saint-Amand-les-Eaux ou encore l'Aquabowling des Falaises à Criquetot-l'Esneval.

Certaines disparitions de sociétés viennent minimiser les créations d'Epl de loisirs. On ne compatibilise ainsi que 3 Epl de plus entre 2011 et 2013. Face à la perte de deux clubs sportifs, les ports de plaisance, les parcs à thème et les centres de loisirs connaissent une augmentation.

Evolution des Epl en activité 80 ■ Port de plaisance ■ Centre de loisirs et base nautique ■ Club sportif Parc à thème Golf Autres équipements **72** Sem Mars 2012 Mars 2013 Mars 2014

Le nombre de Sem a diminué. A l'origine de cette baisse, la disparition de structures et la transformation de Sem en Spl. En effet, en 2 ans, 4 Sem de ports de plaisance ont fait évoluer leur statut, à l'image des ports du Havre et du Morbihan. Les Spl répondent parfaitement aux enjeux des ports de plaisance, qui sont pour la plupart (54 %) gérés en régie publique. La Spl permet à la collectivité d'engager des investissements importants au sein d'un opérateur dédié, tout en conservant la gouvernance. 10 nouvelles Spl sont ainsi créées entre 2011 et 2013 profitant d'abord aux ports de plaisance et aux centres de loisirs et bases nautiques.

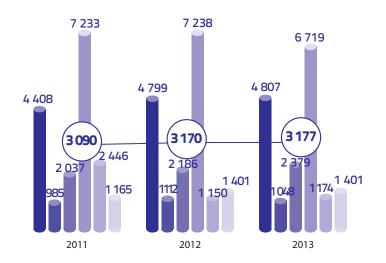
Infrastructures de grande taille, les parcs à thème occasionnent des investissements considérables. Dès lors, l'ensemble de ces parcs sont gérés par des Sem, à l'image de Vulcania, Nausicaa ou encore la Cité de l'Espace.

Emploi - L'effectif moyen est en légère hausse (+ 3 %). Les parcs à thème confirment leur statut d'importants pourvoyeurs d'emplois au niveau local (85 employés en moyenne). En outre, ces chiffres ne font pas état du fort emploi saisonnier qui existe dans ce type de métiers.

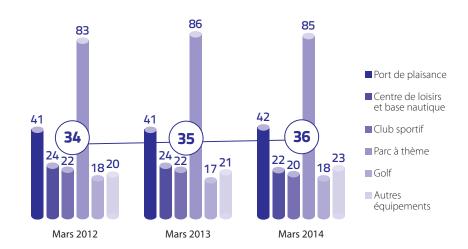
Chiffre d'affaires - Les parcs à thème enregistrent une baisse moyenne de 300 000 € de leur chiffre d'affaires, due pour partie au changement de statut du Futuroscope. Partout ailleurs, les chiffres sont stables ou en hausse. Les différentes activités ont une capacité certaine de résistance au contexte économique morose.

Capital social - Le capital social moyen par Epl s'établit en 2014 à près de 600 000 €. Excepté les parcs à thème, qui nécessitent un capital social solide, il s'agit majoritairement de structures de taille modérée où les équipements et infrastructures gérés sont de moindre ampleur.

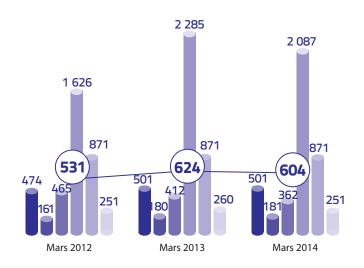
Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)



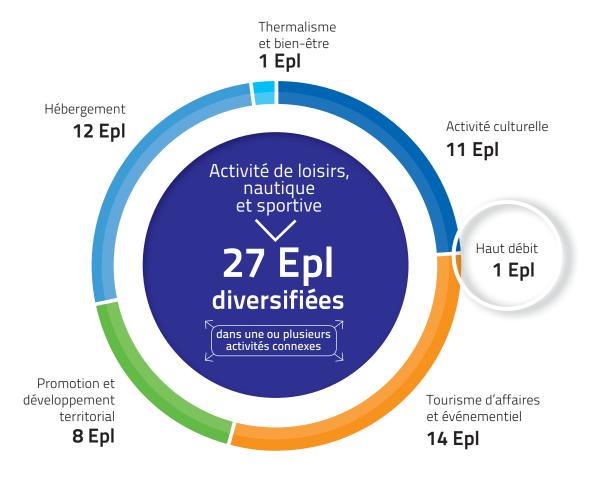
Evolution moyenne de l'effectif par Epl



Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



Diversification des Epl d'activité de loisirs, nautique et sportive

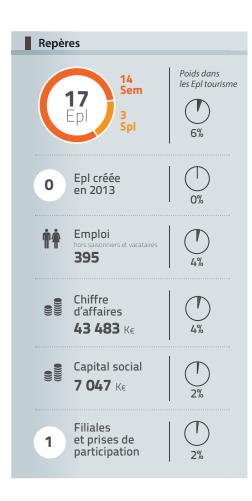


Diversification - Nombre d'Epl de loisirs sont en pluri-activité mais ne font pas partie des Epl diversifiées au sens de la définition retenue par cette étude. N'apparaissent ici que les structures dont les activités sont non référencées dans l'activité de loisirs. Ainsi, une Epl qui a en charge un centre de loisirs, un parc à thème et un golf n'est pas identifiée dans l'analyse.

Au total, 27 Epl de loisirs exercent une ou plusieurs autres activités, soit plus du tiers. Les stratégies de diversification des Epl de loisirs sont d'abord tournées vers le tourisme d'affaires (1 Epl diversifiée sur 2): palais des congrès, parcs des expositions et essentiellement événementiel. Les structures optent également pour des activités culturelles (11), d'hébergement (12) et de promotion territoriale (8).



3. Hébergement : un complément de l'offre globale



La France dispose d'une offre d'hébergement importante bien qu'insuffisante au regard de la demande : 6 millions de lits sont répartis sur 225 400 établissements d'hébergement touristique*.

Alors que les hôtels représentent 22 % de ces lits, les résidences de tourisme 12 %, l'hôtellerie de plein air pèse pour sa part 47 % de l'offre!

Gérés par les collectivités dans 1 cas sur 4 (communal ou intercommunal), les hébergements n'en demeurent pas moins majoritairement la chasse gardée des acteurs privés.

Néanmoins, la gestion d'hôtels, de résidences de tourisme, de campings ou de villages de vacances peut aussi revenir à une Epl.

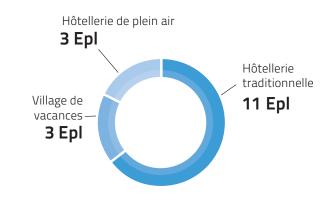
Activité secondaire dans plus de 60 % des cas, celle-ci complète une prestation globale.

