

## 2017\_CT2\_355

### **OBJET : Développement économique et emploi - Tourisme et promotion du territoire - Orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au tourisme**

---

Le 12 octobre 2017, le Conseil de Territoire du Pays d'Aix, s'est réuni en session ordinaire à la Salle des Fêtes au Puy-Sainte-Réparate, sur la convocation qui lui a été adressée par Madame le Président du Territoire le 6 octobre 2017, conformément à l'article L.5211-1 du Code Général des Collectivités Territoriales.

**Etaient Présents** : JOISSAINS MASINI Maryse – ALBERT Guy – AMAROCHE Annie – AMEN Mireille – ARDHUIN Philippe – BARRET Guy – BOUDON Jacques – BOULAN Michel – BUCCI Dominique – BURLE Christian – CALAFAT Roxane – CANAL Jean-Louis – CASTRONOVO Lucien-Alexandre – CESARI Martine – CHARRIN Philippe – CHAZEAU Maurice – CICCOLINI-JOUFFRET Noëlle – CIOT Jean-David – CORNO Jean-François – CRISTIANI Georges – DAGORNE Robert – de BUSSCHERE Charlotte – de SAINTDO Philippe – DELAVET Christian – DI CARO Sylvaine – FABRE-AUBRESPY Hervé – FERAUD Jean-Claude – GALLESE Alexandre – GERARD Jacky – GOUIRAND Daniel – GUINIERI Frédéric – JOISSAINS Sophie – LAFON Henri – LENFANT Gaëlle – LHEN Hélène – MANCEL Joël – MARTIN Régis – MEÏ Roger – MENFI Jeannot – MERCIER Arnaud – MERGER Reine – MONDOLONI Jean-Claude – PAOLI Stéphane – PELLENC Roger – POLITANO Jean-Jacques – RAMOND Bernard – RENAUDIN Michel – SALOMON Monique – SERRUS Jean-Pierre – SUSINI Jules – TALASSINOS Luc – TAULAN Francis – TRAINAR Nadia – YDE Marcel – ZERKANI-RAYNAL Karima

**Etai(en)t excusé(es) avec pouvoir donné conformément aux dispositions de l'article L. 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales** : ALLIOTTE Sophie donne pouvoir à RENAUDIN Michel – AMIEL Michel donne pouvoir à BUCCI Dominique – AUGÉY Dominique donne pouvoir à DI CARO Sylvaine – BACHI Abbassia donne pouvoir à MERGER Reine – BALDO Edouard donne pouvoir à CASTRONOVO Lucien-Alexandre – BENKACI Moussa donne pouvoir à GALLESE Alexandre – BONTHOUX Odile donne pouvoir à BOUDON Jacques – BOUVET Jean-Pierre donne pouvoir à SUSINI Jules – BRAMOULLÉ Gérard donne pouvoir à PAOLI Stéphane – DEVESA Brigitte donne pouvoir à TAULAN Francis – FILIPPI Claude donne pouvoir à JOISSAINS MASINI Maryse – FREGEAC Olivier donne pouvoir à RAMOND Bernard – GACHON Loïc donne pouvoir à MONDOLONI Jean-Claude – HOUEIX Roger donne pouvoir à MARTIN Régis – MALAUZAT Irène donne pouvoir à de SAINTDO Philippe – MALLIÉ Richard donne pouvoir à SALOMON Monique – NERINI Nathalie donne pouvoir à MENFI Jeannot – PERRIN Jean-Marc donne pouvoir à ZERKANI-RAYNAL Karima – PRIMO Yveline donne pouvoir à MEÏ Roger – SICARD-DESNUELLE Marie-Pierre donne pouvoir à JOISSAINS Sophie – TERME Françoise donne pouvoir à POLITANO Jean-Jacques

**Etai(en)t excusé(es) sans pouvoir** : BORELLI Christian – BOYER Raoul – GARELLA Jean-Brice – GROSSI Jean-Christophe – JOUVE Mireille – LAGIER Robert – LEGIER Michel – MICHEL Marie-Claude – MORBELLI Pascale – PEREZ Fabien – PIZOT Roger – PROVITINA-JABET Valérie – ROLANDO Christian – ROUVIER Catherine – SLISSA Monique

**Secrétaire de séance** : Roxane CALAFAT

**Monsieur Roger PELLENC** donne lecture du rapport ci-joint.

## RAPPORT AU CONSEIL DE TERRITOIRE DU PAYS D'AIX

### Développement économique et emploi

### Tourisme et promotion du territoire

■ Séance du 12 octobre 2017

05\_7\_00

### ■ Orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au tourisme

Madame le Président soumet au Conseil de Territoire le rapport suivant :

Le tourisme est un pilier du développement économique de la Métropole et du Territoire Pays d'Aix. C'est l'un des principaux leviers de croissance identifié dans le cadre de l'Agenda du Développement Économique métropolitain et la filière d'excellence « art de vivre et tourisme » est l'une des six filières qui participent activement à l'attractivité et la compétitivité de la Métropole.

Il doit être rappelé que, n'étant pas dotée d'une compétence tourisme transférée, la Communauté du Pays d'Aix s'était attachée, depuis 2010, à mettre en place des actions en faveur du tourisme au titre du développement économique. Elle s'appuyait à cet effet sur les acteurs touristiques et plus particulièrement sur l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence, bénéficiant du professionnalisme et du savoir-faire de cette structure.

Ainsi, le Pays d'Aix a défini, dans le cadre de la mise en place d'un Schéma de Développement Touristique (SDT) 2012-2016, des actions en faveur du développement touristique structurées autour de quatre filières principales : la culture, l'agritourisme (dont l'oenotourisme), les activités de pleine nature et le tourisme industriel.

Le Territoire du Pays d'Aix accueille chaque année plus de 2,2 millions de touristes et selon l'enquête organisée par Bouches-du-Rhône Tourisme, le Pays d'Aix est « un grand pôle d'attractivité, second bassin récepteur de touristes du Département » (21 % des séjours). La vitalité culturelle de ce

territoire, les festivals internationaux de piano de La Roque d'Anthéron ou d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence, son label Vignobles & Découverte, premier accordé sur le Sud-Est, et les nombreuses manifestations sportives actuelles et à venir font de ce territoire un réservoir touristique attractif.

### **Un nouveau contexte législatif et juridique :**

La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPTAM) a attribué aux métropoles des compétences en matière de tourisme et la loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) a modifié le Code du Tourisme, d'une part, en réaffirmant et précisant les compétences des métropoles en matière de tourisme (article L.134-1 du Code du Tourisme) et, d'autre part, en leur permettant de créer ou maintenir un ou plusieurs offices de tourisme sur tout ou partie de leur territoire (article L.134-2).

Ainsi le tourisme est une compétence partagée : les communes conservent la compétence relative à la création d'animations, la gestion d'équipements touristiques, la commercialisation de prestations de services touristiques et perçoivent la taxe de séjour ; la Métropole Aix-Marseille-Provence est compétente, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018 en matière de « promotion du tourisme et création d'offices de tourisme ». Cette compétence concerne les quatre actions obligatoires d'un Office de Tourisme (OT) : « accueil », « information », « promotion » et « coordination des acteurs touristiques ».

Cette compétence a été déléguée aux territoires par délibération du Conseil de la Métropole du 28 avril 2016 (HN088-291 /16/CM).

Une dérogation à ce transfert concerne les communes membres érigées en stations classées de tourisme en application de l'article L. 133-13 du Code du Tourisme ou ayant déposé une demande de classement en station classée de tourisme et n'ayant pas transféré la compétence prévue à la date du 1er janvier 2018. Cette disposition permet ainsi aux communes concernées de conserver leur office de tourisme communal préexistant et d'y exercer l'ensemble des prérogatives attachées à la promotion du tourisme.

Au sein du Pays d'Aix, la commune d'Aix-en-Provence bénéficie déjà de cette dérogation. La commune de La Roque d'Anthéron de par son statut de commune touristique, peut également en bénéficier et a manifesté son intention dans ce sens. A l'échelle de la Métropole, plusieurs communes seraient également en capacité de maintenir leur office de tourisme communal.

