

**Stéphane BOUILLON**

Préfet de la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur  
Préfet des Bouches-du-Rhône

**Renaud MUSELIER**

Président  
de la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur  
Député Européen

**Christian ESTROSI**

Président délégué  
de la Région Provence - Alpes - Côte d'Azur



## ***Provence - Alpes - Côte d'Azur élabore son schéma de développement du sport***

### **Atelier 3 – Le développement économique et le tourisme sportif Compte rendu de la séance 1**



Région  
Provence  
Alpes  
Côte d'Azur



## Animateurs :

- Caroline GAZELE (DDCSPP 04)
- Anne-Sophie DUMORTIER (ORM PACA)
- Nils GINESTOU (Conseil régional PACA)

---

## Préambule

Les réflexions de cet atelier doivent être articulées avec les travaux de l'atelier 4 « Aménagement des territoires et les équipements sportifs ». Nous nous concentrerons donc sur la problématique du tourisme sportif sans développer le thème de l'aménagement des sites.

Le tourisme sportif est ici défini comme un déplacement hors de son lieu de résidence pour pratiquer une activité sportive ou assister à un événement/une manifestation sportifs.

La région PACA a pour particularité d'être l'une des seules régions offrant une très large diversité de milieux et d'activités pouvant être pratiquées tout au long de l'année, pour un grand nombre d'entre elles.

### Compléments à apporter aux données de cadrage de l'atelier pour le diagnostic final :

- Étude d'opportunité de services (04 et 05)
- Études ORM sur les sports de nature (montagne, littoral)

## LA POLITIQUE RÉGIONALE SUR LES ESPACES VALLÉENS ET LE CONTRAT « STATIONS DE DEMAIN »

### • *Les espaces valléens*

Cette politique s'appuie sur la mise en œuvre d'un Contrat de plan État-Région AuRA et PACA : la Convention interrégionale du massif des Alpes (CIMA 2015-2020) dont l'axe structurant est la valorisation des patrimoines naturel et culturel en tant qu'objet de diversification touristique estivale (40 M d'€ sur 5 ans).

Afin de soutenir les projets concrets des territoires alpins, un AMI relatif à l'élaboration d'une stratégie et d'un plan d'action « Espace valléen » a été lancé en 2015. 19 territoires couvrant 95 % de la zone de massif des Alpes du sud sont aujourd'hui labellisés.

La majorité des stratégies et des actions envisagées et soutenues financièrement par les partenaires institutionnelles (État, Région, Départements, collectivités) ont un lien avec le développement des activités de pleine nature (circuits VTT, randonnée pédestre, aménagement de sites liés à la pratique de l'escalade ou des sports de haute-montagne...).

### • *Le contrat « Stations de demain »*

La Région met en œuvre depuis 2016 une politique en direction des stations de montagne qui consiste à soutenir les investissements liés à la modernisation des équipements et des aménagements concourant à l'attractivité touristique aussi bien en hiver qu'en été.

16 contrats « Stations de demain » concernant la très grande majorité des sites de pratique du ski alpin et nordiques engagent la Région à hauteur de 50 M d'€ sur la période 2015-2020.

Les investissements en cours de réalisation concernent la modernisation et/ou la construction de réseaux de neige de culture, des remontées mécaniques, de l'aménagement de piste, des équipements de diversification, des cœurs de station, des hébergements de loisirs et des équipements numériques afin de répondre aux nouvelles attentes de la clientèle.

## **La politique régionale de développement du tourisme**

Un nouveau schéma de développement touristique a été adopté par la Région le 17 mars 2017 pour la période 2017-2022. La Région souhaite contribuer au développement de l'industrie touristique en élaborant un schéma régional particulièrement offensif. Elle a choisi de l'intituler « Plan de croissance de l'économie touristique » afin de traduire sa volonté de développer cette filière stratégique qui figure, avec les industries culturelles, parmi les douze Opérations d'intérêt régional (OIR).