A ce jour, on recense 45 Epl affichant au moins une activité d'hébergement (17 en activité principale). Les Epl de loisirs (12) et de promotion territoriale (8) sont les principales porteuses de cette dynamique mais l'ensemble des sociétés de gestion d'équipements et de tourisme d'affaires contiennent à minima une Epl qui propose un hébergement.

Métiers

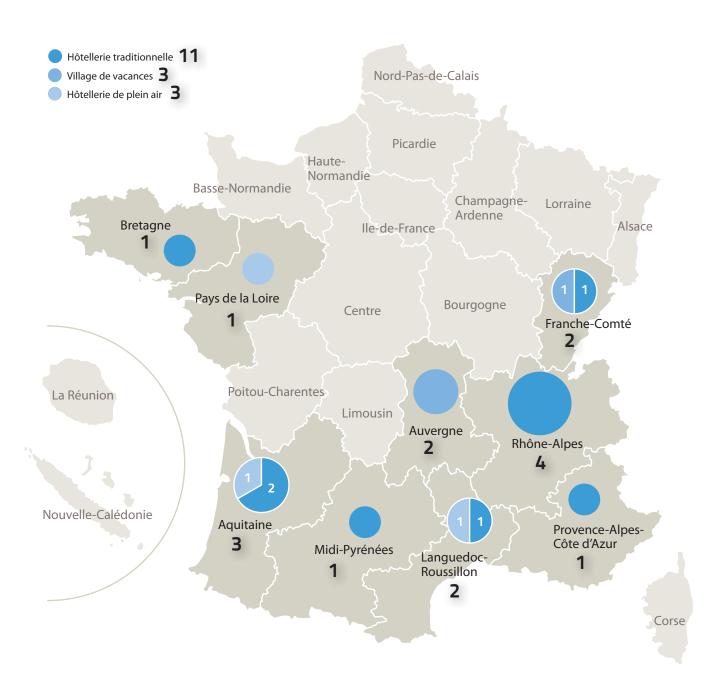
Les Epl d'hébergement sont de 3 types :

- L'hôtellerie traditionnelle (regroupant hôtels et résidences de tourisme) ;
- Les villages de vacances ;
- L'hôtellerie de plein air.

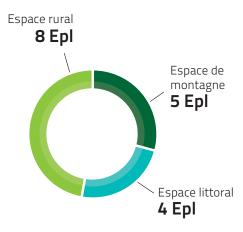


Note méthodologique : seules sont prises en compte les Epl ayant pour activité principale une activité d'hébergement, soit 17 structures.

^{*} Mémento du tourisme, Dacis, Edition 2013



Répartition des Epl d'hébergement par type d'espace



Implantation - Les Epl d'hébergement sont situées dans les espaces ruraux (8) puis de montagne (5) et littoraux (4). En milieu urbain, l'offre d'hébergement est gérée essentiellement par des acteurs privés.

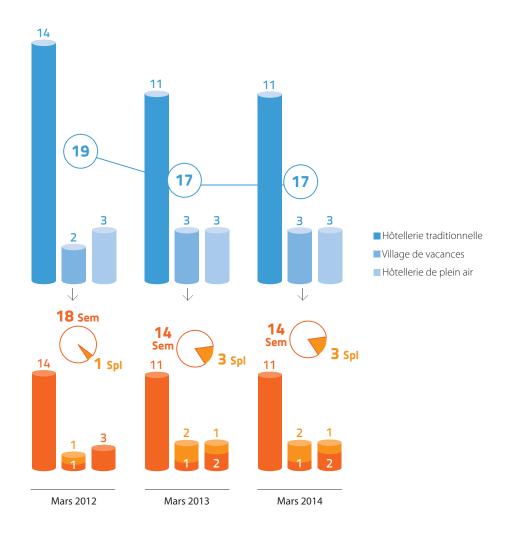
Malgré la perte de 2 structures, 17 Epl d'hébergement sont en activité sur le territoire, dont 11 hôtels ou résidences de tourisme.

Face à la concurrence exacerbée de ce secteur, les Epl tendent à se positionner comme des sociétés proposant une offre packagée. L'hébergement est de plus en plus présent au sein des Epl tourisme mais consiste d'abord en un soutien à d'autres activités comme complément d'une prestation, plutôt qu'en activité principale. C'est dans cette perspective que la Société anonyme pour la gestion et l'animation du parc de loisirs de Saint-Cyr (Saga 86) propose en marge de ses activités (base de loisirs, golf, restauration...) une prestation d'hôtellerie de plein air.

Deux villages de vacances sont sous statut Spl : la Spl la O et la Spl Saviloisirs.



Evolution des Epl en activité



Emploi - Si le nombre d'employés moyen est en en légère baisse (33 par société), l'hôtellerie traditionnelle compte un effectif de 40 salariés, en hausse par rapport à mars 2012.

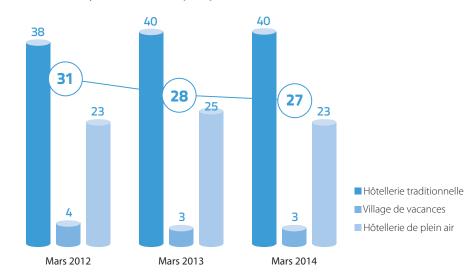
Chiffre d'affaires - Le chiffre d'affaires s'établit à plus de 2,5 millions d'euros par Epl. Les villages de vacances, à vocation sociale, avoisinent les 300 000 € de chiffre d'affaires.

Capital social - Le capital social de ces structures est stable.

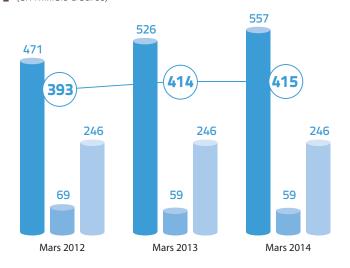
Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)



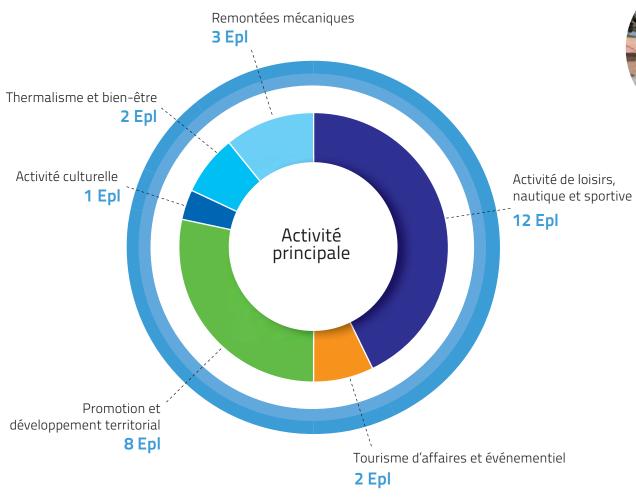
Evolution moyenne de l'effectif par Epl



Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



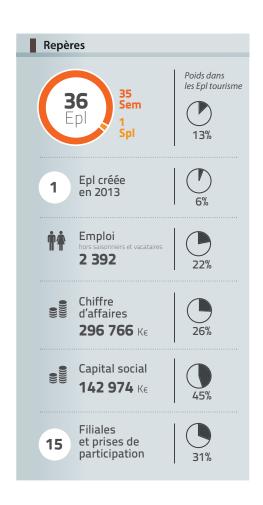
Epl ayant une activité dans l'hébergement



Diversification - Comme évoqué précédemment, l'hébergement constitue une activité complémentaire permettant de développer son offre autrement. 62 % des Epl ayant une activité d'hébergement affichent effectivement une activité principale différente.