### **Une délibération cadre métropolitaine**

Une délibération cadre métropolitaine, en lien avec la Commission Tourisme, le Groupe de travail Tourisme de la Conférence des Maires, Bouches-du-Rhône Tourisme et les offices de tourisme, sera présentée le 19 octobre prochain en Conseil de la Métropole. Elle constituera une première étape vers un Schéma Métropolitain d'ensemble sur le Tourisme tel que prévu dans le cadre de l'Agenda du Développement Economique.

Ce projet de délibération, ci-joint, a été transmis au Président du Territoire du pays d'Aix en vue de partager l'information préalable, il est ainsi présenté ce jour.

Le projet métropolitain s'appuiera sur quatre axes stratégiques :

*Axe 1 : Renforcer l'attractivité de la Métropole à l'international en développant la visibilité et l'excellence de la destination.*

*Axe 2 : Susciter et soutenir la tenue de grands événements économiques valorisant l'une des filières stratégiques de la Métropole.*

*Axe 3 : Coordonner l'offre touristique des communes ainsi que les offices de tourisme dans un objectif de croissance de l'activité touristique et du développement durable.*

*Axe 4 : Inscrire les priorités du secteur au sein des grandes politiques publiques d'aménagement menées par AMP.*

Sur la forme, il convient de souligner que ce rapport sera présenté lors du Conseil de la Métropole du 19 octobre 2017 sans que les Conseils de Territoire n'aient été en amont saisis pour avis contrairement aux dispositions de l'article L-5218 -7 alinéa 2 du Code Général des Collectivités Territoriales qui stipulent :

– *Préalablement à leur examen par le conseil de la métropole, le Conseil de Territoire est saisi pour avis des rapports de présentation et des projets de délibération satisfaisant aux deux conditions suivantes :*

- *leur exécution est spécifiquement prévue, en tout ou partie, dans les limites du territoire ;*
- *ils concernent les affaires portant sur le développement économique, social et culturel, l'aménagement de l'espace métropolitain et la politique locale de l'habitat ;*

*Le Conseil de Territoire émet un avis dans le délai fixé par le président du conseil de la métropole. Sauf urgence dûment constatée par l'organe délibérant de la métropole, ce délai ne peut être inférieur à quinze jours, à compter de la saisine du Conseil de Territoire. A défaut d'avis émis dans ce délai, l'organe délibérant de la métropole délibère.*

*Le Conseil de Territoire reçoit communication des pièces relatives aux affaires qui lui sont soumises. L'avis du Conseil de Territoire ou, à défaut, le document prouvant qu'il a été saisi dans les délais est joint au projet de délibération et est annexé à la délibération de l'organe délibérant de la Métropole.*

Sur le fond, le rapport propose que la Métropole exerce directement cette compétence par le biais des anciens offices de tourisme communaux devenus Métropolitains et qui seraient artificiellement regroupés et coordonnés dans cinq « espaces de marketing touristiques » qui ne recoupent pas l'organisation territoriale de la Métropole :

- « Marseille »
- « La Provence Aixoise »
- « Les collines Salonaises »
- « Les rives de l'Etang de Berre et la côte bleue »
- « L'Etoile, le Garlaban et les Calanques ».

Cette approche en destinations serait appelée à évoluer en fonction d'orientations et de priorités futures de la Métropole.

Il est également précisé que la Métropole n'entend pas créer de nouveaux offices du tourisme en son sein, que ce soit sur un périmètre communal ou intercommunal. La Métropole n'instaure pas un office du tourisme métropolitain central.

Ainsi, il est à craindre que ces « espaces de marketing touristiques » soient l'occasion de défaire une organisation territoriale actée par la loi qui repose sur des identités construites, des pratiques et des fonctionnements mis en œuvre par chaque territoire.

Lors du groupe de travail tourisme de la Conférence des Maires du 3 Octobre 2017, les élus des communes concernées ont d'ailleurs exprimé leur position défavorable sur ce nouveau découpage artificiel qui fait fi de l'organisation métropolitaine de proximité exercée par les Territoires.

Par ailleurs, ce rapport affirme que les offices de tourisme existants transférés avec leurs moyens et équipements au 01/01/2018 seront maintenus avec une gouvernance métropolitaine qui définira les missions et seront financés par elle.

Outre son caractère excessivement centralisateur, cette structuration touristique n'apporte aucune garantie concrète sur l'avenir des 52 structures touristiques et notamment les OT associatifs représentants de nombreux emplois.

Or, la Communauté du Pays d'Aix s'était attachée, depuis 2010, à mettre en place des actions en faveur du développement touristique en s'appuyant sur les Offices de Tourisme du Pays d'Aix organisés en filières. Cette politique a fait l'objet d'un schéma de développement touristique voté le 14 décembre 2012.

Afin que le Territoire du Pays d'Aix poursuive la dynamique touristique engagée, dans le cadre des orientations stratégiques de la Métropole, il entend affirmer sur son territoire, dans la perspective de la prise de compétence au 1<sup>er</sup> janvier 2018, les conditions de mise en œuvre de l'exercice de la compétence « promotion du tourisme et création d'Offices de Tourisme » que la Métropole lui a déléguée par délibération du Conseil de la Métropole du 28 avril 2016 (HN088-219 /16/CM ).

C'est pourquoi, il apparaît nécessaire, dans la continuité de nos décisions précédentes, d'affirmer la nécessité d'organiser la gouvernance métropolitaine en confirmant le niveau de gestion territoriale auquel nous sommes attachés, gage d'efficacité et de demander par l'intermédiaire de la présente délibération l'ajustement de cette délibération cadre.

Cette orientation, qui pourrait préconiser la mise en place d'un OTI ou toute autre organisation adaptée à son territoire, serait prise en conformité avec l'article L5218-7 II du CGCT qui prévoit que le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence peut déléguer à un Conseil de Territoire avec l'accord de celui-ci et « dans le respect des objectifs et des règles qu'il fixe » l'exercice des compétences qui ont été transférées par ses communes membres ».

C'est pourquoi les conditions de mise en œuvre de la compétence tourisme sur le Territoire du Pays d'Aix peuvent prendre en compte ces préconisations tout en s'inscrivant dans les orientations touristiques inscrites dans l'Agenda du Développement Economique de la Métropole dont la compétence touristique relève en vertu des dispositions de l'article L5217-2.

Enfin, afin de définir l'étendue de la compétence déléguée de la Métropole au territoire et ainsi mieux cerner son champ d'actions, il convient aussi de préciser que l'expression littérale « promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme » désigne la compétence tourisme dans sa globalité selon la réponse ministérielle du 26 janvier 2017. Celle-ci renvoie à l'article L. 133-3 du Code du Tourisme qui précise la mission dévolue aux offices de tourisme. Ainsi, elle inclut l'accueil et l'information des touristes, la coordination des interventions des divers partenaires du tourisme local et la promotion touristique du territoire concerné. S'y ajoute l'élaboration et la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique. En revanche, ne sont pas inclus dans cette compétence l'exploitation des équipements touristiques et la fiscalité touristique à savoir la taxe de séjour, la taxe communale sur les entreprises exploitant des engins de remontée mécanique et le prélèvement sur le produit brut des jeux dans les casinos.

#### **Vu**

- Le Code Général des Collectivités Territoriales ;
- La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
- La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;
- La délibération n° 2017\_CT2\_276 du Conseil de Territoire du Pays d'Aix du 6 Juillet 2017 approuvant le schéma d'organisation touristique applicable au Territoire du Pays d'Aix ;
- Les délibérations n°HN 088-219/16/CM du Conseil de la Métropole du 28 avril 2016 et n°FAG 002-542/16/CM du Conseil de la Métropole du 30 juin 2016 portant délégation du Conseil de la Métropole au Conseil de Territoire du Pays d'Aix. ;
- Le projet de rapport au Conseil de la Métropole du 19 octobre 2017 ci-joint.

**Oùï le rapport ci-dessus,**

**Entendues les conclusions du Commissaire Rapporteur,**

**Délibère**

**Article Unique**

Le Conseil de Territoire du Pays d'Aix, demande la modification du rapport relatif aux orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au Tourisme .

