

Publié le 27 juillet 2011

Tourisme : à chacun son OT

Au cœur d'une activité économique de premier plan, les offices de tourisme sont confrontés à de nombreux défis, dont celui du choix de leur structure juridique et du développement de leurs services par le numérique.



Avec 84,7 Md€ de chiffre d'affaires en 2009 (6,4 % du PIB) et plus d'1 million d'emplois directs (25 % des actifs), le tourisme est selon le rapport 2010 du Conseil national du tourisme une des toutes premières activités économiques du pays. Si on se réfère à la valeur ajoutée dans le PIB, estimée à 41,6 Md€, le secteur se place loin devant l'énergie (30 Md€), l'agriculture (30 Md€), les industries agro-alimentaires (25,7 Md€), ou l'automobile (11,2 Md€). Surprenant a priori mais il faut savoir que la filière regroupe aussi bien les hôtels, cafés et restaurants, que les agences de voyages, les parcs de loisirs, etc. Au total, une trentaine de branches professionnelles sont recensées, classées en trois grandes familles : l'hébergement, le voyage et les loisirs.

Un tel poids dans l'économie justifie amplement l'intérêt qu'y portent les collectivités territoriales. Les enjeux sont certes économiques et sociaux, mais ils touchent aussi aux équipements structurants des territoires et au développement de ces derniers comme le montre l'engouement pour l'éco-tourisme, les loisirs de pleine nature qui donnent aux régions rurales parfois frappées par la crise de l'agriculture, de nouvelles sources de revenus.

Missions de promotion du territoire, d'information des touristes, de coordination des acteurs, de mise en oeuvre de politiques touristiques publiques, d'incitation de la filière à la démarche qualité ou encore, de gestion des systèmes de réservation, les OT sont des leviers de l'économie locale. En

Savoie, la Sem [Tignes Développement](#) a bien perçu ce rôle fédérateur et moteur des OT. Elle a tout simplement créé une marque parapluie sous laquelle se sont rassemblés pas moins de 300 acteurs locaux participant à une offre touristique variée et surtout, « cohérente ». Le développement de l'Internet qui permet à chacun d'accéder directement à l'ensemble de ces services donne aux OT une place encore plus prépondérante dans la structuration de la filière. Tignes s'y est mis. Mais c'est aussi ce qu'a bien compris la Sem gérant l'office de tourisme de [Saint-Jean-de-Monts](#) en Vendée qui, à l'aide cet outil, entend innover, développer de nouveaux usages et même créer un pôle de compétitivité dédié au tourisme du futur.

En termes de maîtrise publique, le choix de la structure juridique n'est pas non plus anodin. Epic, DSP ou Entreprise publique locale, le choix des élus est tout autant tributaire de leur politique que des caractéristiques locales. Ainsi, la communauté d'agglomération [Tours Plus](#) en Indre et Loire a-t-elle opté pour le statut de Spl parce que, notamment, l'entrée dans le capital d'un syndicat mixte interrégional élargissait son périmètre d'intervention au-delà de ses limites territoriales pour plus de cohérence territoriale et institutionnelle.

« Les réformes territoriales allant dans le sens des regroupements de communes, les offices de tourisme devraient suivre le même chemin. Or plus les structures seront importantes, plus elles devront être professionnelles ce qui va obliger les élus à se poser la question de leur forme juridique », explique [Jean Burtin](#) président d'Offices de tourisme de France (ex-Fnotsi). Beaucoup ont déjà fait leur choix.

Par Marie-Anne RAMAZZINA