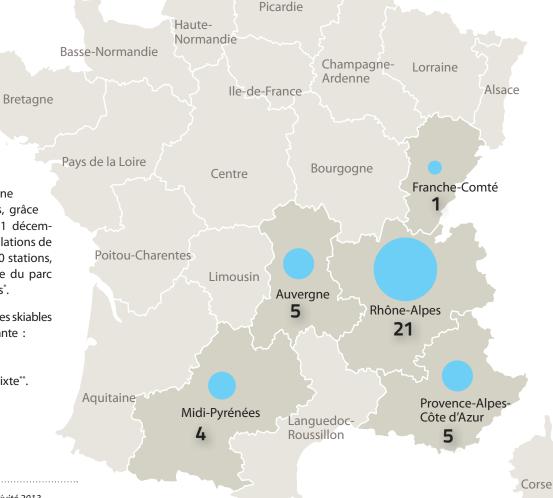
4. Remontées mécaniques : des pionnières dans le secteur



Les sports d'hiver constituent un secteur mature qui connaît une croissance moyenne de 2,8 % par an depuis 15 ans, grâce aux clientèles étrangères. Au 31 décembre 2012, on compte 3 532 installations de remontées mécaniques pour 250 stations, soit près de 18 % de l'ensemble du parc mondial, concentrés sur 336 sites*.

Les opérateurs français de domaines skiables se répartissent de la manière suivante :

- 44 % de régies publiques ;
- 43 % de sociétés privées ;
- 13 % de sociétés d'économie mixte**.
 - Remontées mécaniques 36

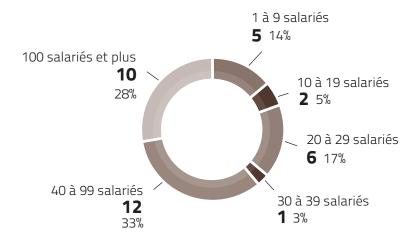


Nord-Pas-de-Calais

^{*} Source : Services Techniques des Remontées Mécaniques et des Transports Guidés (STRMT), Bilan d'activité 2013

^{**} Source: Domaines skiables de France

Répartition des Epl de remontées mécaniques par taille

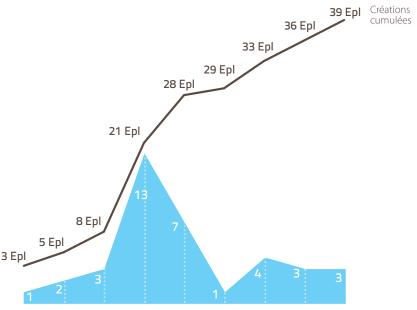


Les Epl de remontées mécaniques sont des structures de taille variable : 3 Epl sur 5 comptent plus de 40 salariés et près d'une sur 4 un effectif supérieur à 100.

Les équipements gérés par ces sociétés nécessitent un entretien et un renouvellement permanent, ce qui explique un capital social moyen élevé. S'estimant à plus de 140 millions d'euros, il pèse 45 % du capital total des Epl tourisme. Le chiffre d'affaires, proche des 300 millions d'euros, est lui aussi important puisqu'il représente un quart du chiffre d'affaires global. En outre, on dénombre 15 filiales et prises de participation, faisant des remontées mécaniques le domaine le plus filialisé des Epl tourisme.

Implantation - Les 36 Epl de remontées mécaniques sont présentes dans tous les massifs de France, à l'exception des Vosges. Majoritairement situées dans les Alpes (26 sociétés), elles gèrent aussi des équipements dans les Pyrénées (4), le Massif Central (5) et le Jura (1).

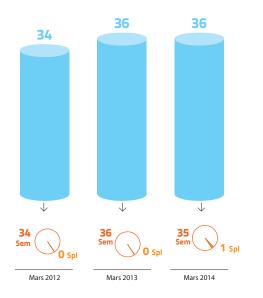
Evolution des Epl de remontées mécaniques de 1970 à 2014



1970-1974 1975-1979 1980-1984 1985-1989 1990-1994 1995-1999 2000-2004 2005-2009 2010-2014

La première création de Sem de remontées mécaniques remonte aux années 1930. Quelques créations s'opèrent entre 1950 et 1980 avant de monter en flèche en 1985. Dès les années 1995, les créations chutent, les nouveaux équipements étant rares et les délégations de service public ayant été attribuées pour des durées variant de 10 à 30 ans. De nombreux contrats de DSP arrivent à échéance à partir de 2015, ce qui pourrait constituer une opportunité pour la gamme Epl, notamment avec la création récente du statut SemOp.

Evolution des Epl en activité



2 nouvelles Epl sont créées entre 2012 et 2014, portant le nombre total de sociétés à 36. On dénombre actuellement 3 projets de remontées mécaniques au moyen d'une Epl.

Les Sem, à l'image des stations de Megève, l'Alpe d'Huez, Peyragudes ou encore des Rousses, sont majoritaires. Une Spl a néanmoins été créée en 2013 : la Spl Oz-Vaujany.

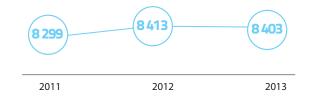
Emploi - Comptabilisant un total de 2 400 emplois, les Epl de remontées mécaniques s'établissent comme de gros employeurs. L'effectif est stable avec une moyenne de 80 employés par structure.

Evolution moyenne de l'effectif par Epl



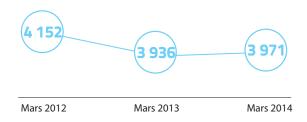
Chiffre d'affaires - Les Epl de remontées mécaniques cumulent le chiffre d'affaires le plus élevé, soit près de 300 millions d'euros, établissant une moyenne par Epl à 8,4 millions d'euros.

Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)

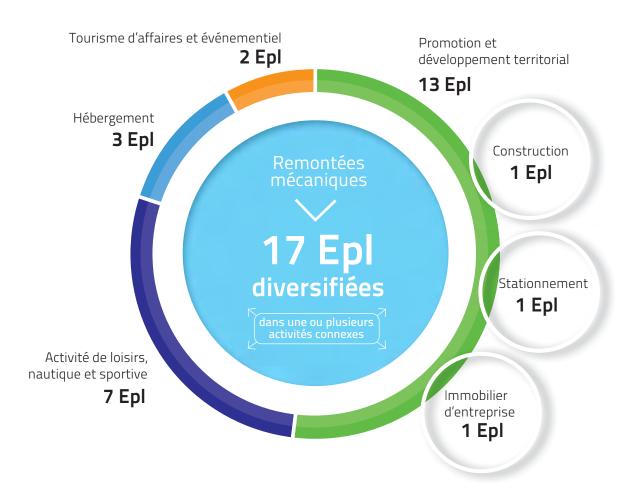


Capital social - Après avoir légèrement diminué en 2013, il s'établit à près de 4 millions d'euros par société en mars 2014.

Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



Diversification des Epl de remontées mécaniques

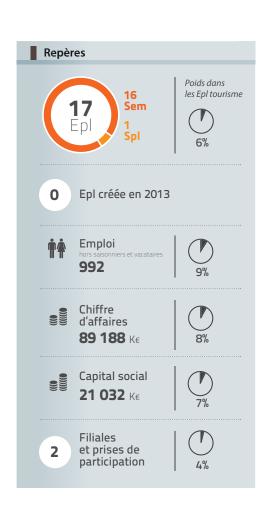


Diversification - Près d'une Epl de remontées mécaniques sur 2 exerce des activités dans un autre secteur. Cette diversification se fait majoritairement au profit des activités de promotion et de développement territorial. En effet, de nombreuses Sem, au-delà de leurs équipements, investissent le champ de la promotion territoriale par la gestion d'un office du tourisme ou d'une centrale de réservation.

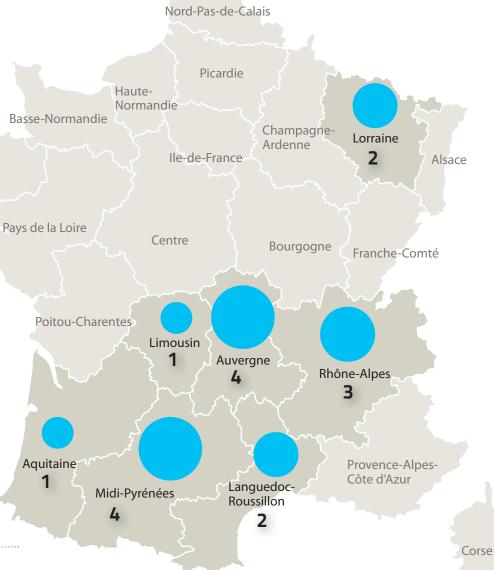
La commune de Valmeinier en est un témoignage : elle a choisi d'associer son office de tourisme à la gestion des remontées mécaniques. D'autres sociétés proposent des offres packagées en couplant leur offre de remontées mécaniques avec des centres loisirs, comme la Sem Sagets (Les Gets).



5. Thermalisme et bien-être : vers un renouveau

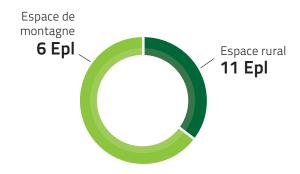






^{*} Source: Conseil National des Exploitants Thermaux

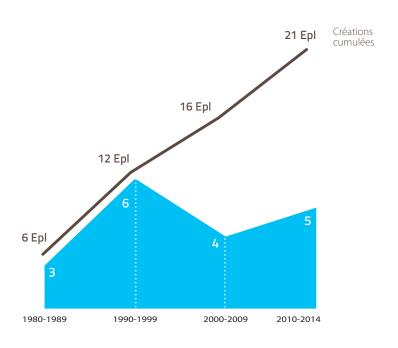
Répartition des Epl de thermalisme et bien-être par type d'espace



Implantation - Les centres thermaux gérés en Epl sont concentrés principalement en Auvergne (4 sociétés), en Midi-Pyrénées (4) et en Rhône-Alpes (3), soit en espace rural pour 65 % d'entre eux et en zone de montagne pour 35 %.

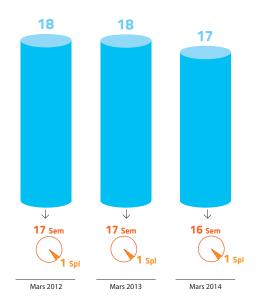
Casting and the second of the

Evolution des Epl de thermalisme et de bien-être de 1980 à 2014



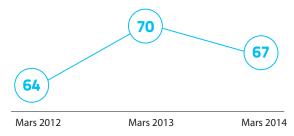
Les années 1980 avec la décentralisation de la compétence tourisme permettent la création de structures de thermalisme sous forme d'Epl. Si le rythme de croissance est plutôt faible, un regain de créations semble avoir lieu depuis 2010. Il est dû en partie à des transformations de centres thermaux gérés en Epl.

■ Evolution des Epl en activité



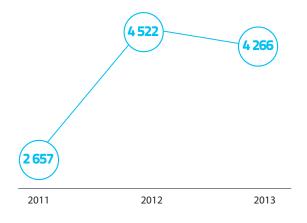
La fermeture de la Compagnie thermale de Dax porte le nombre d'Epl de thermalisme à 17. Depuis 1930, seulement quatre stations thermales ont disparu ou ne sont plus gérées par une Epl. **Emploi** - L'effectif est stable au sein des Epl de thermalisme. Gros recruteurs (notamment en raison d'une offre variée de prestations), les Epl emploient en moyenne 67 salariés.

Evolution moyenne de l'effectif par Epl



Chiffre d'affaires - Le chiffre d'affaires moyen a évolué de près de deux millions d'euros entre 2011 et 2012 et se stabilise en 2013.

Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)

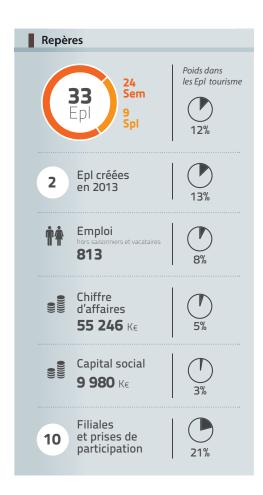


Capital social - Malgré une légère baisse entre mars 2013 et mars 2014, le capital social est stable.

Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



2. Promotion et développement territorial : un secteur prometteur



La promotion et le développement territorial font référence, entre autres, au tourisme institutionnel constitué de comités régionaux et départementaux du tourisme, maisons de pays mais surtout d'offices du tourisme. Si depuis l'apparition de l'intercommunalité, le nombre d'offices du tourisme tend à baisser, on en recense toutefois encore 2 800° dont une grande majorité (75 %) est gérée par des associations loi 1901.

On enregistre une tendance à la transformation de structures initialement gérées en association vers le mode de gestion Sem/Spl. Raison principale de ce changement : la faculté de l'outil Epl à mettre en synergie différents échelons territoriaux en vue d'une mutualisation de leurs moyens. Avec l'affirmation des métropoles et les réflexions engagées sur la nouvelle carte territoriale, de nombreux regroupements pourront avoir un impact sur les Epl de promotion territoriale.

