



Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques

95^{ème} Congrès de l'ANETT mercredi 17 juin 2026

Paris

Auditorium de l'AMF

Sommaire

95^{ème} Congrès de l'ANETT mercredi 17 juin 2026	1
Sommaire	1
Compte-rendu du 95^{ème} Congrès de l'ANETT	2
I) Débat sur les taxes de séjour, avec la participation de la Direction Générale des Collectivités Locales et de Nouveaux Territoires	2
II) Intervention de Françoise GATEL, Ministre de l'Aménagement du territoire et de la Décentralisation	14
III) Temps fort avec les partenaires de l'ANETT	19
IV) Présentation du « Tourism City Lab »	29
V) Valorisation des stations classées	37
VI) Clôture du Congrès par Serge PAPIN, Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat	47

Compte-rendu du 95^{ème} Congrès de l'ANETT

l) Débat sur les taxes de séjour, avec la participation de la Direction Générale des Collectivités Locales et de Nouveaux Territoires

Brice DUTHION

Bonjour à toutes et à tous. Pour celles et ceux qui assistent régulièrement à ce Congrès, je suis Brice DUTHION, et je suis heureux de vous retrouver pour la troisième année consécutive pour animer ce Congrès de l'ANETT. Je salue les visages connus et amicaux dans la salle.

Nous allons commencer le premier temps de ce Congrès par ce qui est devenu une sorte de rituel : le point annuel sur la fiscalité locale et, en particulier, sur la taxe de séjour. Il n'y a pas de raison que cette année fasse exception. Avec Simon LEBEAU, son équipe, Géraldine LEDUC et le Président Philippe SUEUR, nous avons souhaité organiser ce matin un temps d'échange d'environ une heure sur la fiscalité et les finances locales.

J'invite sur scène nos deux interlocutrices privilégiées de la Direction Générale des Collectivités Locales, qui étaient déjà présentes l'an dernier au Touquet-Paris-Plage : Séverine REYMUND et Leïla LACHKAM.

J'accueille également une personne que vous connaissez bien à l'ANETT, Jérôme PAYANY, qui dirige le bureau d'études Nouveaux Territoires. Jérôme est une véritable encyclopédie de la taxe de séjour en France ; lorsque j'ai personnellement besoin d'un renseignement, je l'appelle et il a toujours la réponse. Sa présence est donc extrêmement utile pour nos échanges.

Je me souviens que l'année dernière, j'étais sorti un peu frustré de notre discussion avec vous, Séverine et Leïla, car nous n'avions pas obtenu toutes les informations que certains dans la salle espéraient. Ma première question est donc la suivante : pouvez-vous nous dresser un état des lieux de la taxe de séjour, en particulier sur les faits majeurs de 2025, avant de nous projeter sur l'année 2026 ?

Séverine REYMUND

Merci beaucoup. Bonjour à toutes et à tous, je suis ravie de vous retrouver. Je commencerai par un panorama des faits qui caractérisent la taxe de séjour, avec notamment quelques chiffres sur le produit de cette fiscalité. La principale caractéristique de la taxe de séjour est son fort dynamisme. Nous avons actualisé l'ensemble des chiffres sur la progression de son produit. En remontant sur une quinzaine d'années, nous constatons que son produit a été multiplié par plus de cinq, passant de 251 millions d'euros en 2012 à plus de 1,4 milliard en 2025, taxes additionnelles comprises.

Ce dynamisme remarquable fait de la taxe de séjour une ressource financière substantielle pour les territoires touristiques. Je pourrai détailler la répartition de ce produit et revenir sur les facteurs expliquant cette croissance. Sur un plan qualitatif, plusieurs enjeux reviennent régulièrement dans les débats parlementaires et font actuellement l'objet de discussions avec les associations d'élus et les professionnels. Ces enjeux

concernent d'une part l'exhaustivité et la fiabilité des déclarations, qui sont le gage d'un bon recouvrement, et d'autre part la lisibilité et l'équité du dispositif.

Celui-ci repose aujourd'hui sur trois mécanismes distincts : un barème basé sur les nuitées au réel, un régime forfaitaire et une taxation proportionnelle pour les hébergements non classés. Ce dispositif en trois volets voit sa lisibilité et son équité aujourd'hui discutées, et des réflexions sont en cours pour étudier des pistes de simplification.

Brice DUTHION

Séverine, une question sur les trois mécanismes que vous évoquez. Le premier est le plus important en termes de versement. Pouvez-vous nous donner quelques éléments sur la répartition des versements en fonction des régimes, notamment sur le fameux forfait par rapport au réel ?

Séverine REYMUND

Je ne dispose que de montants agrégés et non d'une répartition par régime en euros. En revanche, je peux donner quelques ordres de grandeur sur le recours au régime forfaitaire, dont la pérennité est aujourd'hui discutée. La taxe de séjour est perçue sur le territoire de près de 90 % des communes, ce qui montre qu'elle est appliquée sur la quasi-totalité du territoire français. En 2025, le montant total s'élève à 1,4 milliard d'euros. Ce chiffre inclut 41 millions d'euros au titre de la taxe additionnelle départementale, qui correspond à 10 % du produit de la taxe principale pour les départements qui ont décidé de l'instituer. Il comprend également 512 millions d'euros au titre des différentes taxes additionnelles perçues au niveau des régions pour financer certaines politiques publiques, notamment dans le domaine des transports.

Brice DUTHION

Nous reviendrons tout à l'heure sur la fameuse taxe destinée à Île-de-France Mobilités, qui a beaucoup fait parler ces deux dernières années. Je pense qu'un point s'impose encore cette année.

