

Publié le 18 mai 2017

La promotion touristique faite NOTRe

En entrant de plain-pied dans la loi NOTRe, l'organisation territoriale de la promotion touristique a changé de planète. Et les Epl sont appelés à accompagner les regroupements d'offices de tourisme afin de maximiser le potentiel d'attractivité des territoires. Une réforme bien vécue sur le terrain.



La **compétence touristique**, incluant la création d'offices de tourisme, échoit désormais aux **intercommunalités**. Cette évolution législative n'est pas restée sans conséquence pour les Epl existantes gérant des offices de tourisme, induisant une évolution du capital, du périmètre d'intervention voire de la gouvernance.

Avant ce tournant législatif, une trentaine d'Epl géraient des offices de tourisme. Ce chiffre a doublé depuis. À l'île de Ré, 10 offices de tourisme ont décidé de se regrouper. Au-delà des inquiétudes légitimes des élus pour garder la main sur la précieuse ressource de la **taxe de séjour** dans un contexte de disette des finances publiques – des conventions sont généralement signées pour que cette manne retourne aux communes –, ces regroupements sont plutôt vécus comme des occasions

de renforcer la force de frappe de la promotion touristique dans les territoires.

La Spl, le bon outil fédérateur

Adossée au nom d'Auvergne, Clermont-Ferrand mise sur l'attractivité touristique pour dynamiser l'emploi dans son bassin de vie. La ville a milité pour la création d'un office de tourisme communautaire porté par une Spl, **Clermont Auvergne Tourisme**. Réunissant 21 communes, le secteur touristique représente déjà 3 000 emplois et 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, données appelées à évoluer positivement dans les prochains mois.

C'est le même raisonnement qui a présidé à la création de la **Spl de développement territorial et touristique du territoire de Deauville** au 1er janvier 2017 ; 10 des 11 communes de la communauté de communes Cœur Côte Fleurie y prennent part, la Spl étant, aux yeux du maire de Deauville, Philippe Augier, « le meilleur outil pour fédérer dans le respect des complémentarités ».

L'attractivité, une notion transversale

De son côté, la nouvelle Spl Hello Dole, issue de la communauté d'agglomération du Pays de Dole, a profité du contexte pour donner un coup d'accélérateur à son secteur touristique en mettant l'accent sur le tourisme d'affaires. L'objectif étant de garder sur place les visiteurs au-delà de leur journée de congrès et/ou réunions de travail, en mettant l'accent sur la richesse du patrimoine local.

Enfin, l'ouverture en mars 2015 de la réplique de la grotte Chauvet à Vallon-Pont-D'Arc (Ardèche) a motivé la création de la Spl **Destination Pont-D'Arc Ardèche**. Face à ce projet culturel audacieux, les touristes n'affluent plus seulement en saison estivale pour profiter des extraordinaires ressources naturelles de ce département. Ils sont là aussi en hiver. Et ça aussi, ça change la donne !