Il demande de préciser que dans la mesure où sont maintenus les Offices de Tourisme existants ( tels que transférés à la Métropole au 1<sup>er</sup> janvier 2018 lors du transfert de compétence ), ils seront animés, pilotés et gérés par les Conseils de Territoire.

Leur financement, à l'issue du transfert de charge constaté par la CLECT sera inscrit dans l'Etat Spécial du Territoire , en application des délibérations n°HN 088-219/16/CM du Conseil de la Métropole du 28 avril 2016 et n°FAG 002-542/16/CM du Conseil de la Métropole du 30 juin 2016 portant délégation du Conseil de la Métropole au Conseil de Territoire du Pays d'Aix.

Le Conseil de Territoire, nonobstant le maintien des Offices de Tourisme des communes stations classées qui souhaitent conserver leur compétence tourisme, comme Aix-en-Provence et La Roque d'Anthéron, réaffirme la nécessité de prendre en compte l'échelon territorial dans les orientations de la Métropole sur les compétences liées au Tourisme sans exclure la mise en place de toute structure adaptée.

## RAPPORT AU CONSEIL DE LA METROPOLE

### Tourisme, valorisation du patrimoine

■ Séance du 19 Octobre 2017

1

TVP 001-19/10/17 CM

#### ■ Orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au tourisme

Monsieur le Président de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur proposition du Commissaire Rapporteur soumet au Conseil de la Métropole le rapport suivant :

##### 1. Définition des compétences transférées

La loi MAPTAM puis la loi NOTRe ont ajouté aux compétences des EPCI à fiscalité propre, la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion des zones d'activité touristique ainsi que la promotion du tourisme et la création d'Offices de Tourisme.

Ces textes ont suscité nombre d'interrogations et des réponses ont été apportées pour préciser les contours de ces compétences et aux conséquences de leur mise en œuvre.

Pour la première de ces compétences, « création, aménagement et gestion des zones d'activité touristique (ZAT) », faute de définition précise de la notion de ZAT, il s'agit de les identifier à partir d'un faisceau d'indices<sup>1</sup>. Dans le cadre des travaux en cours de la Commission Locale des Charges Transférées (CLECT), sont étudiées comme possibles opportunités une ZAT privée<sup>2</sup> et un projet de ZAT<sup>3</sup>.

Pour la seconde, « promotion et création des offices de tourisme », plusieurs réponses ministérielles ont également été apportées. L'ensemble de celles-ci vont vers la définition suivante :

Cette compétence recouvre l'ensemble des compétences obligatoires des Offices de Tourisme, à savoir :

- l'accueil et l'information des touristes ;
- la promotion touristique ;
- la coordination des divers partenaires du développement touristique local.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Cf. Rép. Min n°23885 JO Sénat R 02/02/2017

<sup>2</sup> ZAT Pierre et Vacances à Mallemort

<sup>3</sup> Projet de ZAT sur la commune de Cornillon-Confoux

<sup>4</sup> Référence : Rép. Min n°23855 JO Sénat 02/02/2017 p.408

Sont exclues de la compétence obligatoirement transférée, et demeurent donc de la compétence des communes :

- la gestion et l'exploitation des équipements touristiques (campings, casinos, remontées mécaniques...);
- et la fiscalité liée au tourisme<sup>5</sup>.

## 2. Précisions sur le transfert et l'exercice de ces compétences

Si les compétences sus-citées doivent être transférées des communes à la Métropole au 1<sup>er</sup> janvier 2018, plusieurs facteurs ont une incidence sur ce transfert ou l'exercice de ces compétences :

### 2.1. Le transfert de la compétence

Dans le cadre de la loi MAPTAM, les communes de l'ex Communauté urbaine (CT 1) ont déjà opéré le transfert de cette compétence à l'EPCI dans le cadre d'une CLECT en 2015. La Métropole est donc d'ores et déjà compétente en lieu et place des communes du CT1. Il est à noter que dans les faits, l'ex Communauté urbaine n'a jamais exercé cette compétence.

Les communes de l'ancien EPCI « le Pays d'Aubagne » (CT4) avaient également fait remonter cette compétence au niveau intercommunal<sup>6</sup>.

Enfin, deux textes de loi adoptés en décembre 2016 et février 2017, permettent aux stations classées de déroger au transfert de la compétence à la Métropole et donc de conserver ou récupérer cette compétence au niveau communal<sup>7</sup>.

### 2.2. L'exercice de la compétence

La loi prévoit une délégation automatique aux Conseils de territoire (CT) jusqu'en 2020, sauf délibération expresse adoptée à la majorité des deux tiers du conseil de la Métropole<sup>8</sup>.

***En l'état, la compétence déléguée sur le tourisme aux CT s'entend comme une compétence d'exécution au plus près du terrain, mais devant s'opérer dans le cadre d'orientations stratégiques définies par la Métropole.***

En effet, la loi (L 5218 – 7 II du CGCT) dispose que les compétences déléguées en CT s'exercent dans le respect des règles et objectifs définis par le Conseil de Métropole, et ces règles sont inscrites, notamment, dans les Schémas d'ensemble de la Métropole.

Les règles et objectifs, les Schémas d'ensemble, de la Métropole, de par la loi, relèvent des compétences exclusivement métropolitaines et non déléguables en CT.

Ainsi, il conviendra de finaliser le travail en cours sur le Schéma métropolitain d'ensemble sur le tourisme, tel que prévu dans l'Agenda du développement économique métropolitain, notamment avec cette délibération cadre, en lien avec la Commission Tourisme, le Groupe de travail Tourisme de la Conférence des Maires, Bouches-du-Rhône Tourisme et les Offices de Tourisme.

**Cette délibération cadre propose une organisation des compétences liées au tourisme en fonction des grandes orientations définies par le projet touristique du territoire métropolitain issu de la concertation menée depuis septembre 2016.**

Le Groupe de Travail des Maires spécifique au tourisme a été installé en septembre 2016 en présence de 44 communes, avec comme ordre du jour : « panorama du tourisme métropolitain, état des lieux de la compétence tourisme et proposition d'une méthode de travail permettant la participation des 92 communes à la construction de la stratégie métropolitaine en matière de tourisme ».

<sup>5</sup> cf. les Rép. Min. précitées n°19189 et n°17774 JO Sénat du 26/01/2017

<sup>6</sup> Délibération n°08/0601 du Conseil du 27 juin 2001 sur la définition de l'intérêt communautaire

<sup>7</sup> lois n°2016-1888 du 28 décembre 2016 dite « Loi Montagne » et N°2017-257 du 28 février 2017 relative au statut de Paris et à l'aménagement métropolitain.

<sup>8</sup> Article L. 5218-7 du CGCT, délégation dans le respect des objectifs et des règles que fixe le conseil de la Métropole.

Le groupe s'est ensuite réuni en novembre 2016 en format « ateliers » lors de trois demi-journées proposées aux communes réparties en 3 ensembles :

- un ensemble, intitulé « Mer », réunissant les communes littorales ou proches du littoral,
- deux autres ensembles, intitulés « Provence », réunissant les communes de l'arrière-pays.

L'ordre du jour de ces réunions portait sur les points suivants : objectifs et échéances de la Métropole en matière de tourisme et rôle des communes dans la démarche initiée ; actualité juridique du secteur ; compétences et rôles respectifs de la Métropole et de Bouches-du-Rhône Tourisme.

Le Groupe de Travail des Maires s'est ensuite réuni en format plénier à deux reprises :

- en mars 2017 avec comme ordre du jour : point sur l'actualité juridique, transversalité de la compétence « tourisme », premières restitutions des ateliers, articulation avec le schéma départemental du tourisme ;
- en mai 2017 avec comme ordre du jour : diagnostic, attentes et pistes d'actions à partir des entretiens réalisés et des ateliers ; état d'avancement de la stratégie métropolitaine du tourisme et préfiguration des principaux axes.