Séverine REYMUND

Si l'on observe le dynamisme de cette taxe avec un peu de recul historique, son produit a connu un recul en 2020 avec la crise sanitaire, passant de 552 à 401 millions d'euros. Il a ensuite repris nettement son ascension pour atteindre près de 800 millions en 2023, puis 1,5 milliard en 2025, principalement sous l'effet des taxes additionnelles régionales qui ont commencé à être perçues à partir de 2023.

Brice DUTHION

Cette dynamique particulière s'explique aussi sans doute par le rôle des plateformes qui permettent de collecter la taxe de séjour. Pouvez-vous nous en dresser un panorama complet à ce jour, à la fin du printemps 2026 ?

Séverine REYMUND

Nous ne disposons pas de chiffres spécifiques sur le produit collecté *via* les déclarations des plateformes de réservation. Cependant, l'analyse des facteurs expliquant le dynamisme de la taxe permet de recouper partiellement cette information. Le premier facteur est l'augmentation de la fréquentation touristique, observée pour

toutes les catégories d'hébergement : hôtellerie classique, hébergements de plein air, mais aussi et principalement pour les meublés de tourisme, dont la réservation s'effectue majoritairement via ces plateformes. Le second facteur est l'augmentation des tarifs votés par les collectivités.

Brice DUTHION

Avez-vous une idée de l'ordre de grandeur de cette augmentation des tarifs ?

Séverine REYMUND

Oui, tout à fait. Le tarif moyen voté par les collectivités dans le cadre du barème, c'est-à-dire par personne et par nuitée toutes catégories d'hébergement confondues, s'élevait à 1,04 euros en 2021 et atteint 1,26 euros en 2025. Cela représente une augmentation de plus de 21 % en quatre ans. Cette dynamique est ascendante depuis 2019 et s'est particulièrement accentuée depuis la fin de la crise sanitaire en 2021. Pour les hébergements non classés, le taux proportionnel moyen voté est passé de 3,45 % en 2019 à 3,89 % en 2025.

Brice DUTHION

Le panorama est assez précis. On observe différents types de territoires touristiques. Pourriez-vous nous expliquer, Séverine, les différences qui peuvent exister entre les territoires littoraux, de montagne, ou urbains ? Existe-t-il des différences fondamentales et structurelles au regard de cette taxe de séjour ?

Séverine REYMUND

Une étude fine du produit par type de territoire pourrait être intéressante pour le prochain congrès de l'ANETT. Ce que nous pouvons déjà dire en analysant les principaux départements percevant la taxe de séjour additionnelle de 10 %, ce qui donne une bonne indication du produit global, c'est qu'outre Paris, qui est évidemment le premier perceuteur, il s'agit principalement des départements du littoral.

Brice DUTHION

Pour information, quelle est la part de Paris dans le montant total de la taxe de séjour que vous annonciez tout à l'heure ?

Séverine REYMUND

Pour la taxe additionnelle départementale, le montant total est de 41 millions d'euros. Sur cette somme, les dix départements qui perçoivent le plus sont la Ville de Paris, la Savoie, le Var, les Bouches-du-Rhône, la Gironde, l'Hérault, la Seine-et-Marne, la Corse, la Charente-Maritime et les Pyrénées-Atlantiques. On retrouve donc la région parisienne, les départements du littoral et un département de montagne, la Savoie. D'ailleurs, la commune des Belleville figure parmi les dix communes qui perçoivent le plus fort rendement, aux côtés d'autres communes de la région parisienne et du littoral, principalement dans le sud et le sud-est.

Brice DUTHION

Je voudrais que nous fassions un focus sur la région Île-de-France et cette fameuse taxe prélevée au profit d'Île-de-France Mobilités, qui a fait couler beaucoup d'encre ces deux dernières années. C'était un sujet très contesté lors d'un des derniers congrès de

l'ANETT. Pourriez-vous nous dresser un panorama de la situation et nous donner les premières indications sur les années 2025 et 2026 ?

Séverine REYMUND

Pour rappel, la loi de finances pour 2024 a créé une taxe additionnelle au profit d'Île-de-France Mobilités (IDFM) pour soutenir sa trajectoire financière, parmi d'autres mesures comme le relèvement du versement mobilité en Île-de-France. Cette taxe est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2024. D'après les produits communiqués par les comptes d'IDFM, le produit agrégé sur les deux premières années de mise en place, 2024 et 2025, est de l'ordre de 490 millions d'euros.

Il est important de rester sur un ordre de grandeur pour ces deux années, car des décalages existent entre la collecte effective par les collectivités et le reversement. Les plateformes déclarent deux fois par an, et un certain délai peut s'écouler entre la collecte et le reversement, ce qui ne correspond pas forcément à une année budgétaire. De plus, 2024 fut une année de transition. L'entrée en vigueur immédiate au 1^{er} janvier, qui avait été critiquée, a fait que des nuitées de 2023 ont été reversées en 2024, mais sans inclure cette nouvelle taxe additionnelle. Le produit reversé en 2024 peut donc être partiel.

Compte tenu de cette transition, le chiffre de près de 500 millions sur deux ans est le plus pertinent. Il sera intéressant d'observer en 2026 quel sera le rythme de croisière de cette taxe. Pour 2025, nous aurons les chiffres l'année prochaine après exploitation des comptes de gestion. Quant à 2026, les montants ne seront connus qu'au printemps 2027.

Brice DUTHION

Quelques mots sur les enjeux et perspectives pour l'année à venir. Vous avez identifié certaines difficultés, notamment concernant le recouvrement de la taxe de séjour. Quelles mesures mettez-vous en œuvre pour l'améliorer ? Vous avez mentionné que 90 % des communes la perçoivent ; il en reste donc 10 %. Même si toutes ne sont pas touristiques, la plupart le sont. Quelles sont les tendances et les pistes sur lesquelles vous travaillez actuellement ?