Avec 33 Epl, la promotion et le développement territorial représentent un secteur en pleine expansion. Si 33 Epl ont une activité principale de promotion, 29 l'exercent comme activité secondaire. Les Epl de gestion de remontées mécaniques (13) et de loisirs (8) sont les principaux secteurs concernés. 26 offices de tourisme sont gérés via un mode Epl (19 en activité principale): un faible nombre au regard de la quantité d'offices de tourisme présents sur le territoire national mais qui peut connaître de vives évolutions dans les années à venir, notamment dans le cadre du projet de loi portant nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe).

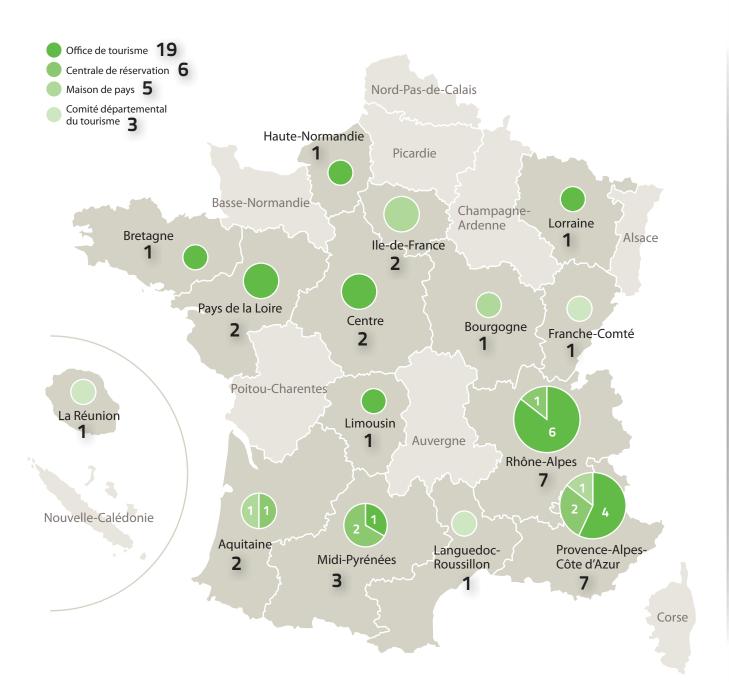
Métiers

Les Epl de promotion et développement territorial comprennent 4 métiers :

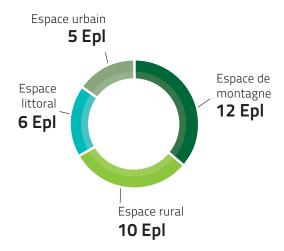
- · Les offices de tourisme ;
- · Les centrales de réservation :
- · Les maisons de pays ;
- · Les comités départementaux du tourisme.



^{*} Source : Offices de tourisme de France

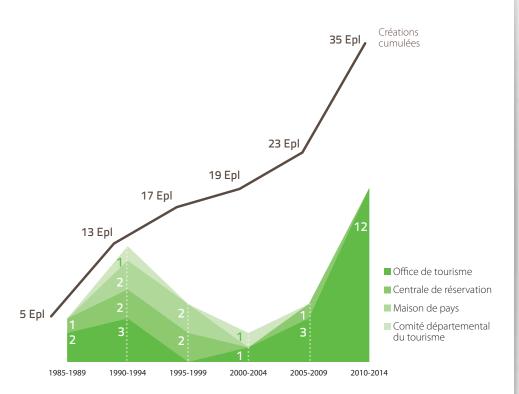


Répartition des Epl de promotion et développement territorial par type d'espace



Implantation - Les Epl de promotion et développement territorial ne répondent pas à une logique géographique particulière. Ventilées de façon homogène sur le territoire, elles ont une présence plus marquée en montagne et en espace rural. On peut noter une surreprésentation en régions Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur, qui cumulent plus de 40 % de l'ensemble des Epl de ce domaine.

Evolution des Epl de promotion et développement territorial de 1985 à 2014



Les Epl du secteur apparaissent timidement dans les années 1980. Le coup d'accélérateur est récent. Avec 15 nouvelles Epl depuis 2000, le glissement du régime associatif des offices du tourisme vers les Epl, et surtout vers les Spl, est actuellement en marche. Le nombre de projets en cours (11) est significatif et démontre l'intérêt manifesté par les élus pour le développement de l'économie touristique, créatrice de richesses directes et indirectes pour leur territoire.

Evolution des Epl en activité



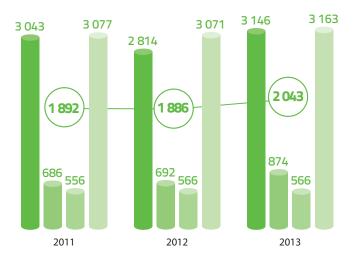
Avec 6 nouvelles structures depuis 2012, dont les offices du tourisme de Martigues et de Tours, les OT soutiennent la croissance du secteur. On compte désormais 19 Epl ayant pour activité principale la gestion d'un office de tourisme. 5 maisons de pays, 6 centrales de réservation et 3 comités départementaux du tourisme réalisent également la promotion du territoire. Les offices du tourisme combinent les deux statuts : 11 sont des Sem, 8 des Spl.

Emploi - Après une baisse en 2013, l'effectif moyen tend à se stabiliser, voire à augmenter, notamment au sein des comités départementaux du tourisme qui comptent près de 56 employés par Epl.

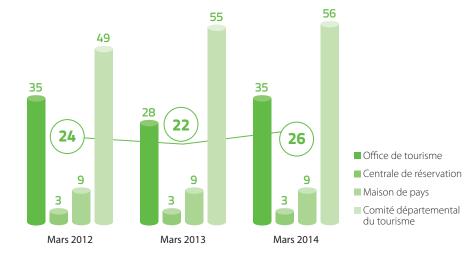
Chiffre d'affaires - S'il est vrai que les offices de tourisme, les comités départementaux du tourisme et les maisons de pays ont pour vocation première de promouvoir leur territoire, leur activité, via principalement des prises de participations dans d'autres structures (pour les Sem), permet de développer des activités lucratives. Ainsi, on observe une augmentation de 200 000 euros du chiffre d'affaires moyen, qui s'établit à 3 millions d'euros, pour les offices de tourisme et les comités départementaux du tourisme*. Certaines structures, et particulièrement en montagne, réalisent des chiffres d'affaires importants, qui s'expliquent par leur situation géographique.

Capital social - Le capital social ne connaît pas d'évolutions majeures ces trois dernières années.

Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)



Evolution moyenne de l'effectif par Epl

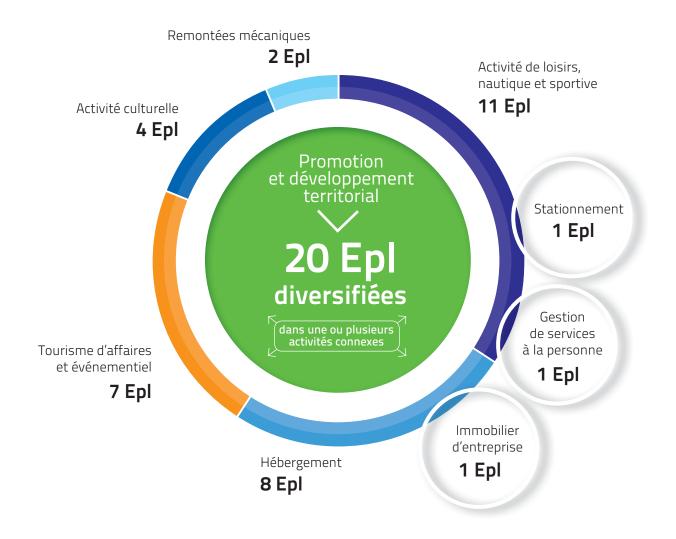


Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



*Note méthodologique: les données chiffre d'affaires et effectif présentées ci-dessus sont générées principalement par les autres activités dans lesquelles les offices de tourismes, comités départementaux du tourisme, maisons de pays ou centrales de réservation ont pris des participations ou gèrent en parallèle de leur activité principale. 61 % des Epl de promotion et développement territorial exercent une ou plusieurs autres activités lucratives.

Diversification des Epl de promotion et développement territorial





Diversification - Le secteur de la promotion et du développement territorial est, au sein du mouvement, un secteur très diversifié. En effet, plus de 60 % des Epl de promotion territoriale exercent une ou plusieurs activités dans un autre secteur.

Les offices de tourisme, principalement, gèrent en parallèle des équipements de loisirs ou investissent le secteur du tourisme d'affaires.

3. Tourisme d'affaires et événementiel : la dynamique est lancée



Le tourisme d'affaires est un secteur en pleine expansion au niveau national et international. La France se positionne comme le 5e pays d'accueil de congrès internationaux et Paris se classe au 2e rang derrière Londres*. Aujourd'hui, ces activités sont loin d'être l'apanage des grandes capitales. Au début des années 1980, la majorité des grandes villes françaises se dotait d'un palais des congrès ; à l'heure actuelle, 120 centres de congrès sont répartis sur le territoire. Historiquement urbaine, cette activité cherche à gagner d'autres territoires, notamment l'espace rural où elle pourrait créer une dynamique économique.

Avec 52 sociétés, le tourisme d'affaires et événementiel est le 2^e plus gros secteur des Epl tourisme. En croissance depuis 2011, les créations suivent la dynamique nationale. Avec 212 millions de chiffre d'affaires porté à hauteur de 73 % par les palais des congrès, le tourisme d'affaires reste sans conteste un levier de croissance pour l'économie locale. En effet, ce secteur crée de la valeur ajoutée de façon directe et indirecte mais aussi préserve et crée de l'emploi localement.

Métiers

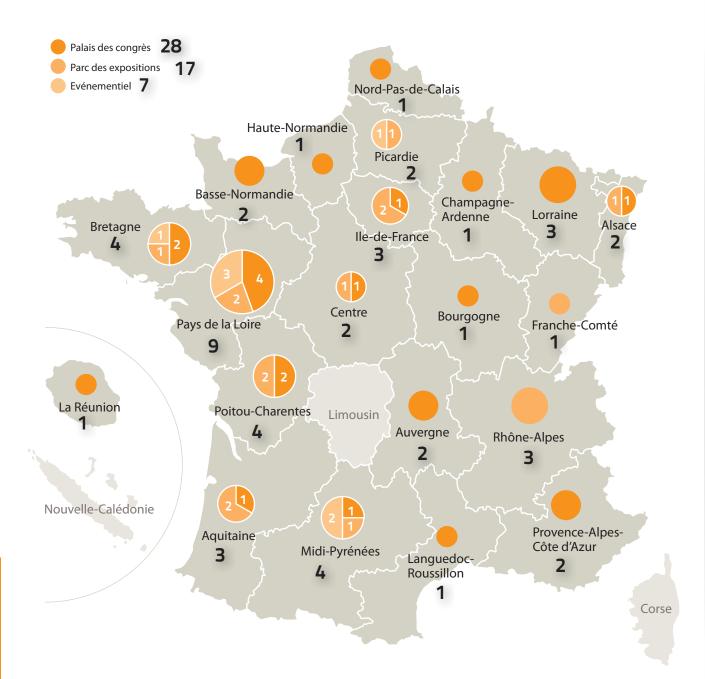
Les Epl tourisme d'affaires et événementiel comprennent 3 métiers :

- · Les palais des congrès ;
- Les parcs des expositions ;
- · L'événementiel.



Note méthodologique : on entend par « événementiel » des Epl gérant l'organisation d'événements du type salon, congrès ou encore festival.

^{*} Source : Comité national de pilotage des foires, salons, congrès et ICCA (International Congress and Convention Association)



Répartition des Epl de tourisme d'affaires et événementiel par type d'espace



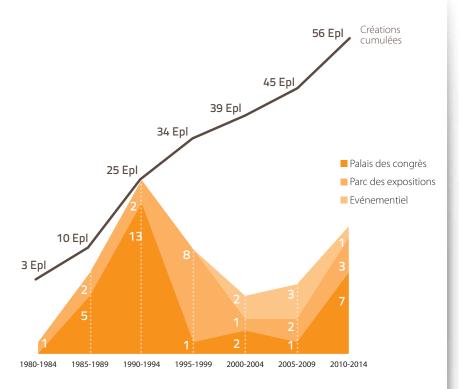
Implantation - L'activité tourisme d'affaires et événementiel est légitimement surreprésentée au sein des espaces urbains (29 Epl). Absente des espaces de montagne et marginale au sein des espaces littoraux, l'activité est solidement implantée en zone rurale avec 20 sociétés. Grâce aux nombreuses retombées économiques qu'il engendre, le tourisme d'affaires offre un pan de développement stratégique pour les territoires les moins urbanisés.

La quasi-majorité des régions métropolitaines (73 %) possède un palais des congrès géré par une Epl.

Les parcs des expositions sont moins homogènes (présents dans 50 % des régions) et progressent à un rythme plus modéré que les palais des congrès.

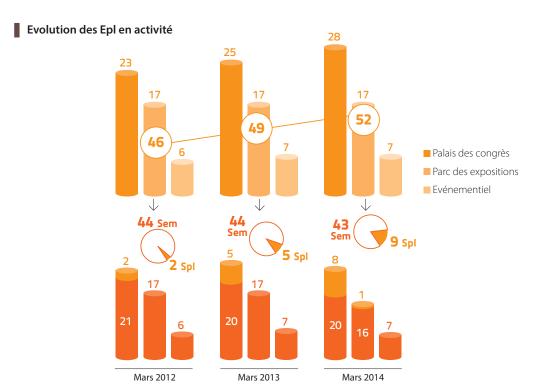
Avec un fort développement dans les années 2000, l'activité d'événementiel est relativement récente au sein du mouvement Epl. Dans ce secteur, on compte à ce jour des Epl en charge de la gestion de la Folle journée à Nantes, du Vendée Globe ou encore de la promotion de la ville de Toulouse, via So Toulouse.