Au total, près de 60 communes ont participé à ces travaux, qui s'inscrivent dans le cadre de l'instance consultative représentée par la Conférence Métropolitaine des Maires, permettant de participer à la préparation des décisions devant être soumises au seul Conseil de Métropole souverain.

Cette délibération-cadre constitue donc une première étape vers un schéma métropolitain d'ensemble sur le tourisme tel que prévu dans l'Agenda du développement économique métropolitain. Compris dans les schémas d'ensemble, cet Agenda économique a posé le principe de six filières d'excellence de la Métropole, dont le tourisme.

Sur le territoire métropolitain existent actuellement 52 structures liées au tourisme<sup>9</sup> (Offices de Tourisme classés et non classés sur des communes classées « Station de Tourisme » ou non, Syndicats d'Initiatives, bureaux d'information et maisons de tourisme...).

Dans ce contexte, le transfert de la compétence « Promotion du tourisme, dont création d'Offices de Tourisme » des communes à l'EPCI amène la Métropole Aix-Marseille-Provence à préciser la nature de son intervention.

### 3. Le tourisme dans la Métropole Aix-Marseille-Provence

La Métropole Aix-Marseille-Provence est une métropole à la fois *urbaine et naturelle*.

Elle est la plus étendue des métropoles françaises : sa superficie est quatre fois celle du Grand Paris, cinq fois celle de Lille Métropole et six fois celle du Grand Lyon...

Métropole urbaine, avec Marseille et Aix-en-Provence mais aussi avec des villes entre 40 000 et 50 000 habitants, comme Istres, Martigues, Aubagne et Salon-de-Provence.

Métropole de nature, avec près de 50% du territoire constitué d'espaces naturels dont 44% font l'objet de mesures de protection : le Parc National des Calanques, le Parc Marin de la Côte Bleue, Grand Site Sainte Victoire, une partie des parcs régionaux des Alpilles et de Camargue, les Parcs Départementaux et forêts communales...

Avec 7 millions de touristes, 2,2 milliards de consommation intérieure et 24 000 emplois directs, le tourisme représente un secteur économique important. Il est identifié dans le cadre de l'agenda de développement économique métropolitain comme l'une des six filières stratégiques.

Sous l'identité forte de la « Provence », la Métropole comprend à ce jour les destinations suivantes :

- « Marseille »
- « La Provence Aixoise »
- « Les collines Salonaises »
- « Les rives de l'Étang de Berre et la Côte Bleue »
- « L'Étoile, le Garlaban, les Calanques »

<sup>9</sup> Cf tableau ci joint

Cette approche en termes de destinations, ou plutôt d'espaces de marketing touristique est issue du projet concerté dans le cadre du Groupe Tourisme de la Conférence des Maires.

Elle permet à la Métropole d'exploiter de réelles portes d'entrées pour les visiteurs. Pour autant, c'est l'identité et la notoriété puissante de la Provence qui cimente, relie et impulse la dynamique d'attractivité du territoire.

Cette approche en destinations est appelée à évoluer en fonction des orientations et priorités des programmes de développement envisagés dans le futur par la Métropole Aix-Marseille-Provence, tout en conservant et valorisant ces espaces de marketing touristique qui reflètent le travail de la Métropole, des Maires, de Bouches-du-Rhône Tourisme et des Offices.

Elle pourrait à terme se décliner en trois destinations, dans le cadre d'une large concertation avec l'ensemble des acteurs concernés et vote en Conseil de Métropole.

Ainsi, cinq grandes destinations infra métropolitaines se dessinent opportunément autour de « Marseille », « La Provence Aixoise », « Les collines Salonnaises », « Les rives de l'Etang de Berre et la Côte Bleue », « L'Etoile, le Garlaban et les Calanques ». Le projet touristique dessinera le contour plus précis de ces cinq destinations. Des parcours touristiques infra destinations seront également co construits avec les Maires et les Offices au sein de ces 5 destinations que définit aujourd'hui cette délibération-cadre.

Ces espaces de marketing touristiques ne sont pas de nouvelles instances ou de nouveaux organes

Ils participent, par un zonage marketing, à une volonté de participer à une gouvernance et une coordination souple et volontaire des différentes parties prenantes, autour de stratégies partagées au sein de ces 5 destinations. Ce pilotage de la Vice-Présidence associera les Communes et les Offices de tourisme, avec en support les services métropolitains, Bouches-du-Rhône Tourisme, et le Groupe de travail tourisme de la Conférence des Maires.

Les communes stations classées et leurs Offices de Tourisme seront des phares particuliers au sein de ces destinations, aidant à la mise en application de la stratégie métropolitaine.

La Vice-Présidence travaillera, au sein du projet touristique métropolitain, à une évaluation, à l'horizon 2020, de ces cinq destinations pour juger, en lien avec les Maires, les Offices, les Territoires et Bouches-du-Rhône Tourisme, s'il est opportun de faire évoluer le format et le nombre de destinations.

### 3.1. L'offre touristique

« L'intensité touristique » est un ratio qui mesure la capacité d'accueil touristique totale en hébergement marchand et non marchand rapportée au nombre d'habitants. Avec une moyenne de 8,1%, la Métropole est un territoire considéré comme très touristique au regard des autres grandes métropoles qui oscillent entre 2 et 6%<sup>10</sup>. Avec un taux d'intensité touristique supérieur à 30%, douze communes ont une économie particulièrement dépendante au tourisme.

La capacité d'accueil de la Métropole est estimée à 240 000 lits en 2017 ce qui représente 80% de la capacité d'accueil du département. L'hébergement marchand représente un tiers de cette capacité d'accueil, soit 75 000 lits.

<sup>10</sup> Cf INSEE Données 2015

La moitié des lits en hébergement marchand se concentre sur quatre communes : Marseille (27%), Aix-en-Provence (12%), Martigues (8%) et Mallemort (7%)<sup>11</sup>.

L'hôtellerie est le premier mode d'hébergement marchand avec 43% de la capacité d'accueil soit 345 hôtels et 16 273 chambres. La Métropole Aix-Marseille-Provence est ainsi la première métropole, hors Paris, en parc hôtelier (Le Grand Lyon compte 13 570 chambres).

L'hôtellerie de plein air arrive en seconde position de l'hébergement marchand avec 25% de l'offre. La métropole AMP est la seule à proposer une offre de camping d'envergure.

Les résidences secondaires représentent 165 000 lits soit 69% des hébergements touristiques de la Métropole. La part des résidences secondaires est plus marquée que dans les autres métropoles. Elle est en grande partie liée au caractère de villégiature de ce territoire avec une façade littorale étendue et une campagne provençale de renommée internationale.

### 3.2. La clientèle touristique

Aix-Marseille-Provence accueille chaque année 7 millions de touristes et 37 millions de nuitées (tous hébergements confondus). 15% de la clientèle est étrangère. Elle provient principalement des pays européens limitrophes (Belgique, Royaume-Uni, Allemagne et Italie). Une clientèle plus lointaine se développe, notamment grâce à l'essor de la croisière et à une nouvelle offre aéroportuaire.

Les motifs de déplacement sont liés aux loisirs dans 8 cas sur 10 et dans 1 cas sur 10, pour affaires.

### 4. Quelle ambition métropolitaine ?

Le tourisme constitue un enjeu important pour le développement économique et la création d'emplois de tous niveaux de qualification et sur l'ensemble du territoire métropolitain. Il participe pleinement à l'attractivité du territoire aux niveaux national et international.

En exerçant la compétence « promotion du tourisme dont la création des Offices de Tourisme », la Métropole veut développer le rayonnement de la destination et le dynamisme de ce secteur économique à l'échelle métropolitaine.

Comme le propose l'Agenda du développement économique métropolitain, il s'agira de travailler activement à « l'allongement de la durée des séjours, de rééquilibrer la saisonnalité et d'augmenter la part des touristes étrangers ».

Le projet envisagé vise à renforcer la filière, à augmenter la visibilité et la fréquentation de la destination mais aussi à enrichir la valeur de « l'expérience métropolitaine » pour le visiteur.