Séverine REYMUND

De manière générale, le recouvrement et les contrôles relèvent de la compétence des collectivités locales. Au niveau de la DGCL et de l'administration centrale, nous n'avons pas de visibilité sur l'ampleur ou l'intensité de ces contrôles, ni sur les litiges portés devant les tribunaux judiciaires. Nous disposons de très peu de statistiques sur ce sujet. En revanche, les services de la DGFIP nous ont fait remonter la nécessité d'encourager une meilleure exhaustivité des déclarations, notamment avec l'instauration des taxes additionnelles.

Nous avons donc proposé au législateur, et cela a été voté lors de la dernière loi de finances, de préciser expressément dans la loi que les déclarations doivent détailler les montants de la taxe principale et de chacune des taxes additionnelles. Cette mesure vise à faciliter le contrôle, le recouvrement et le fléchage de ces taxes vers les bons bénéficiaires. Les comptes publics avaient besoin de ce niveau de granularité. Cette disposition devrait également faciliter la mission de contrôle des collectivités locales.

Brice DUTHION

Une question également sur les évolutions réglementaires que l'on peut imaginer ou prévoir. Y a-t-il déjà des tendances lourdes ou structurantes dont vous pouvez nous faire part, ce matin ?

Séverine REYMUND

Oui, bien sûr. J'avais déjà mentionné l'année dernière que des réflexions allaient être lancées avec les associations d'élus et les professionnels du tourisme, en esquissant quelques axes de travail. Nous avons bien avancé depuis. Les discussions se sont structurées sous l'égide des ministres et de leurs cabinets. Une consultation a été officiellement lancée lors du Comité Interministériel du Tourisme en juillet 2025. Le 12 mai dernier, une réunion a rassemblé l'ensemble des associations d'élus et des professionnels du tourisme, sous l'égide des cabinets, pour présenter plusieurs axes de simplification et de réforme de la taxe de séjour.

Il faut préciser que tout cela intervient alors que le Conseil d'État a rendu un avis sur la simplification de cette taxe. Parmi ses préconisations, dont le gouvernement est libre de s'inspirer, figure la question de l'affectation du produit. Le Conseil d'État s'interroge sur la pertinence de maintenir une affectation exclusive aux dépenses touristiques et suggère de laisser la pleine maîtrise de l'affectation aux élus qui perçoivent la taxe. Il préconise donc une désaffectation totale.

Brice DUTHION

C'est une disposition qui peut faire réagir les élus, visiblement.

Séverine REYMUND

La deuxième proposition est la suppression du régime forfaitaire de la taxe. Aujourd'hui, ce régime est choisi par très peu de collectivités : 1 % y ont recours de manière exclusive, et 7 % combinent le régime réel et le forfaitaire. Cela concerne un nombre relativement faible de communes, et principalement les campings et les ports de plaisance. Ce régime fait l'objet de nombreuses critiques, notamment de la part des professionnels du tourisme, car il peut entraîner un décrochage par rapport à la fréquentation réelle. Le Conseil d'État préconise donc également sa suppression, et c'est un axe de réforme que le gouvernement a mis sur la table des négociations.

Le troisième axe de réforme important, qui a inspiré le gouvernement, est le passage d'un barème au réel à une taxation proportionnelle. L'idée serait de supprimer les trois régimes actuels et de les unifier autour d'une fourchette de taux à la disposition des collectivités, qui choisiraient un taux unique pour l'ensemble des hébergements. Nous travaillons sur ce point avec les associations d'élus.

Brice DUTHION

Je me permets de vous interroger sur les réactions des associations d'élus face à ces propositions. L'accueil a-t-il été favorable ? Observe-t-on une volonté d'accompagner l'État sur ces sujets, ou plutôt une défiance de la part des élus concernant ces évolutions ?

Séverine REYMUND

Sur la suppression du régime forfaitaire, je pense que la proposition est comprise. Très peu de collectivités y ont recours, et certaines, qui possèdent pourtant des ports de plaisance, sont récemment passées au régime réel, ce qui démontre que ce dernier est

satisfaisant et interroge sur le maintien du forfait. Pour nous assurer qu'il n'y aura pas d'effets de bord, nous prévoyons néanmoins de lancer une consultation écrite des associations d'élus sur ce point précis dans les prochaines semaines. Mais globalement, c'est un sujet qui pourrait faire consensus.

Concernant la bascule vers une taxation proportionnelle, il y a une forte attente de la part des associations d'élus, mais il sera intéressant d'analyser leurs réactions face à des simulations chiffrées. Nous avons bien conscience que si nous changeons de régime, deux enjeux majeurs se posent : préserver le rendement de la taxe et la maîtrise qu'en ont les collectivités, mais aussi maîtriser les effets redistributifs. En passant d'un barème à neuf catégories d'hébergement à un taux proportionnel unique, il y aura forcément des transferts entre les différentes catégories.

L'avantage de cette réforme serait de répondre à l'une des critiques faites à la taxe de séjour, à savoir son manque de progressivité. En effet, lorsqu'on transforme les barèmes actuels en taux proportionnels, on constate que l'imposition devient dégressive à mesure que l'on monte en gamme. Un taux unique pourrait donc ramener plus d'équité. Cependant, il faut maîtriser les effets redistributifs pour ne pas accroître excessivement la pression fiscale, car l'attractivité des territoires touristiques est un enjeu auquel les professionnels du tourisme sont très sensibles. Tout le défi consiste donc à définir une fourchette de taux qui préserve le rendement tout en maîtrisant la pression fiscale. Pour ce faire, nous envisageons, à l'issue des concertations, de mettre en place une expérimentation avec des communes volontaires.