Evolution des Epl tourisme d'affaires et événementiel de 1980 à 2014



Au début des années 1960, la première Sem de tourisme d'affaires, un parc des expositions, ouvre ses portes. Après une vingtaine d'années, les parcs des expositions reprennent leur croissance avant d'être rejoints par les palais des congrès. Le pic de créations du secteur arrive au cours des années 1990 où 13 palais des congrès et 10 parcs des expositions voient le jour. Un relatif tassement suit avant un sursaut de créations depuis 2010, stimulées notamment par l'apparition du régime Spl. Ces créations répondent, entre autres, au besoin des collectivités de rester compétitives sur le marché.

Le modèle Epl semble s'imposer progressivement dans le secteur du tourisme d'affaires. Face au vieillissement des structures en place, la gamme Epl, avec l'appui des partenaires privés, devient une alternative non négligeable pour réhabiliter ou pour porter la création de structures nécessitant de lourds investissements.



En deux ans, 5 Epl sont créées dont 4 palais des congrès et 1 Epl d'événementiel.

Comptant désormais 26 palais des congrès, l'outil Epl est un mode de gestion privilégié par de nombreuses collectivités françaises. Plusieurs villes* sont passées à l'outil Epl après une gestion sous forme associative qui entraînait un risque de gestion de fait pour la collectivité: la Spl du Palais Beaumont à Pau l'illustre. Il existe un fort intérêt à développer cette activité favorable à l'économie locale.

Avec une augmentation de 18 % du nombre d'Epl en deux ans, les palais des congrès s'établissent en véritables moteurs de ce périmètre d'activités. Privilégiant les Spl depuis 2011, l'idée

est d'associer différents échelons territoriaux sur cette activité stratégique afin de communément dynamiser le territoire. Avec une concurrence de la sphère privée confirmée, l'outil Spl a ouvert de nouvelles perspectives en répondant à une politique globale de développement du territoire où le palais des congrès et le parc des expositions sont des éléments phares. Ainsi, 6 nouvelles Epl ont vu le jour depuis 2012 dont 5 palais des congrès à l'image de Grand Nancy Congrès et Evènements. La relative stabilité des parcs des expositions et de l'événementiel est un facteur positif : malgré une conjoncture difficile, ces activités ne faiblissent pas et le mode de gestion n'est pas remis en cause.

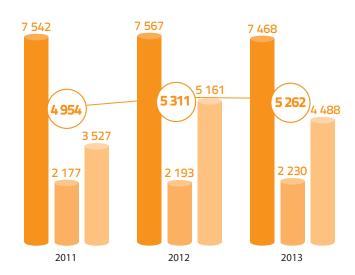
^{*} Source : Etude réalisée en 2013 par l'AMGVF et l'IGD

Emploi - Plus de 1 200 emplois sont comptabilisés au sein des Epl tourisme d'affaires et événementiel. L'effectif moyen par Epl est stable même s'il tend légèrement à se contracter. Avec une moyenne de 32 personnes par Epl, le tourisme d'affaires et l'événementiel jouent un rôle prépondérant sur l'emploi local.

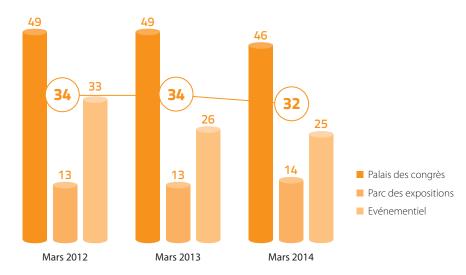
Chiffre d'affaires - Le chiffre d'affaires moyen par Epl connaît une baisse de 50 000 € entre 2012 et 2013. Pourtant, le ratio chiffre d'affaires/effectif augmente de 4 % depuis 2011, croissance qui relativise la faible diminution de l'effectif et du volume d'affaires moyen par Epl. En réalité, ces sociétés sont de plus en plus performantes.

Capital social - La baisse du capital social moyen par Epl s'explique par l'arrivée de nouvelles structures, moins capitalisées. Les Epl déjà existantes n'enregistrent pas de diminution.

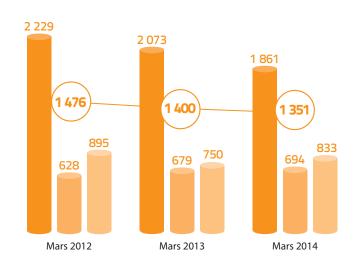
Evolution du chiffre d'affaires moyen par Epl (en milliers d'euros)



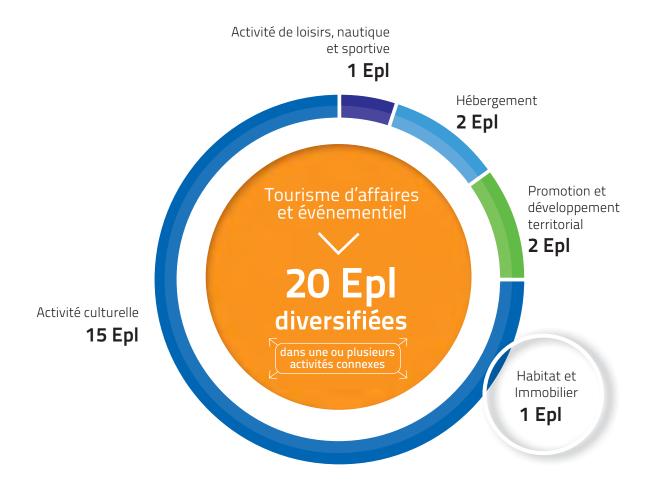
Evolution moyenne de l'effectif par Epl



Evolution du capital social moyen par Epl (en milliers d'euros)