Les résultats attendus :

- A long terme : « s'affirmer comme la métropole la plus attractive d'Europe pour la culture, le tourisme et la qualité de vie »
- A moyen terme : « mettre en œuvre la stratégie de développement touristique adossée à une organisation ad hoc ; consolider certaines marques ; conforter une agriculture de proximité et le tourisme rural »
- A court terme : « élaborer le plan d'actions du développement des croisières »

Pour porter ce projet, il faut permettre au territoire :

- de capitaliser sur ses réussites,
- favoriser des mutualisations,
- de porter de nouveaux projets d'envergure.

L'innovation dans le secteur du tourisme sera soutenue, notamment celle portant sur le tourisme digital et le e-tourisme. Elle participe au renouvellement économique du secteur, à l'émergence de nouvelles

<sup>11</sup> Cette commune de 6 000 habitants dispose d'une grande capacité avec la présence d'une résidence de tourisme Pierre & Vacances

entreprises, à la création d'emplois et de valeur, et concourt au renforcement de l'image de dynamisme véhiculée par la Métropole.

Cette ambition collégiale et partagée appelle une compétence tourisme métropolitaine, basée sur une concertation permanente dans l'élaboration stratégique et le pilotage sur le terrain, avec les différentes Communes et Offices.

Cette ambition se décline en quatre axes :

Axe 1 : Renforcer l'attractivité de la Métropole à l'international en développant la visibilité et l'excellence de la destination

Axe 2 : Susciter et soutenir la tenue de grands événements économiques (congrès, salons) valorisant l'une des filières stratégiques de la Métropole ;

Axe 3 : Coordonner l'offre touristique des communes ainsi que les Offices de Tourisme dans un objectif de croissance de l'activité touristique, de développement durable et de répartition équilibrée et raisonnée;

Axe 4 : Inscrire les priorités du secteur au sein des grandes politiques publiques d'aménagement menées par AMP.

Pour mettre en œuvre cette stratégie, la Vice-Présidence s'appuiera sur des opérateurs dont la mission sera définie dans le cadre d'une convention de la Métropole avec chacun d'eux.

Par opérateur, s'entendent des structures touristiques telles que les Offices, les clusters, clubs et agence dédiés au secteur touristique. Les missions seront sectorielles et s'inscriront dans une logique d'intérêt pour l'ensemble de la Métropole.

#### **Axe 1 : Renforcer l'attractivité de la Métropole à l'international en développant la visibilité et l'excellence de la destination**

Le territoire dispose de plusieurs marqueurs à forte notoriété qui constituent de réelles portes d'entrées pour les visiteurs. Parmi eux, c'est bien l'Identité et la notoriété puissante de la Provence qui cimentent, relie et impulsent la dynamique d'attractivité du territoire.

Pour autant, il s'agira de **capitaliser sur l'ensemble des marqueurs identitaires** :

- A l'international, porter collectivement la marque TOURISTIQUE PROVENCE
- Pour les marchés de proximité, promouvoir les portes d'entrées et les identités associées aux pôles d'intérêt du territoire, dans la logique de la marque Provence et des cinq destinations, espaces de marketing touristique de la Métropole.

Le programme de promotion touristique de la métropole s'appuiera donc en grande partie à l'international sur la marque touristique « Provence »

Comme l'indique l'Agenda du développement économique métropolitain et comme le préconisent les acteurs du territoire, il conviendra de déployer la dynamique lancée au travers du Contrat de destination « Arts de Vivre Provence ».

*« Ce label positionne la Provence parmi les 20 destinations clés de la France, première destination dans le monde. Il associe largement les acteurs privés du secteur et constitue un levier de croissance pour la visibilité de la destination à l'échelle internationale. »*

Pour renforcer le positionnement touristique de la Métropole Aix-Marseille-Provence, les objectifs à poursuivre sont de 2 ordres :

- développer les offres d'excellence pour renforcer à long terme l'identité et le positionnement des destinations sur le marché du tourisme. Il est également primordial de poursuivre les politiques d'accueil et de conseil des clients en séjour pour accroître la consommation sur site : pour cela

il faut des politiques d'accueils concertés, une gestion mutualisée de l'information, de l'innovation pour s'adresser aux touristes...

- valoriser collectivement l'ensemble des offres à travers des stratégies de communication coordonnée innovantes, de promotion commerciale des destinations touristiques auprès des différents marchés cibles, « b to b », « b to c »...

Seront confiées à des opérateurs (chefs de file experts dans leur domaine), l'animation et la coordination des thématiques spécifiques. Par exemple, l'Office de Marseille qui a su démontrer une réelle excellence sur ce sujet, sera donc le chef de file, par convention, pour la Métropole des enjeux de congrès et de tourisme d'affaires.

Il en sera de même pour les autres thématiques prioritaires : d'autres Offices de Tourisme pourront devenir à leur tour chefs de file sur les dimensions du tourisme d'agrément (événements culturels, œnotourisme, randonnées pédestres...)

Les offres émergentes issues des projets métropolitains à faire monter en puissance et à valoriser parmi lesquelles la filière « cinéma », la filière aéronautique et les industries de pointe, un grand événement « mer » en concordance avec les futurs JO 2024, seront également prises en compte.

La Métropole établira une stratégie de structuration et de promotion pour valoriser les destinations infra territoriales et contribuera à soutenir l'attractivité métropolitaine.

- **Le secteur de la Croisière maritime et fluviale** diffuse très largement sur le territoire. C'est un vecteur fort d'attractivité et de rayonnement à l'international. Il s'appuie notamment sur l'excellence des grandes infrastructures que sont le Port et l'Aéroport Marseille-Provence.

La Métropole apporte et continuera d'apporter un soutien actif et durable au développement de la Croisière. Ce secteur en pleine croissance (2 millions de croisiéristes attendus en 2020 et l'ambition d'être le 3<sup>ème</sup> Port de croisière de méditerranée, tel que défini dans l'Agenda du développement économique métropolitain) est déjà coordonné de manière partenariale dans le cadre de l'Association « le Club de la Croisière », au sein duquel les financements de la Métropole et des Communes sont amenés à monter en puissance. Ce soutien consistera en un appui financier aux programmes d'actions initiés par le Club de la croisière, un appui métropolitain à l'accueil (propreté, aménagements, transports et accueil physique...), à la participation aux actions de promotion initiées à l'international et à l'organisation à terme d'un grand salon international récurrent sur la croisière, à Marseille. Le Club de la croisière deviendra l'opérateur métropolitain du secteur de la croisière, tant maritime que fluviale.

Par ailleurs une stratégie concernant le tourisme fluvial sera établie, en lien avec le Club de la croisière qui en sera l'opérateur, pour accompagner l'essor de celui-ci sur le territoire.

- **Les investissements hôteliers** contribuent à la qualité et à la diversité de l'offre touristique en proposant des infrastructures renouvelées en lien avec les nouvelles tendances de consommation. Ils sont en outre pourvoyeurs de nouveaux emplois.

Dans le cadre de ses missions de promotion économique, la Métropole intervient en qualité de prescripteur auprès des investisseurs. Pour un conseil de qualité et un impact économique durable et maîtrisé sur le territoire, les opportunités et la pertinence de nouvelles installations doivent être appréhendées à un échelon métropolitain.

La Métropole réalisera en lien avec les acteurs locaux de manière récurrente une observation fine des installations existantes sur le territoire, de leur activité et des besoins encore non satisfaits, à l'image du schéma de développement hôtelier réalisé par la Ville de Marseille.

En ce sens, une mission d'intérêt métropolitain sera confiée à un opérateur partenaire en lien avec les têtes de réseau du secteur hôtelier, la Chambre de commerce et d'Industrie et les Offices de Tourisme, en particulier l'Office de Tourisme de Marseille. Ce partenariat établira ainsi un schéma métropolitain hôtelier, pour permettre de définir au mieux les actions de prospection des porteurs de projets hôteliers par Provence Promotion, agence métropolitaine de promotion du territoire à l'international.

## **Axe 2 : Susciter et soutenir la tenue de grands événements économiques valorisant l'une des filières stratégiques de la Métropole**

Les congrès et salons ont en effet un impact indéniable sur l'économie du tourisme comme sur le rayonnement du territoire.