Brice DUTHION

Un appel à manifestation d'intérêt sur ce sujet pourrait donc être lancé d'ici la fin de l'année 2026 ?

Séverine REYMUND

La réunion de présentation générale a eu lieu le 12 mai dernier. Nous avons prévu de rencontrer à nouveau les associations d'élus d'ici le mois de juillet. En effet, si nous voulons envisager une inscription au prochain projet de loi de finances, il faut que nous sachions si nous sommes prêts à cet horizon.

Pierre-Alexis BLEVIN

La taxe de séjour a été mise en place au début du siècle dernier et tout un écosystème s'est créé autour. Si une réforme d'envergure est envisagée, et sachant que des lobbys, comme celui des pompiers, souhaitent capter une partie de son produit, ne serait-il pas envisageable de réaliser une étude d'impact avant qu'une loi ne soit votée ?

Séverine REYMUND

Les études d'impact sont obligatoires dans le cadre des projets de loi de finances. Chaque projet de loi est accompagné d'une étude d'impact, sur laquelle le Conseil d'État veille. Il vérifie que toutes les options ont été chiffrées et que leurs avantages et inconvénients ont été mesurés afin d'éclairer le Parlement. C'est une obligation légale.

Jean-Charles ORSUCCI

Bonjour à toutes et à tous. Je souhaite réagir à la question que vous avez posée il y a un instant sur la position des associations d'élus. Je suis le Président de l'ANETL et mon délégué général, présent dans la salle, a déposé sur mon bureau une proposition de

position commune des associations, et je suis encore réservé à y apposer la signature de l'ANET sur un point précis. Compte tenu de la dynamique de cette taxe et de la nécessité pour nos communes de répondre à des enjeux variés, je m'interroge. Pour vous donner un exemple concret, j'ai reçu la Présidente du SDIS, qui est prête à investir des moyens importants sur ma collectivité. Elle me demande cependant une aide financière, que je pourrais légitimement lui apporter. J'estime en effet que notre premier devoir envers les touristes est d'assurer leur sécurité. Si la taxe de séjour est suffisamment dynamique, je ne vois rien d'anormal ou d'impossible à ce qu'une partie de son produit participe à un investissement que nous jugeons utile pour la sécurité et le service public.

Ce que je regrette dans l'utilisation actuelle de la taxe, c'est précisément ce manque de flexibilité. Assurer la propreté de nos villes, par exemple. J'étais à Saint-Malo il y a quelques jours et le Maire me disait que ma ville était particulièrement propre. Je lui ai répondu que, comme lui, j'avais eu l'idée de faire travailler des balayeurs et des techniciens jusqu'à minuit. Ce renfort, bien que non directement lié au tourisme, représente des moyens supplémentaires utiles pour nos collectivités. Je suis donc très surpris que les associations de maires, à la différence des professionnels du tourisme qui veulent légitimement que la taxe qu'ils collectent en notre nom soit fléchée vers des politiques touristiques, n'aillent pas dans ce sens. Aujourd'hui, face à la raréfaction des dotations de l'État – mon sous-préfet m'a récemment annoncé que nous n'aurions plus droit à la DSIL ni à la DETR car nous sommes jugés « trop riches » –, nous disposons d'une ressource dynamique grâce à nos politiques touristiques. Je crois qu'il faut se donner les moyens d'utiliser la taxe de séjour de manière plus souple qu'aujourd'hui.

Brice DUTHION

Merci pour votre contribution. La réponse ne vous incombe pas directement, Séverine, car vous ne décidez pas de la politique publique en la matière. Cependant, vous avez peut-être des éléments de réponse au regard des échanges que vous avez eus avec l'ensemble des associations d'élus.

Séverine REYMUND

Merci pour votre intervention. Elle fait écho à l'une des recommandations du Conseil d'État, qui s'interroge sur l'affectation de cette taxe. Le lien avec l'activité touristique pouvant être interprété de manière très large, le Conseil d'État se demande s'il ne faudrait pas complètement désaffecter ce produit et laisser les élus en décider librement. Ce point n'a pas encore été mis à la concertation.

Brice DUTHION

Mais la question viendra forcément.

Séverine REYMUND

En tout cas, l'avis du Conseil d'État ouvre le débat sur ce sujet. Globalement, le sentiment que j'ai eu lors de la réunion de lancement est qu'un certain nombre d'associations d'élus restent attachées à la destination touristique des ressources de la taxe de séjour. Votre intervention est donc un élément de réflexion intéressant dans ce débat.

Philippe SUEUR

Ce sujet a plusieurs facettes. Je trouve dommageable que le Conseil d'État émette un avis sur un champ qu'il ne maîtrise manifestement pas, car c'est une question de terrain.

L'évolution de la taxe de séjour met en cause la démocratie locale. La Constitution nous garantit la libre administration de nos communes, mais nous n'avons plus d'autonomie fiscale. Les départements et les régions n'ont plus de leviers fiscaux, il ne nous reste que le foncier. Il ne faut pas oublier l'histoire de la taxe de séjour. Créée il y a plus de 100 ans, elle visait à faire participer les touristes aux dépenses nouvelles et extraordinaires liées à leur accueil et à la promotion du tourisme. Des taxes additionnelles ont été créées au profit des départements, avec leurs comités départementaux du tourisme, puis des régions avec leurs comités régionaux du tourisme.