Diversification des Epl de tourisme d'affaires et événementiel



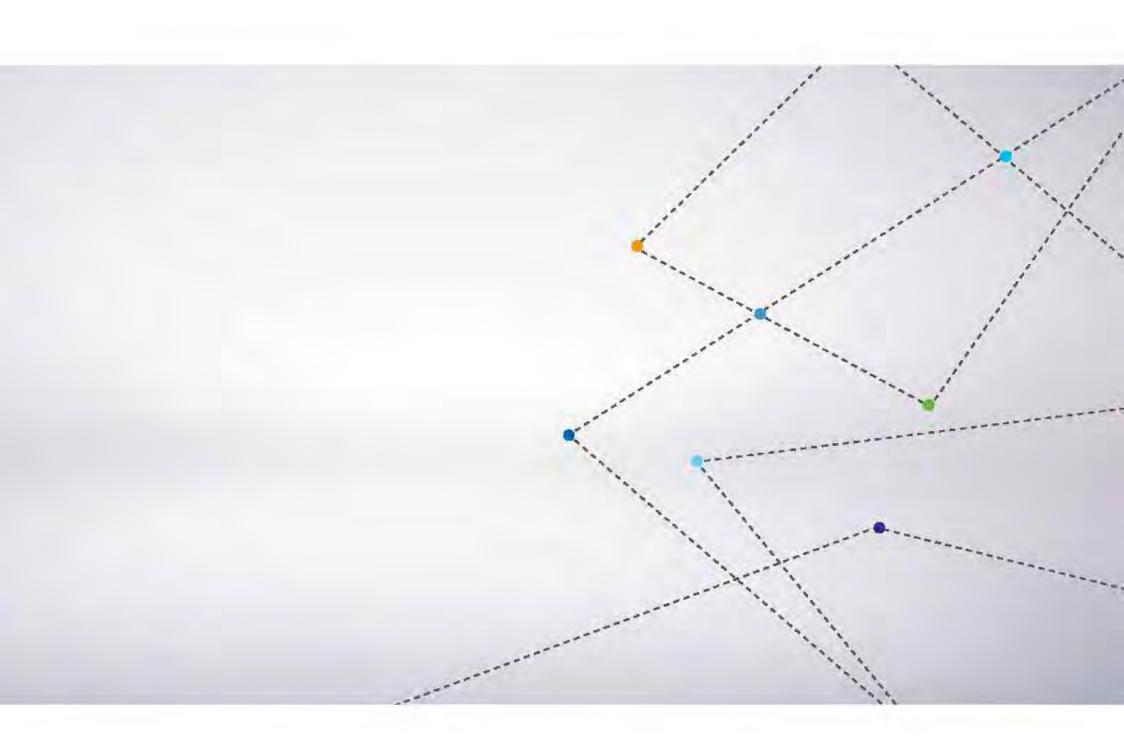
Diversification - 38 % des Epl tourisme d'affaires et événementiel mènent des stratégies de diversification. Pour 3 structures sur 4, la diversification se fait au profit de l'activité culturelle. De nombreux centres de congrès remplissent la double fonction de salles de

spectacles afin de palier à la saisonnalité de l'activité comme la Sogeb, Spl de Montrouge, ou encore le palais des congrès de Nancy. Les Epl de taille modérée et intermédiaire sont des espaces multimodaux qui permettent l'exercice de plusieurs activités.



Les Epl tourisme Mars 2014

	Epl		Effectif		Chiffre d'affaires (en milliers d'euros)		Capital social (en milliers d'euros)		; Statut ::			
									Sem		Spl	
GESTION D'ÉQUIPEMENTS	en nb. 197	en %	en nb. 8 275	en %	en valeur 895 413 €	en %	en valeur	en %	en nb.	en % 71 %	en nb. 29	en %
							240 806 €					62 %
Activité culturelle	47	17 %	1 820	17 %	218 041 €	19 %	21 438€	7 %	38	16 %	9	19 %
Salle de spectacles	15	5 % 4 %		3 % 7 %	45 484 €	4 %	4 141 €	1 % 2 %	14 7	6 %	1	2 %
Site et monuments patrimoniaux Cinéma	10	4 %	710	1 %	112 157 € 13 183 €	10 %	6 600 €	1 %	8	3 %	2	6 % 4 %
Musée	7	2 %	553	5 %	36 297 €	3 %	5 654 €	2 %	5	2 %	2	4 %
Théâtre	5	2 %	160	1 %	10 920 €	1 %	965€	0.3 %	4	2 %	1	2 %
Activité de loisirs, nautique et sportive	80	28%	2 676	25 %	247 934 €	21 %	48 315 €	15 %	65	28 %	15	32 %
Port de plaisance	21	7 %	726	7 %	90 342 €	8 %	10 521 €	3 %	16	7 %	5	11 %
Centre de loisirs et bases nautiques	15	5 %	452	4 %	22 973 €	2 %	2 715 €	1 %	8	3 %	7	15 %
Club sportif	12	4 %	278	3 %	27 952 €	2 %	4 345 €	1 %	12	5 %		-
Parc à thème	10	4 %	795	7 %	77 135 €	7 %	20 869 €	7 %	10	4 %	-	-
Golf	7	3 %	129	1 %	8 200 €	1 %	6 097 €	2 %	7	3 %	_	_
Autres équipements	15	5 %	296	3 %	21 332 €	2 %	3 768 €	1 %	12	5 %	3	6 %
Hébergement	17	6%	395	4 %	43 483 €	4 %	7 047 €	2 %	14	6%	3	6 %
Hôtellerie traditionnelle	11	4 %	309	3 %	31 037 €	3 %	6 132 €	2 %	11	5 %	_	-
Village de vacances	3	1 %	7	0,1 %	2 676 €	0,2 %	178€	0,1 %	1	0,4 %	2	4 %
Hôtellerie de plein air	3	1 %	79	1 %	9 770 €	1 %	737€	0,2 %	2	1 %	1	2 %
Remontées mécaniques	36	13 %	2 392	22 %	296 766 €	26 %	142 974 €	45 %	35	15 %	1	2 %
Thermalisme et bien-être	17	6 %	992	9 %	89 188€	8 %	21 032€	7 %	16	7 %	1	2 %
PROMOTION ET DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL	33	12 %	813	8 %	55 246 €	5 %	9 980 €	3 %	24	10 %	9	19 %
Office de tourisme	19	7 %	574	5 %	37 161 €	3 %	7 219€	2 %	11	5 %	8	17 %
Centrale de réservation	6	2 %	25	0,2 %	5 203 €	0,4 %	626€	0,2 %	6	3 %		_
Maison de pays	5	2 %	46	0,4 %	3 382 €	0,3 %	553€	0,2 %	5	2 %	-	-
Comité départemental du tourisme	3	1 %	168	2 %	9 500 €	1 %	1 583 €	0,5 %	2	1 %	1	2 %
TOURISME D'AFFAIRES ET ÉVÉNEMENTIEL	52	18 %	1 750	16 %	212 300 €	18 %	69 175€	22 %	43	18 %	9	19 %
Palais des congrès	28	10 %	1 345	12 %	155 915 €	13 %	52 124€	16 %	20	9 %	8	17 %
Parc des expositions	17	6 %	231	2 %	31 575 €	3 %	11 800 €	4 %	16	7 %	1	2 %
Evénementiel	7	2 %	174	2 %	24 810 €	2 %	5 251 €	2 %	7	3 %	-	-
TOTAL GÉNÉRAL	282	100 %	10 838	100 %	1 162 959 €	100 %	319 961 €	100 %	235	100 %	47	100 %







Fédération des Epl 95, rue d'Amsterdam - 75008 Paris Tél.: 01 53 32 22 00 - Fax: 01 53 32 22 22 contact@lesepl.fr

lesepl.fr @@FedEpl ff FedEpl