AMP favorisera la tenue de ces manifestations en lien avec les filières stratégiques de la Métropole, telles que déterminées dans son Agenda du développement économique métropolitain.

Les événements relevant de politiques propres d'animation des communes (culture strictement locale, sport, fêtes et traditions, etc.) sont exclues du champ d'intervention strictement métropolitain, mais pourront faire l'objet de partenariat sur des bases volontaires.

Enfin, la Métropole réalisera ou coordonnera des actions d'observation, de marketing et de promotion pour la filière économique en général.

Ces actions entrent, notamment, dans la logique et l'ambition du tourisme d'affaires et des congrès porté par l'Office de Tourisme de Marseille, par convention, pour l'ensemble de la Métropole.

### **Axe 3 : Coordonner l'offre touristique des communes ainsi que les Offices de Tourisme dans un objectif de croissance de l'activité touristique et de développement durable**

La promotion du tourisme à l'échelle métropolitaine passe par une coordination des Offices et bureaux de Tourisme. Les Offices de Tourisme et les bureaux de tourisme constituent un échelon de proximité incontournable. Leur présence permet l'accueil et l'information des touristes grâce à une connaissance fine de l'offre de proximité.

La métropole maintiendra les Offices de Tourisme existants et qui seront transférés au 1<sup>er</sup> janvier 2018 avec leurs moyens et leurs équipements.

Les communes stations classées qui souhaitent conserver leur compétence Tourisme seront pleinement associées au projet métropolitain dans le cadre de conventions qui les liera à la métropole.

La Métropole n'entend pas créer de nouveaux offices de tourisme dans la Métropole, que ce soit sur un périmètre communal ou intercommunal. La Métropole n'instaure pas un office de tourisme métropolitain central.

Dans le cadre de la structuration de l'offre métropolitaine, **des thématiques transversales à l'échelle métropolitaine** seront définies et le co-pilotage ainsi que l'animation de ces offres seront confiés aux Offices de Tourisme les mieux structurés (Tourisme durable, tourisme culturel, tourisme digital, e tourisme, tourisme fluvial...). AMP associera les acteurs du territoire œuvrant également sur ces thématiques.

En synthèse, dans le cadre de la promotion, les destinations infra territoriales vues précédemment seront particulièrement mises en exergue sur le territoire :

« Marseille »

« La Provence Aixoise »

« Les collines Salonaises »

« Les rives de l'Etang de Berre et la côte bleue »

« L'Etoile, le Garlaban et les Calanques »

Dans chaque bassin touristique, existeront un ou plusieurs Offices de Tourisme sur le périmètre communal, notamment des stations classées qui gardent leur autonomie d'action en lien avec la coordination et la stratégie métropolitaines.

Dans chaque bassin touristique, sont maintenus les Offices de Tourisme existants (tels que transférés à la Métropole au 1<sup>er</sup> janvier 2018 lors du transfert de compétence), animés à l'échelle du bassin. Leur gouvernance est métropolitaine. Ils assurent des missions dévolues par la Métropole et sont financés par elle.

Dans chaque bassin touristique, un organisme de tourisme animera les actions réalisées par les bureaux de tourisme intercommunaux qui devront assurer les missions d'accueil et d'information, d'animation des professionnels, d'organisation des visites accompagnées ou guidées à l'échelle du bassin. Il pourrait également être un Office de Tourisme communal qui aura conventionné avec la Métropole Aix Marseille Provence pour assurer cette mission d'animation et sera financé par la métropole pour la mener à bien.

Enfin, sur l'ensemble du territoire métropolitain des « chefs de file » de filières sont nommés pour assurer l'animation du réseau et la coordination de la mise en œuvre des plans d'actions à l'échelle métropolitaine.

#### **Axe 4 : Inscrire les priorités du secteur au sein des grandes politiques publiques d'aménagement menées par AMP**

Dans le cadre des politiques publiques qu'AMP initie, les priorités du secteur devront être prises en compte : transports, aménagement du territoire, etc. Un travail de **coordination avec les différentes directions opérationnelles** sera conduit par la Direction de l'attractivité et de la Promotion à l'international.

L'ambition métropolitaine telle que définie ci-dessus est en grande partie le fruit d'une large concertation avec les différents acteurs du tourisme (Offices de Tourisme, Bouches-du-Rhône Tourisme, Club de la Croisière ...) et notamment les Maires dans le cadre du Groupe Tourisme organisé par la Conférence Métropolitaine des Maires.

La stratégie métropolitaine fera l'objet d'un Schéma touristique soumis à l'exécutif métropolitain en début d'année 2018. Le travail avec les partenaires est engagé. Préalablement, une présentation en Conférence Métropolitaine des Maires sera organisée.

##### **4.1.L'organisation métropolitaine : une gestion partenariale**

La Métropole s'appuiera sur les structures touristiques et les dynamiques déjà existantes pour déployer les orientations de sa politique touristique de promotion.

*Parce que le positionnement touristique métropolitain doit conforter la diversité des expériences à vivre, c'est autour des destinations touristiques qu'il faut s'organiser, converger, mutualiser en capitalisant sur une organisation touristique optimisée.*

L'organisation métropolitaine de la compétence tourisme s'appuiera sur la mise en place d'une intelligence collective au service du développement du tourisme et sur la volonté d'efforts de mutualisation et de coordination entre les différents acteurs publics, voire privés.

#### **LE RESEAU DES OFFICES DE TOURISME**

Aix-Marseille-Provence Métropole s'appuiera sur les Offices de Tourisme du territoire et leur confiera le co pilotage de certains secteurs identifiés prioritaires, comme le tourisme d'affaires et de Congrès, ou des thématiques transversales, comme le tourisme culturel, etc.

La Métropole s'adossera également sur des Offices de Tourisme de référence pour chacune des destinations infra métropolitaines. Chacune des destinations infra métropolitaines comportent, en leur sein, des communes stations classées avec des Offices de référence, permettant de valoriser leur savoir-faire et leur excellence au profit des destinations et de la Métropole.

Le réseau des Offices de Tourisme sera maintenu et il s'agira de l'organiser et de fédérer les offices de tourisme du territoire en tenant compte de plusieurs dimensions :

- **Organiser les portes d'entrées des destinations.**

L'optimisation du réseau des Offices et bureau de Tourisme passe par leur l'identification de leur proximité avec une marque forte et identifiée sur le territoire à laquelle ils seront associés. Parmi ces marques fortes : Marseille, Aix-en-Provence, Calanques, Sainte Victoire, Côte Bleue, Aubagne, Salon, Pont Royal...

Les Offices de Tourisme regroupés sur les destinations métropolitaines reconnues mettront en valeur le récit du territoire.

- **Fédérer les Office de Tourisme autour de thématiques pour valoriser la transversalité de l'offre métropolitaine**

La diversité de l'offre touristique métropolitaine doit se structurer autour des grandes filières. L'optimisation du réseau des Offices et bureau de Tourisme passe par leur regroupement autour des filières prioritaires dont la mise en œuvre concertée serait portée par des Office de Tourisme « chefs de file ». C'est notamment le cas de l'Office de Tourisme de Marseille sur le tourisme d'affaires et les congrès. D'autres Offices se verront confier des missions similaires sur leur thème d'excellence, et ils participent tous à la co construction et la mise en œuvre du schéma métropolitain de développement touristique.

- **L'Office de Tourisme et des congrès de Marseille**

L'Office de Marseille participe à l'élaboration et la co construction du schéma touristique de la Métropole. Son expertise en termes de promotion commerciale constituera un facteur clé du succès métropolitain. Compte tenu des missions réalisées par cet office et de l'expertise acquise à ce titre, à l'international mais également sur des secteurs comme la croisière ou le tourisme d'affaires, l'office se verra confier des missions particulières comme le Tourisme d'affaires et des congrès pour la Métropole, mais aussi l'accueil des croisiéristes, en lien avec le Club de la Croisière, et des missions de promotion internationale, avec les autres offices de tourisme et Bouches du Rhône Tourisme sur des base de coopération volontaire réciproque.