En revanche, lorsque nous nous dirigeons vers des financements sans lien avec le tourisme, je suis plus réservé. Je peux admettre, avec une ouverture pour mon collègue Jean-Charles ORSUCCI, le financement du TGV Atlantique ou du TGV Sud avec une taxe additionnelle de 34 %, car les TGV transportent aussi des touristes. Mais je ne digère pas le financement d'Île-de-France Mobilités, et je crois que nous sommes unanimes sur ce point. Il s'agit de l'agence de mobilité des Franciliens, avec un budget de 8 milliards d'euros financé principalement par le versement transport des entreprises. L'État et les collectivités y contribuent aussi. Face à une impasse de 800 millions, un accord a été trouvé entre Valérie PECRESSE et l'État pour en combler 400 millions *via* cette taxe. Le lien avec le tourisme a totalement disparu. C'est un détournement qui, à mon avis, ne serait pas jugé recevable par le Conseil constitutionnel, qui est très attaché à sa doctrine du lien.

Concernant les SDIS, il faut distinguer les situations. Dans les territoires à haut risque d'incendie comme la Corse, la Provence ou les Landes, une contribution à la protection des touristes et du patrimoine naturel peut se justifier. Mais dans le Val-d'Oise, où je suis élu, notre SDIS a un budget de 130 millions d'euros. Le soutenir par une taxe additionnelle serait un détournement.

Notre position, partagée avec l'ANEM pour les stations de montagne, est que nous ne voulons pas d'une collecte par l'État. Nous voulons préserver la démocratie locale. Comme le soutient Philippe AUGIER, il faudrait même laisser aux Maires l'autonomie de déterminer les tarifs. Ils sont des responsables politiques dont la sanction est locale, non nationale. Sur la question du forfait et du réel, vous avez souligné que le forfait reste un outil de confort pour les campings et les ports de plaisance, même s'il ne représente qu'environ 1 % des cas. Conservons cette différenciation. Une loi de simplification vise souvent l'unicité, mais l'unicité n'est pas la bonne réponse à la diversité du territoire et du tourisme français.

Enfin, sur le choix entre un barème et une taxation *ad valorem*, l'ANETT est aujourd'hui plus que réservée, voire opposée. À titre personnel cependant, je pense que la progressivité d'un pourcentage peut être plus juste et légitime pour les hôtels 4 ou 5 étoiles et les palaces. L'essentiel est de garder raison et de ne pas avoir le sentiment que cette réforme soit un enfumage visant à libérer l'usage de la taxe de séjour pour des affectations de plus en plus anormales et déconnectées de sa vocation initiale.

Brice DUTHION

Merci pour ce plaidoyer, dans lequel de nombreux élus se retrouvent, j'imagine. Je cède la parole à Philippe AUGIER, Maire de Deauville, pour un dernier témoignage. Chaque année, ce débat sur la taxe de séjour est passionnant.

Philippe AUGIER

Je commence par confirmer mon vote. Nous venons d'élire Philippe SUEUR en tant que Président, et après tout ce qu'il vient de dire, je ne peux que le confirmer. Je n'ai donc pas

grand-chose à ajouter, car Philippe a posé toutes les vraies questions. Je souhaite juste insister sur la liberté tarifaire. En tant qu'élus, nous sommes responsables devant les professionnels et les acteurs économiques de notre territoire. Les tarifs peuvent donc être négociés en proximité avec tous les acteurs du tourisme. Qu'on nous laisse gérer ces affaires ! Nous ne nous en sortons pas si mal.

Je confirme mon opposition totale à un prélèvement qui serait géré par l'État. Ces questions doivent être traitées en proximité. Quant aux affaires traitées au niveau national, comme l'avis du Conseil d'État, c'est extraordinaire ! Le Conseil d'État n'a pas à définir des orientations politiques pour la France ; il doit rester dans son rôle. Quand je parle de liberté, force est de constater que notre gestion fonctionne : les collectivités locales ont des budgets en équilibre. Je ne sais pas comment sont gérés les budgets de l'État, mais ils n'apparaissent pas vraiment en équilibre année après année. On nous a retiré toutes les libertés fiscales liées au dynamisme du territoire ; il ne nous reste que cette taxe. Quant à savoir si son produit doit être fléché vers le tourisme ou non, nous sommes les mieux placés pour juger ce qui relève de l'attractivité de notre territoire. Qu'on nous laisse cette liberté, et notamment la liberté tarifaire. Je ne comprends pas pourquoi il devrait y avoir un tarif national, alors que les tarifs peuvent être négociés localement.

Brice DUTHION

Merci pour vos réflexions et contributions. Séverine, vous pourrez faire part de ces propositions, qui semblent tout à fait justifiées par les élus ici présents. Nous allons terminer avec vous, cher Jérôme PAYANY, pour nous présenter l'étude absolument passionnante que Nouveaux Territoires a lancée cette année. Vous allez nous donner des chiffres qui compléteront ceux de Séverine.

Jérôme PAYANY

Merci beaucoup. En effet, beaucoup d'entre vous ont participé à une étude nationale que nous avons menée auprès des élus et des techniciens travaillant sur la taxe de séjour. Aujourd'hui, la taxe est collectée par 93 % des communes, soit par des délibérations communales (45 %), soit intercommunales (55 %). Nous avons reçu 580 réponses, représentant environ 600 millions d'euros de taxe de séjour collectés en 2024. Je pense donc que les remontées de terrain sont représentatives et peuvent être généralisées.

Concernant le produit de la taxe, la semaine dernière, nous avons été surpris de découvrir dans le pré-rapport 2025 de l'OFGL une indication claire d'une baisse de 3,6 % de la taxe de séjour, essentiellement sur les recettes du bloc communal.