La stratégie touristique de la Région s'appuie sur trois marques « supra » : Provence, Côte d'Azur et Alpes ainsi que des destinations infrarégionales qui restent à définir dans le cadre d'un AMI qui a été lancé le 7 juillet 2017.

## **Retour sur la présentation des données de cadrage**

### **Pour compléter**

- Avec 31 millions de visiteurs par an, 141 000 emplois, 25 000 entreprises et 18 milliards de retombées économiques, la Région PACA est la deuxième destination touristique en France après l'Île-de-France.
- Deuxième massif de France, les Alpes du sud représentent 15 % des parts du marché français des sports d'hiver. Ainsi, l'activité des stations de ski constitue un poids économique majeur dans l'économie touristique régionale. En 2013-2014, les 68 stations de Provence - Alpes - Côte-d'Azur (dont sites nordiques), ont généré 756 M d'€ de recettes dont 150 M d'€ liés aux remontées mécaniques, 15 000 emplois dont 12 000 saisonniers. Cela engendre en moyenne 11 millions de nuitées touristiques sur les trois départements alpins en saison hivernale.

### **Les limites des données statistiques issues du recensement des équipements sportifs (RES) et du recueil des déclarations des manifestations sportives**

- Le groupe de travail alerte les acteurs sur l'utilisation des données du recensement des équipements sportifs (RES) et du recueil des déclarations des manifestations sportives. En effet, ces données sont difficilement voire « dangereusement » exploitables en données brutes. Les modalités de référencement des équipements de sports de nature sont exercées de manière différente selon les départements et selon les disciplines : les chiffres ne sont pas toujours le reflet de la réalité.
- De même, les bases statistiques concernant les manifestations sont issues du recueil des déclarations des manifestations sportives, déposées en préfecture. Celles-ci se limitent aux activités nécessitant une occupation du domaine public ou des moyens de secours particuliers ; elles ne reflètent que partiellement l'ensemble des manifestations organisées en PACA. Il manque toutes les manifestations qui ne se déroulent pas sur des voies ouvertes à la circulation publique et qui ne nécessitent pas la prise en compte de mesures de sécurité et environnementales particulières. Ex : les championnats de France de canoë kayak n'ont pas besoin d'être déclarés en préfecture. Ces données ne peuvent donc être prises en compte pour illustrer toute la réalité de ce qui se fait en région.

Cependant, ces outils statistiques restent des indicateurs utiles pour comprendre certaines dynamiques. Ils demandent d'être complétés par d'autres indicateurs, comme le taux d'utilisation des équipements par exemple.

Parallèlement, le groupe souligne qu'il ne dispose pas de données qualitatives sur le ressenti des touristes qui se rendent sur les sites, sur leurs besoins et attentes. Ces données existent-elles au niveau régional ? Sont-elles réellement utiles ? Le rapport coût/bénéfice lié à la construction de ce genre d'études est-il rentable ?

## Réponses au questionnement

### **Quel aménagement éco-responsable des territoires pour l'attractivité sportive et la sécurité des touristes ?**

L'aménagement et la concertation autour des aménagements éco-responsables sont des éléments clés à intégrer dans les projets afin d'accentuer leur chance de réussite. La majorité des sites de pleine nature de la région souffrent d'un manque d'organisation des espaces et des pratiques. Lorsqu'une stratégie est partagée par l'ensemble des acteurs, lorsqu'elle s'appuie sur un plan de développement concerté, l'amélioration qualitative est toujours significative.

La problématique foncière semble être le premier frein en termes d'aménagement et de responsabilité donc de sécurité. Des exemples illustrent les problèmes du foncier : dans les Alpes-Maritimes, la politique départementale de canyon est aujourd'hui confrontée à des problématiques de gestion et d'entretien d'équipements sur terrain privé. Sur le littoral, les concessions nautiques sont limitées à la période du 15 mai au 15 septembre. Cette limite temporelle cadrée par la loi littoral oblige les professionnels à concentrer leurs activités dans l'espace et dans le temps.

