

Métropole Aix-Marseille-
Provence

République
Française

Département des
Bouches du Rhône

EXTRAIT DES REGISTRES DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE LA METROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

Séance du 19 octobre 2017

Monsieur Jean-Claude GAUDIN, Président de la Métropole Aix-Marseille-Provence, a ouvert la séance à laquelle ont été présents 185 membres.

Etaient présents Mesdames et Messieurs :

Guy ALBERT - Béatrice ALIPHAT - Martial ALVAREZ - Christophe AMALRIC - Christian AMIRATY - Patrick APPARICIO - Philippe ARDHUIN - Sophie ARTARIA-AMARANTINIS - Michel AZOULAI - René BACCINO - Mireille BALLETTI - Loïc BARAT - Sylvia BARTHELEMY - Marie-Josée BATTISTA - Jean-Pierre BAUMANN - Yves BEAUVAL - François BERNARDINI - Sabine BERNASCONI - André BERTERO - Jean-Pierre BERTRAND - Jacques BESNAÏNOU - Solange BIAGGI - Roland BLUM - Odile Bonthoux - Jacques BOUDON - Michel BOULAN - Christian BURLE - Laure-Agnès CARADEC - Marie-Arlette CARLOTTI - Eric CASADO - Eugène CASELLI - Michel CATANEO - Roland CAZZOLA - Martine CESARI - Philippe CHARRIN - Maurice CHAZEAU - Gérard CHENOZ - Jean-David CIOT - Frédéric COLLART - Monique CORDIER - Jean-François CORNO - Pierre COULOMB - Georges CRISTIANI - Robert DAGORNE - Michel DARY - Monique DAUBET-GRUNDLER - Sophie DEGIOANNI - Christian DELAVET - Anne-Marie D'ESTIENNE D'ORVES - Bernard DESTROST - Nouriati DJAMBAË - Pierre DJIANE - Marie-France DROPY- OURET - Sandra DUGUET - Michèle EMERY - Hervé FABRE-AUBRESPIY - Nathalie FEDI - Jean-Claude FERAUD - Patricia FERNANDEZ-PEDINIELLI - Gilbert FERRARI - Céline FILIPPI - Richard FINDYKIAN - Dominique FLEURY- VLASTO - Olivier FREGEAC - Arlette FRUCTUS - Josette FURACE - Loïc GACHON - Daniel GAGNON - Alexandre GALLESE - Danièle GARCIA - Jean-Claude GAUDIN - Gérard GAZAY - Jacky GERARD - Samia GHALI - Patrick GHIGONETTO - Roland GIBERTI - Bruno GILLES - Philippe GINOUX - Jean-Pierre GIORGI - Georges GOMEZ - Philippe GRANGE - Albert GUIGUI - Frédéric GUINIERI - Olivier GUIROU - Daniel HERMANN - Michel ILLAC - Eliane ISIDORE - Nicolas ISNARD - Noro ISSAN-HAMADY - Bernard JACQUIER - Mireille JOUVE - André JULLIEN - Didier KHELFA - Dany LAMY - Michel LAN - Eric LE DISSÈS - Stéphane LE RUDULIER - Michel LEGIER - Gisèle LELOUIS - Gaëlle LENFANT - Jean-Marie LEONARDIS - Hélène LHEN-ROUBAUD - Marie-Louise LOTA - Jean-Pierre MAGGI - Antoine MAGGIO - Irène MALAUZAT - Richard MALLIÉ - Joël MANCÈL - Rémi MARCENGO - Stéphane MARI - Jeanne MARTI - Régis MARTIN - Florence MASSE - Marcel MAUNIER - Roger MEI - Danielle MENET - Patrick MENNUCCI - Arnaud MERCIER - Xavier MERY - Yves MESNARD - Marie-Claude MICHEL - Danielle MILON - Pierre MINGAUD - Richard MIRON - André MOLINO - Jean-Claude MONDOLINI - Virginie MONNET-CORTI - Jean MONTAGNAC - Yves MORAINÉ - Pascale MORBELL - Roland MOUREN - Marie MUSTACHIA - Lisette NARDUCCI - Jérôme ORGEAS - Patrick PADOVANI - Stéphane PAOLI - Patrick PAPPALARDO - Didier PARAKIAN - Chrystiane PAUL - Serge PEROTTINO - Elisabeth PHILIPPE - Claude PICCIRILLO - Stéphane PICHON - Nathalie PIGAMO - Catherine PILA - Marc POGGIALE - Jean-Jacques POLITANO - Gérard POLIZZI - Henri PONS - Véronique PRADEL - Muriel PRISCO - Marine PUSTORINO-DURAND - René RAIMONDI - Stéphane RAVIER - Martine RENAUD - Maryvonne RIBIERE - Jean ROATTA - Carine ROGER - Georges ROSSO - Alain ROUSSET - Michel ROUX - Lionel ROYER-PERREAUT - Roger RUZE - Isabelle SAVON - Jean-Pierre SERRUS - Marie-Pierre SICARD-DESNUELLE - Emmanuelle SINOPOLI - Monique SLISSA - Marie-France SOURD GULINO - Jules SUSINI - Luc TALASSINOS - Francis TAULAN - Dominique TIAN - Jean-Louis TIXIER - Jocelyne TRANI - Claude VALLETTE - Josette VENTRE - Yves VIDAL - Frédéric VIGOUROUX - Patrick VILORIA - Yves WIGT - David YTIER - Didier ZANINI - Kheira ZENAFI - Karima ZERKANI-RAYNAL.