Sur la période de perception, la plupart des territoires l'appliquent à l'année. Seuls certains, souvent ceux qui utilisent le régime forfaitaire ou mixte, ont des périodes plus courtes. Les techniciens souhaitent que cette liberté de fixer les dates de perception soit maintenue, car c'est le choix absolu des élus.

Vous avez mentionné le régime forfaitaire. Ce n'est pas un sujet nouveau ; des amendements visant son abolition sont déposés depuis des années mais sont systématiquement rejetés, car on ne traite pas les raisons de son existence. Le forfait ne sert pas tant à gérer les campings en général qu'à gérer les mobil-homes. Il ne s'agit pas de gérer la taxe sur les ports de plaisance, mais de constater que lorsque la taxe est de 20 centimes, le Vieux-Port de Marseille rapporte 5 000 euros de produit pour un agent qui y consacre un cinquième de son temps. C'est de la gabegie. Le régime proportionnel a souvent été choisi dans ces cas pour cette raison. Le forfait concerne 1 553 communes en France, ce qui n'est pas négligeable, avec une concentration dans des zones à tourisme

particulier comme les ports de plaisance ou le camping résidentiel. Ce dernier pose une difficulté majeure. Vous aviez estimé en 2017 à 39 millions le nombre de nuitées dans le camping résidentiel. La taxe au réel est due sur la base d'un contrat de location. Or, dans un camping résidentiel, des personnes ont une résidence secondaire et ne paient aucune autre taxe locale. Elles trouvent la taxe de séjour trop élevée car elle est perçue tous les jours de l'année, même lorsqu'elles ne sont pas là. Mais a-t-on déjà vu un propriétaire de résidence secondaire diviser sa taxe foncière par 365 et la payer uniquement pour les six week-ends où il est présent ?

La difficulté réside dans la perception et la gestion. De nombreux gestionnaires de campings, y compris municipaux, ont du mal à expliquer que la taxe est due pour l'année entière et non pour des jours de présence spécifiques.

Nous avons aussi posé des questions sur les exonérations. 87 % des répondants sont contre la suppression des exonérations pour les mineurs. 77 % sont contre le retour à l'exonération pour les moins de 13 ans (valable avant 2015). La suppression de l'exonération pour les saisonniers n'est pas non plus demandée. Son extension est un sujet plus partagé car son application est complexe. Enfin, la suppression de l'exonération pour l'hébergement d'urgence n'est pas souhaitée. En revanche, le seuil tarifaire en deçà duquel la taxe n'est pas applicable pose de nombreuses difficultés. Beaucoup de territoires l'ont fixé très bas, à un euro. Si ce seuil était fixé nationalement à 10 euros, par exemple, cela pourrait résoudre des problèmes. À une époque, des territoires de banlieue parisienne l'avaient aligné sur le montant du SAMU social, qui n'est pas couvert par l'exonération pour l'hébergement d'urgence.

Les tarifs sont encadrés par un plancher et un plafond, indexés automatiquement depuis la loi de finances de 2018. Le problème est que pour certaines catégories, comme les ports de plaisance à 20 centimes, il faudrait un indice des prix à la consommation de 25 % en 2026 pour que le plafond augmente. C'est, je l'espère, inatteignable. Certains tarifs ne pourront donc être réajustés que par la loi.

En réalité, les tarifs appliqués par les territoires sont loin d'être au maximum. La moyenne et la médiane pour chaque catégorie tarifaire montrent que nous ne sommes pas aux plafonds, même si on observe un glissement vers le haut ces dernières années. Le *benchmark* de l'ensemble des tarifs montre une diversité extrême, reflétant des stratégies purement locales. Il n'y a aucune uniformité.

Un problème spécifique concerne l'hébergement de plein air. La montée en gamme des campings 3, 4 et 5 étoiles rend leur traitement fiscal obsolète. Un camping 5 étoiles offre souvent un meilleur accueil qu'un hôtel 2 ou 3 étoiles, mais le tarif de sa taxe de séjour reste plafonné à 60 centimes, ce qui est négligeable par rapport au prix d'une semaine de location en juillet. Il y a là une injustice. Il n'est plus logique de maintenir un tarif pour le plein air inférieur à celui des hébergements en dur, alors que la majorité des campings sont désormais des parcs de bungalows de bonne facture.

Je projette à présent la carte du tarif proportionnel en France. C'est une combinaison entre le pourcentage, qui se situe en moyenne à 4 % avec une médiane à 5 %, et le montant maximal collecté. Les collectivités ont bien compris que ce régime, majoritairement employé par les opérateurs numériques pour leurs hébergements non classés, est facile à appliquer et qu'il vaut mieux viser le haut de la fourchette. Cependant, la carte montre que l'application n'est pas du tout uniforme.

Nous avons fait un focus sur les ports de plaisance et les haltes fluviales, ces dernières posant un vrai sujet d'application, surtout lorsque Voies Navigables de France (VNF) demande une facturation directe aux compagnies. C'est abominable à gérer. Je pense que

le régime forfaitaire ne pourra être supprimé sans dommage que si l'on traite au préalable ces deux sujets des ports de plaisance et du camping résidentiel, qui sont des demandes fortes et documentées des territoires. D'ailleurs, des collectivités qui sont passées du forfait au réel rencontrent des difficultés. Des articles parus la semaine dernière dans La Voix du Nord expliquaient que dans le Pas-de-Calais, une collectivité était accusée d'avoir augmenté la taxe de séjour, alors que le responsable d'un camping avait simplement appliqué la loi : 365 jours par an, pour un bungalow de quatre personnes. Le calcul est vite fait, et cela a créé des tensions.

Brice DUTHION

L'usage du bungalow est un peu particulier dans le Pas-de-Calais, où beaucoup servent de résidences secondaires.

