



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'événements 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'événementiel (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.

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'événements 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'événementiel (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..... 9

2. Les atouts du tourisme français :
patrimoine, gastronomie, paysages
et clientèles de proximité fidèles..... 12

3. L'industrie touristique française
au cœur d'un réseau d'influences..... 16

II - Territoire et tourisme..... 21

1. La répartition des compétences
touristiques : *memento* 21

2. Les modes de gestion des activités
touristiques..... 22

Partie 2

Les Epl au service de la gestion des activités touristiques..... 26

Repères..... 27

I - Evolution des Epl tourisme, culture et loisirs..... 28

1. Tourisme, un levier de croissance pour le mouvement ... 28

2. Ventilation régionale : une forte concentration
dans les régions à fort potentiel 29

3. Activités : un large champ d'intervention des Epl..... 30

4. Trois champs privilégiés : gestion d'équipements,
promotion et tourisme d'affaires..... 31

5. Espace : une ventilation quasi-homogène..... 32

6. Statut : une complémentarité de la gamme 33

7. Emploi : une vitalité indéniable 34

8. Créations : une croissance soutenue
depuis un demi-siècle..... 35

9. Actionariat : le bloc communal en première ligne 38

10. Filiales et prises de participation :
une stratégie de diversification en marche 39

11. Diversification : une activité plurielle pour 103 Epl 40

12. Projets de création :
44 nouvelles Epl en ligne de mire 41

13. Focus sur les Outre-mer :
des territoires prometteurs..... 43

II - Perceptions et perspectives 45

1. Une opinion hétéroclite des dirigeants
selon leur activité..... 45

2. Situation financière et investissements..... 48

III - Monographies sectorielles : les Epl à la loupe 50

1. La gestion d'équipements..... 50

Activité culturelle : une progression en devenir 50

Activité de loisirs, nautique et sportive :
une grande diversité parmi les 80 Epl 55

Hébergement : un complément
de l'offre globale 60

Remontées mécaniques : des pionnières
dans le secteur..... 65

Thermalisme et bien-être : vers un renouveau..... 69

2. Promotion et développement territorial :
un secteur prometteur..... 72

3. Tourisme d'affaires et événementiel :
la dynamique est lancée..... 77

Tableau de synthèse..... 82

Éléments de cadrage

1. 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'identification 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.



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 (Dgci*), 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.

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

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 post-enquête 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.