### **LE GROUPE DE TRAVAIL TOURISME DE LA CONFERENCE METROPOLITAINE DES MAIRES**

Ce Groupe de travail apporte un support à la Vice-Présidence pour sa concertation avec les Maires et les Communes.

Installé en septembre 2016, le Groupe de Travail des maires permet d'établir un état des lieux de la compétence tourisme et de débattre des propositions. Il permet d'associer les 92 communes à la construction de la stratégie métropolitaine en matière de tourisme. Au total, près de 60 communes ont participé à ces travaux.

Ce Groupe de travail constitue un outil naturel de la Vice-Présidence pour établir un lien avec les Communes et les Offices dans le pilotage stratégique autour des destinations définies par cette délibération-cadre.

### **DIRECTION DE L'ATTRACTIVITE ET DE LA PROMOTION A L'INTERNATIONAL DE LA METROPOLE**

**La Direction de l'Attractivité et de la Promotion à l'international de la Métropole assurera la mise en relation et la cohérence du programme de promotion du tourisme avec l'ensemble des programmes envisagés dans le cadre de l'Agenda du développement économique métropolitain.**

La Métropole conçoit et pilote la stratégie métropolitaine. Elle coordonne les actions déclinées en s'appuyant sur les acteurs et déjà experts du territoire par le biais de conventions d'objectifs et le versement de contreparties financières.

Ce fonctionnement est déjà en place pour ce qui concerne le secteur de la Croisière, avec le Club de la Croisière, instance de gouvernance associative des acteurs publics et privés pour la promotion de cette filière et dont la Métropole, et plusieurs communes majeures du secteur touristique, est membre.

## **BOUCHES-DU-RHONE TOURISME/ PROVENCE TOURISME**

Avec une convention à établir dans le cadre du schéma touristique (et qui sera ajoutée en annexe de cette délibération-cadre), Bouches-du-Rhône Tourisme prend sa part à l'élaboration et la coordination de la stratégie de promotion du tourisme dans le cadre du pilotage de la Vice-Présidence.

Acteur majeur du tourisme en Provence, Bouches-du-Rhône Tourisme a établi des relations étroites de travail avec les Communes et leurs Offices.

Bouches-du-Rhône Tourisme pourra assurer des missions transversales en lien avec les schémas métropolitain, départemental et régional du tourisme.

Bouches-du-Rhône tourisme apporte notamment un soutien à la Vice-Présidence dans le cadre de sa coordination des Offices et bureaux touristiques au sein des destinations définies par cette délibération-cadre, en lien avec le GT Tourisme de la Conférence des Maires et les services métropolitains. Sa relation de proximité sur le territoire avec les offices et sa capacité à collecter des données seront des facteurs clés du succès métropolitain.

### **5. Les garanties financières et institutionnelles de la Métropole aux communes, garanties par la Loi (CGCT)**

Le Président de la Métropole Aix-Marseille-Provence, Maire de Marseille, Vice-Président du Sénat, est intervenu auprès du Gouvernement en fin d'année 2014, dans le cadre des débats sur la Loi MAPTAM, et a permis l'obtention d'un droit d'opposition pour les communes en matière de taxe de séjour qui existait déjà pour la taxe sur les casinos. Ce droit d'opposition est toujours en vigueur aujourd'hui (CF. Ci-dessous).

La Métropole confirme dans cette stratégie les engagements du Président, tel que le permet la loi (Code général des Collectivités territoriales):

Les communes touristiques et stations classées pourront conserver un Office de Tourisme sur le périmètre communal.

Les taxes de séjour et issues des jeux de casino resteront du ressort des communes concernées.

La Métropole entend installer une coordination et un pilotage stratégique entre la Vice-Présidence et les Offices au sein des grandes destinations définies, ainsi que des missions d'intérêt métropolitain portées par des Offices et autres partenaires. **La Métropole n'entend pas instituer un Office de Tourisme métropolitain afin de ne pas participer à la mise en place d'une strate supplémentaire.**

Les Offices et bureaux de Tourisme resteront en l'état de leur périmètre communal, et travailleront étroitement avec les Maires concernés, tout en s'inscrivant dans une coordination et un pilotage stratégique métropolitain. La Métropole n'entend pas créer de nouveaux offices de tourisme dans la Métropole.

**Les différentes orientations prévues dans cette délibération cadre s'appliqueront à l'ensemble des Communes et à leurs Offices de Tourisme qui auront, au 1<sup>er</sup> janvier 2018, transféré leur compétence tourisme à la Métropole.**

**Les relations, de toute nature, des autres communes et de leurs Offices, avec la Métropole feront l'objet de discussions et d'éventuelles conventions bilatérales soumises au vote du Conseil de Métropole pour mise en annexe de la délibération-cadre, suite aux précisions légales qu'apportera la DIRECCTE PACA.**

La Métropole, au terme d'un processus de concertation avec les Maires et tenant compte des garanties apportées par la loi, souhaite démontrer l'opportunité d'une gouvernance touristique métropolitaine au sein de laquelle chaque commune sera respectée, et pleinement actrice.

**Article L5211-21 (taxe de séjour)**

- Modifié par [LOI n°2016-1918 du 29 décembre 2016 - art. 86](#)
- I. - La taxe de séjour mentionnée aux articles L. 2333-29 à L. 2333-39 ou la taxe de séjour forfaitaire mentionnée aux [articles L. 2333-40 à L. 2333-47](#) peut être instituée par décision de l'organe délibérant dans les conditions prévues à l'article L. 2333-26 par :

1° Les groupements de communes touristiques et de stations classées de tourisme relevant de la section 2 du chapitre IV du titre III du livre Ier du code du tourisme ;

2° Les établissements publics de coopération intercommunale bénéficiant de l'une des dotations prévues à l'article L. 5211-24 du présent code ;

3° Les établissements publics de coopération intercommunale qui réalisent des actions de promotion en faveur du tourisme ainsi que ceux qui réalisent, dans la limite de leurs compétences, des actions de protection et de gestion de leurs espaces naturels ;

4° La métropole de Lyon.

**Les communes membres d'un établissement public de coopération intercommunale ayant institué la taxe de séjour ou la taxe de séjour forfaitaire ne peuvent percevoir ces taxes. Lorsque la métropole de Lyon a institué la taxe de séjour ou la taxe de séjour forfaitaire, les communes situées dans son périmètre ne peuvent percevoir ces taxes.**

**Les communes membres des personnes publiques mentionnées aux 1° à 4°, qui ont déjà institué la taxe de séjour ou la taxe de séjour forfaitaire pour leur propre compte, et dont la délibération instituant cette taxe est en vigueur, peuvent s'opposer à la décision mentionnée au premier alinéa du présent I par une délibération prise dans un délai de deux mois à compter de la publication ou de l'affichage de cette décision.**

L'établissement public de coopération intercommunale issu d'une fusion en application de l'article L. 5211-41-3 prend la délibération afférente à la taxe de séjour jusqu'au 1er février de l'année au cours de laquelle la fusion produit ses effets sur le plan fiscal. A défaut de délibération, le régime applicable en matière de taxe de séjour sur le territoire des établissements publics de coopération intercommunale ayant fait l'objet de la fusion ou sur le territoire des communes incluses dans le périmètre de l'établissement public issu de la fusion est maintenu au titre de la première année qui suit la fusion.

Dans ce cas, l'établissement public de coopération intercommunale issu de la fusion perçoit la taxe de séjour en lieu et place des établissements publics de coopération intercommunale ayant fait l'objet de la fusion. Le présent alinéa est également applicable en cas de modification de périmètre d'un établissement public de coopération intercommunale à la suite de l'intégration d'une commune.

**Article L5211-21-1 (taxe casinos)**

- Modifié par [ORDONNANCE n°2014-1335 du 6 novembre 2014 - art. 10](#)

Les établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre qui exercent la compétence tourisme ou les établissements publics mentionnés aux articles [L. 5211-21](#) et [L. 5722-6](#) percevant la taxe de séjour ou la taxe de séjour forfaitaire ainsi que la métropole de Lyon peuvent instituer le prélèvement direct sur le produit brut des jeux dans les conditions fixées à l'article [L. 2333-54](#), **sauf opposition de la commune siège d'un casino régi par les [articles L. 321-1 et suivants](#) du code de la sécurité intérieure**. Ils peuvent, par convention, reverser tout ou partie du prélèvement à cette commune.