Jérôme PAYANY

Ce sont des résidences secondaires, effectivement, mais le problème ne se pose pas que dans le Pas-de-Calais. J'ai assisté à des réunions publiques très houleuses sur ce sujet ailleurs en France.

Concernant les taxes additionnelles, peu de départements n'en ont pas. La carte montre un patchwork très complet : en rouge, l'Île-de-France avec une taxe additionnelle départementale à 15 % et celle d'Île-de-France Mobilités à 200 % ; en bleu clair, les Alpes-Maritimes avec uniquement la taxe de 34 % pour la ligne nouvelle Marseille-Nice ; en mauve, les départements qui cumulent la taxe à 10 % et celle à 34 % pour des projets comme le Grand Projet du Sud-Ouest (GPSO) ou les lignes Montpellier-Perpignan et Bordeaux-Nice ; et en bleu foncé, ceux qui n'ont que la taxe à 10 %.

Globalement, 48 % des répondants à notre enquête sont favorables à une réforme, contre 31 % qui y sont opposés. Tout le monde ne trouve donc pas la situation parfaite. Cependant, beaucoup posent comme condition le non-transfert de la collecte à la DGFIP, car ils souhaitent un fort ancrage local. Un point important concerne la taxation proportionnelle (*ad valorem*). C'est ce qui cause le plus de difficultés opérationnelles aux gestionnaires. La taxe de séjour est déclarée par des « hébergeurs », une catégorie qui recouvre des réalités très diverses : des sociétés avec des obligations comptables et, bientôt, la facturation électronique, et des particuliers sans aucune obligation. La règle de trois semble moyennement maîtrisée dans la population, or l'application d'un pourcentage repose sur ce calcul.

Brice DUTHION

Pensez-vous que la taxe de séjour devrait financer la formation des enseignants ?

Jérôme PAYANY

Je n'ai pas d'avis sur la question, elle n'a pas été posée. Ce qui est certain, c'est que l'application du régime *ad valorem* pose le plus de difficultés. C'est même un facteur croissant qui pousse des propriétaires de meublés à les faire classer pour y échapper. Une généralisation du pourcentage poserait d'énormes problèmes de suivi, de contrôle et de valeur, car il n'existe pas de plancher pour ce régime. On constate souvent que le montant de la taxe de séjour collectée est inférieur à 20 centimes.

L'ensemble de l'enquête est disponible en téléchargement. L'ANETT a souhaité que cette étude soit mise à la disposition de tous, puisque ce sont les territoires qui ont

répondu. Nous avons tout traité manuellement, sans Intelligence Artificielle, pour éviter les hallucinations. Je vous garantis que la version traitée manuellement est bien meilleure.

Brice DUTHION

Merci, cher Jérôme. Comme chaque année, votre intervention est d'une très grande richesse, avec beaucoup de chiffres et de détails. Je vous invite à télécharger cette étude et à prendre contact avec Jérôme et l'ANETT pour en obtenir la substance plus détaillée, notamment pour vos territoires respectifs.

Leïla LACHKAM

L'année dernière, vous aviez demandé l'actualisation du guide de la taxe de séjour. Il a bien été publié la semaine dernière sur le site de la DGCL. Vous pouvez le retrouver ; il intègre les dernières évolutions législatives, rappelle les obligations déclaratives et contient des exemples de calcul de la taxe.

Olivier LABASTIDE

Bonjour à tous. Je représente la ville des Trois-Îlets, ville touristique par excellence de la Martinique. Je tenais à vous remercier de nous avoir invités, ainsi que Madame la Ministre pour sa présence. Je félicite également le Président et les élus.

Mon intervention sera brève. Nous sommes tous attachés à nos territoires, à leur beauté et à leur histoire. J'ai noté que les présentations précédentes évoquaient des projections et des ambitions, mais celles-ci se construisent sur la réalité d'aujourd'hui. Or, je n'ai vu dans les chiffres et les cartes aucune représentation des îles d'Outre-mer. Je tiens à souligner que leur inclusion est très importante ; il ne s'agit pas d'une question esthétique, mais d'un enjeu fondamental.

Pour conclure, je dirai à ceux qui ne connaissent pas la Martinique : si vous voulez découvrir le paradis sans attendre la mort, venez nous rendre visite !

Brice DUTHION

Merci beaucoup pour ce précieux conseil. Nombre d'entre nous ont déjà eu un avant-goût du paradis, en attendant le grand voyage final. Vous avez raison de le souligner, et nous serons totalement vigilants sur la représentation ultramarine dans nos publications à venir ; je prends note de cette remarque.

II) Intervention de Françoise GATEL, Ministre de l'Aménagement du territoire et de la Décentralisation

Brice DUTHION

Nous allons à présent accueillir officiellement Françoise GATEL, ministre chargée de l'Aménagement du territoire et de la Décentralisation, qui va nous apporter un éclairage singulier sur cette matinée, au regard des questions abordées, notamment celle des finances publiques locales.

Philippe SUEUR

Madame la Ministre, quelques mots pour vous accueillir. Nous sommes très heureux de votre présence et nous vous remercions de l'attention amicale et professionnelle que vous nous accordez. Il y a un an, vous étiez au Touquet – Paris-Plage pour clôturer notre congrès et inaugurer le nouvel Hôtel de Ville. Daniel FASQUELLE, ici présent, en est le premier témoin. Merci pour cette fidélité. Vous avez été aussi Ministre de la Ruralité, et nous avons travaillé ensemble. Vous avez été quasiment la première à nous accueillir, et votre successeur est quelqu'un d'une pertinence, d'une actualité et d'un bon sens extraordinaire. Le tourisme dans la ruralité, à travers les stations vertes et la protection des patrimoines, prend une place de plus en plus importante, et vous aviez tout de suite mis le doigt dessus.