Les problématiques de sécurité et de prévention pourraient être intégrées dans la réflexion de chaque projet d'aménagement et mises en lien avec la signalétique associée à ces projets. De même, le tissu des socioprofessionnels (on entend par *socioprofessionnels* toutes les personnes concernées par l'organisation touristique d'un territoire) doit être responsabilisé sur les pratiques qu'il génère et sur les règles en matière de sécurité.

Se pose alors la question : dans quelle mesure doit-on continuer à concentrer les investissements liés à l'aménagement de sites remarquables (sites phares inventoriés comme le Ventoux ou le Verdon) déjà surfréquentés ? Il apparaît dans les débats que pour continuer à valoriser ces sites, le passage par une démarche d'aménagements concertés est indispensable.

Peut-on développer la pratique sportive, la fréquentation, les aménagements sans risquer une dégradation des espaces naturels qui deviendrait néfaste à l'attractivité du territoire ?

Réponse : Oui mais la gestion du risque doit être anticipée et elle doit s'appuyer sur une base réglementaire lisible et comprise par tous.

### **Quels modes d'innovation et de communication ?**

L'individualisation des formes de pratiques implique que les politiques publiques sportives risquent d'être en décalage systématique avec l'évolution des pratiques. Aussi, il serait important d'identifier de façon efficiente les évolutions techniques et de consommation afin d'accompagner au mieux le développement, et en toute sécurité, ces nouvelles pratiques.

En matière de communication et de promotion touristique, la Région s'appuie sur la mise en œuvre du schéma régional de développement touristique (*cf.* le programme de la Région en préambule).

Il est proposé de soumettre le « label » de la marque qualitative (ex : Côte d'Azur) à la mise en place de comités locaux de concertation et de régulation (professionnels, associations environnementalistes, autres usagers...).

### **Quelle complémentarité entre les professionnels pour développer et créer une nouvelle dynamique territoriale ?**

C'est normalement le rôle des offices de tourisme que de créer cette dynamique en rassemblant les hébergeurs et les opérateurs d'activités.

Il est soulevé l'intérêt de croiser davantage les cursus de formation professionnelle (continue et initiale) du sport et du tourisme pour créer une culture commune.

Une piste de travail serait de créer un évènementiel autour d'un projet commun (culturel, sportif...) afin de fédérer les acteurs locaux et d'alimenter une stratégie commune de développement.

Plus globalement, ce sont les territoires qui ont une stratégie touristique affirmée et une identité commercialisable qui fédèrent les socioprofessionnels du tourisme et qui les inscrivent dans une dynamique territoriale.

### **Quel impact du sport professionnel ?**

Le groupe de travail a choisi de ne pas se cantonner au sport professionnel mais d'élargir le champ aux évènements de grande ampleur ayant une résonance à minima régionale.

Les stratégies sont à structurer avec les promoteurs d'événements sportifs pour lesquels les acteurs économiques, publics ou associatifs du territoire doivent être des relais incontournables.

Une évolution est à noter sur l'implication des partenaires économiques du secteur marchand et non marchand. Aujourd'hui, cette implication s'inscrit davantage dans une logique d'ancrage territorial que de sponsoring brut. Plus précisément, elle s'illustre par :

- l'identification des pratiques sportives de ses salariés ;
- le sponsoring d'associations locales en plus d'un club phare ;
- d'une politique de comité d'entreprise.

Les sportifs professionnels doivent aussi être au cœur du développement de leur sport. Inversement, les collectivités, les clubs, les stations de ski, doivent soutenir financièrement et/ou techniquement ces sportifs, ainsi que l'ensemble du tissu associatif qui concourt à l'émergence de nouveaux champions ou d'ambassadeurs de l'activité.