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer au Conseil de la Métropole de prendre la délibération ci-après :

**Le Conseil de la Métropole Aix-Marseille-Provence,**

**Vu**

- Le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment les articles L. 5218-1 et suivants ;
- La loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
- La loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République.
- Le décret n°2015-1085 du 28 août 2015 portant création de la Métropole Aix-Marseille-Provence ;
- Le décret n° 2015-1520 du 23 novembre 2015 portant fixation des limites des territoires de la Métropole Aix-Marseille Provence ;

**Oùï le rapport ci-dessus,**

**Entendues les conclusions du Commissaire Rapporteur,**

**Considérant**

- Que la Métropole Aix-Marseille-Provence doit définir les conditions de mise en œuvre de la compétence tourisme sur son territoire en 2018.

**Délibère**

**Article unique :**

Est approuvée la délibération-cadre sur les orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence concernant les compétences liées au tourisme, pour effet sur l'ensemble du territoire métropolitain à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2018.

Pour enrôlement,  
La Vice-Présidente Déléguée  
Promotion et Développement du tourisme

Danielle MILON

## METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

### NOTE DE SYNTHÈSE RELATIVE AU RAPPORT AU CONSEIL DE LA METROPOLE

#### ORIENTATIONS DE LA METROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE SUR LES COMPETENCES LIEES AU TOURISME

La loi MAPTAM puis la loi NOTRe ont ajouté aux compétences des EPCI à fiscalité propre la promotion du tourisme et la création d'Offices de Tourisme.

Cette compétence recouvre l'ensemble des compétences obligatoires des Offices de Tourisme, à savoir : l'accueil et l'information des touristes, la promotion touristique et la coordination des divers partenaires du développement touristique local.

Sont exclues de la compétence obligatoirement transférée, et demeurent donc de la compétence des communes la gestion et l'exploitation des équipements touristiques (campings, casinos, remontées mécaniques...) et la fiscalité liée au tourisme

La loi prévoit une délégation automatique aux Conseils de territoire (CT) jusqu'en 2020, sauf délibération expresse adoptée à la majorité des deux tiers du conseil de la Métropole. En l'état, la compétence déléguée sur le tourisme aux CT s'entend comme une compétence d'exécution au plus près du terrain, mais devant s'opérer dans le cadre d'orientations stratégiques définies par la Métropole.

Cette délibération cadre propose donc une organisation de la compétence en fonction des grandes orientations définies par le projet touristique du territoire métropolitain issu de la concertation menée depuis septembre 2016

Avec 7 millions de touristes, 2,2 milliards de consommation intérieure et 24 000 emplois directs, le tourisme représente un secteur économique important et est identifié dans le cadre de l'agenda de développement économique métropolitain comme l'une des six filières stratégiques. Enjeu important pour le développement économique et la création d'emplois de tous niveaux de qualification et sur l'ensemble du territoire métropolitain, il participe pleinement à l'attractivité du territoire aux niveaux national et international.

#### **L' ambition métropolitaine se décline en quatre axes :**

Axe 1 : Renforcer l'attractivité de la Métropole à l'international en développant la visibilité et l'excellence de la destination ;

Axe 2 : Susciter et soutenir la tenue de grands événements économiques (congrès, salons) valorisant l'une des filières stratégiques de la Métropole ;

Axe 3 : Coordonner l'offre touristique des communes ainsi que les Offices de Tourisme dans un objectif de croissance de l'activité touristique, de développement durable et de répartition équilibrée et raisonnée ;

Axe 4 : Inscire les priorités du secteur au sein des grandes politiques publiques d'aménagement menées par AMP.

### **Une organisation partenariale**

Elle s'appuiera ainsi sur les structures touristiques et les dynamiques déjà existantes pour déployer les orientations de sa politique touristique de promotion : le réseau des offices de tourisme, l'Office de Tourisme et des congrès de Marseille, le Groupe de travail Tourisme de la Conférence métropolitaine des Maires, La Direction de l'Attractivité et de la Promotion à l'international de la Métropole et Bouches du Rhône Tourisme, etc.

### **Une approche en termes de destinations touristiques :**

Sous l'identité forte de la « Provence », une approche en termes de destinations, issue du projet concerté dans le cadre du Groupe Tourisme de la Conférence des Maires, ou plutôt d'espaces de marketing touristique est proposée. Elle permet à la Métropole d'exploiter de réelles portes d'entrées pour les visiteurs.

Se dessinent cinq grandes destinations infra métropolitaines autour de « Marseille », « La Provence Aixoise », « Les collines Salonaises », « Les rives de l'Étang de Berre et la Côte Bleue », « L'Étoile, le Garlaban et les Calanques ».

Le projet touristique en dessinera plus précisément le contour. Des parcours touristiques infra destinations seront également co-construits avec les Maires et les Offices.

Cette approche en destinations est appelée à évoluer en fonction des orientations et priorités des programmes de développement envisagés dans le futur par la Métropole Aix-Marseille-Provence

Enfin, ces espaces de marketing touristiques ne sont pas de nouvelles instances ou de nouveaux organes mais participent, par un zonage marketing, à une volonté de participer à une gouvernance et une coordination souple et volontaire des différentes parties prenantes, autour de stratégies partagées au sein de ces destinations.

Le pilotage de la Vice-Présidence associera les Communes et les Offices de tourisme, avec en support les services métropolitains, Bouches-du-Rhône Tourisme, et le Groupe de travail tourisme de la Conférence des Maires.

### **La Métropole confirme dans cette stratégie les engagements du Président, tel que le permet la loi (Code général des Collectivités territoriales) :**

. Les communes touristiques et stations classées pourront conserver un Office de Tourisme sur le périmètre communal ;

. Les taxes de séjour et issues des jeux de casino resteront du ressort des communes concernées.

. La Métropole n'entend pas instituer un Office de Tourisme métropolitain afin de ne pas participer à la mise en place d'une strate supplémentaire. Les Offices et bureaux de Tourisme resteront en l'état de leur périmètre communal, et travailleront étroitement avec les Maires concernés, tout en s'inscrivant dans une coordination et un pilotage stratégique métropolitain. La Métropole n'entend pas créer de nouveaux offices de tourisme dans la Métropole.

La Métropole entend installer une coordination et un pilotage stratégique entre la Vice-Présidence et les Offices au sein des grandes destinations définies, ainsi que des missions d'intérêt métropolitain portées par des Offices et autres partenaires.

Les différentes orientations prévues dans cette délibération cadre s'appliqueront à l'ensemble des Communes et à leurs Offices de Tourisme qui auront, au 1<sup>er</sup> janvier 2018, transféré leur compétence tourisme à la Métropole.

**OBJET : Développement économique et emploi - Tourisme et promotion du territoire - Orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au tourisme**

---

Vote sur le rapport

Inscrits	91
Votants	76
Abstentions	2
Blancs et nuls	0
Suffrages exprimés	74
Majorité absolue	38
Pour	74
Contre	0
Ne prennent pas part au vote	0

**Etai(en)t présent(s) et ont voté contre :**

Néant

**Etai(en)t excusé(s) et ont voté contre :**

Néant

**Etai(en)t présent(s) et se sont abstenus :**

CASTRONOVO Lucien-Alexandre

**Etai(en)t excusé(s) et se sont abstenus :**

BALDO Edouard

Après en avoir délibéré, le Conseil de Territoire adopte à l'unanimité le rapport ci-joint et le transforme en délibération.

Ont signé le Président et les membres du Conseil de Territoire présents

**Maryse JOISSAINS MASINI**

Signé, le **18 OCT. 2017**

Accusé de réception en préfecture  
013-200054807-20171012-2017\_CT2\_355-  
DE  
Date de télétransmission : 23/10/2017  
Date de réception préfecture : 23/10/2017