Etaient absents et représentés Mesdames et Messieurs :

Guy BARRET représenté par Olivier GUIROU - Patrick BORÉ représenté par Jean-Pierre SERRUS - Nadia BOULAINSEUR représentée par Roland CAZZOLA - Valérie BOYER représentée par Mireille BALLETTI - Gérard BRAMOULLÉ représenté par Maurice CHAZEAU - Marie-Christine CALATAYUD représentée par Michel AZOULAI - Henri CAMBESSEDES représenté par Patricia FERNANDEZ-PEDINIELLI - Jean-Louis CANAL représenté par Gaëlle LENFANT - Gaby CHARROUX représenté par Marc POGGIALE - Anne CLAUDIUS-PETIT représentée par Bernard JACQUIER - Auguste COLOMB représenté par Henri PONS - Sandra DALBIN représentée par Didier PARAKIAN - Sandrine D'ANGIO représentée par Gisèle LELOUIS - Philippe DE SAINTDO représenté par Irène MALAUZAT - Jean-Claude DELAGE représenté par Yves MORAINÉ - Sylvaine DI CARO représentée par Alexandre GALLESE - Frédéric DOURNAYAN représenté par Marie-Louise LOTA - Claude FILIPPI représenté par Michel BOULAN - Jean-Christophe GROSSI représenté par Jacques BOUDON - Garo HOVSEPIAN représenté par Jean-Claude MONDOLINI - Maryse JOISSAINS MASINI représentée par Jean-Claude FERAUD - Nicole JOULIA représentée par François BERNARDINI - Robert LAGIER représenté par Georges CRISTIANI - Nathalie LAINE représentée par Bernard DESTROST - Albert LAPEYRE représenté par Xavier MERY - Annie LEVY-MOZZICONACCI représentée par Muriel PRISCO - Laurence LUCCIONI représentée par Virginie MONNET-CORTI - Bernard MARANDAT représenté par Jeanne MARTI - Bernard MARTY représenté par Gérard POLIZZI - Christophe MASSE représenté par Florence MASSE - Pascal MONTECOT représenté par Roland GIBERTI - Roger PELLENC représenté par Robert DAGORNE - Christian PELLICANI représenté par Michel ILLAC - Roger PIZOT représenté par Jean-David CIOT - Bernard RAMOND représenté par Olivier FREGEAC - Julien RAVIER représenté par Isabelle SAVON - Marie-Laure ROCCA-SERRA représentée par Richard MIRON - Maryse RODDE représentée par Frédéric VIGOUROUX - Florian SALAZAR-MARTIN représenté par Eliane ISIDORE - Guy TEISSIER représenté par Lionel ROYER-PERREAUT - Maxime TOMMASINI représenté par Monique DAUBET-GRUNDLER.

Etaient absents et excusés Mesdames et Messieurs :

Serge ANDREONI - Jean-Louis BONAN - Frédéric BOUSQUET - Laurent COMAS - Eric DIARD - Hélène GENTE-CEAGLIO - Georges MAURY - Michel MILLE - Patrick PIN - Roland POVINELLI - Eric SCOTTO - Martine VASSAL - Philippe VERAN - Karim ZERIBI.

Signé le 19 Octobre 2017

Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

Monsieur le Président a proposé au Conseil de la Métropole d'accepter les conclusions exposées ci-après et de les convertir en délibération.

TVP 001-2841/17/CM

■ Orientations de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur les compétences liées au tourisme **MET 17/5048/CM**

M Monsieur le Président de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur proposition du Commissaire Rapporteur soumis 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'indices¹. Dans le cadre des travaux en cours de la Commission Locale des Charges Transférées (CLECT), sont étudiées comme possibles opportunités une ZAT privée² et un projet de ZAT³.

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.⁴

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 tourisme⁵.

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^{er} 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 intercommunal⁶.

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

² ZAT Pierre et Vacances à Mallemort

³ Projet de ZAT sur la commune de Cornillon-Confoux

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

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

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

Signé le 19 Octobre 2017

Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

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 communal⁷.

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 Métropole⁸.

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 ».

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 tourisme⁹ (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...).

⁷ 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.

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

⁹ Cf tableau ci joint

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 Salonnaises »
- « Les rives de l'Etang de Berre et la Côte Bleue »
- « L'Etoile, le Garlaban, les Calanques »

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.

Signé le 19 Octobre 2017
Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

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%¹⁰. 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.

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

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.

¹⁰ Cf INSEE Données 2015

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

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 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^{ème} 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^{er} janvier 2018 avec leurs moyens et leurs équipements. Ils seront animés, pilotés et gérés par les conseils de territoires, en concertation avec les Maires.

Leur financement, à l'issue du transfert de charges constaté par la CLECT, sera inscrit dans les états spéciaux du territoire, en application des délibérations du Conseil de Métropole des 28 avril et 30 juin 2016, portant délégation de compétences du Conseil de Métropole aux conseils de territoires.

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 Salonnaises »

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

« L'Etoile, le Garlaban et les Calanques »

Signé le 19 Octobre 2017
Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

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^{er} 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'adosera 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

Signé le 19 Octobre 2017
Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

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^{er} 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

Signé le 19 Octobre 2017
Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017

- 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 ;

Où 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^{er} janvier 2018.

Certifié Conforme,
La Vice-Présidente Déléguée
Promotion et Développement du tourisme

Danielle MILON

Signé le 19 Octobre 2017
Reçu au Contrôle de légalité le 20 octobre 2017