Aujourd'hui, vous nous rejoignez pour notre congrès, où nous avons abordé des questions d'actualité comme la fiscalité locale et la taxe de séjour. Nous n'avons pas évoqué ce matin la question des 203 casinos en France, situés dans 200 communes classées stations de tourisme, ni la question brûlante des biens de retour, un dossier qui, je le sais, est sur votre bureau. Madame la Ministre, merci.

Françoise GATEL

Monsieur le Président, cher Philippe SUEUR, je vous félicite, ainsi que cette noble assemblée, pour votre réélection à cette fonction que vous assumez avec passion, engagement, pertinence et cette obstination qui, pour la Bretonne que je suis, est une grande qualité. Je salue à travers vous tous les membres de l'ANETT, ainsi que le Président de l'ANEL. Nos pensées sont en effet très communes en ce moment, car nous examinons à l'Assemblée nationale le projet de loi sur l'autonomie de la Corse, une île où l'activité touristique est importante et a de fortes conséquences. Je salue mesdames et messieurs les parlementaires, mesdames et messieurs les Maires et élus des territoires touristiques, ainsi que les représentants des professionnels du tourisme et nos partenaires.

Je suis très heureuse de l'écoute que vous trouvez auprès de Michel FOURNIER, Ministre délégué à la Ruralité. Je suis moi-même née à Rochefort-en-Terre, un village de 600 habitants dans le Morbihan qui a été élu « village préféré des Français ». Nous avons pu y mesurer les impacts positifs, mais aussi les effets parfois compliqués d'une telle distinction. Dans cette commune, le Maire a initié il y a longtemps un mouvement qui a abouti à la création de l'association des « Petites Cités de Caractère ». Née en Bretagne, cette association s'est étendue à toute la France, jusqu'en Corse et en Outre-mer. Elle portait la conviction que dans des territoires ruraux qui semblaient oubliés, ces communes au passé militaire ou religieux important représentaient autrefois une centralité. La vie moderne les a un peu contournées, laissant à leurs élus le poids considérable d'un patrimoine dont l'intérêt dépassait leur simple périmètre.

Mais comme tous les élus que vous êtes, vous savez transformer les problèmes en solutions. Ces Maires sont allés expliquer au Président de la région que le patrimoine était aussi un levier d'avenir et un atout pour le développement. Ces petites cités de caractère n'étaient pas sur le littoral ; à l'époque, personne n'était attiré par la température de l'eau en Bretagne. Aujourd'hui, la fraîcheur est recherchée, les choses changent, mais il fallait attirer les gens à l'intérieur des terres. Le tourisme est ainsi devenu un levier économique, social et d'attractivité. J'ai longtemps présidé cette association et je crois profondément en cette démarche et en votre action.

Être élu d'un territoire touristique est une responsabilité particulière, d'une grande complexité, qui peut parfois frôler la schizophrénie. Vous devez gérer la vie de vos concitoyens à l'année, qui ont une exigence de cadre de vie et ont choisi vos territoires pour leur calme, tout en gérant l'afflux touristique qui peut générer ce que l'on nomme aujourd'hui le « surtourisme » et perturber leur quiétude. Au-delà de cette contradiction, gérer une ville touristique, c'est gérer deux communes en une : celle du temps hors saison, et celle de la saison où les besoins en eau, en gestion des déchets et en circulation créent un écosystème différent. Il est essentiel que nous soyons tous conscients de cela. C'est pourquoi je suis profondément convaincue que le tourisme n'est pas une politique sectorielle.

Ce qui me frappe, c'est que le tourisme était autrefois isolé comme une simple activité sectorielle, alors qu'il s'agit d'un phénomène à la fois économique, culturel et social. C'est pourquoi votre action est au cœur de notre vision de l'aménagement du territoire. Je l'ai constaté la semaine dernière dans la magnifique baie du Mont-Saint-Michel, où une commune venait d'être classée « station de tourisme ». J'ai pu mesurer ce que cela représente à l'échelle d'une petite municipalité. Votre travail relève en réalité de la gestion d'un projet de territoire complet. En effet, vous êtes amenés à investir non seulement dans les espaces publics, mais aussi dans l'activité économique, notamment commerciale, et dans l'hébergement, ce qui n'est pas un enjeu mineur. Votre projet doit donc à la fois attirer les visiteurs et, peut-être avant tout, améliorer la vie de vos habitants.

L'année 2025 a été une année de tous les records : la France et ses territoires ont accueilli plus de 102 millions de visiteurs. Le tourisme représente 200 milliards d'euros de valeur ajoutée et 2 millions d'emplois directs. C'est pourquoi nous devons porter une parole forte sur l'importance du tourisme et de ses effets, tant économique que sociale. Cette réussite est collective, car notre pays bénéficie d'un tourisme porté par la diversité de ses sites et paysages, mais aussi par la mobilisation de tous les acteurs. Je vous ai entendu le dire l'an dernier, lorsque j'ai eu la chance de me rendre au Touquet – Paris-Plage pour conclure votre congrès. Ce fut également un honneur de représenter le Président de la République à l'inauguration de la rénovation exceptionnelle de l'Hôtel de Ville. Comme je me trouvais à proximité et que le Président souhaitait qu'un ministre le représente, la chance a voulu que ce soit moi qui aie le plaisir de m'acquitter de cette mission. Être ministre réserve parfois d'heureuses surprises qu'il ne faut pas manquer.

L'enjeu n'est pas seulement de conserver notre rang, mais aussi d'élargir notre attractivité tout en gérant et en anticipant les nouvelles tensions que vous avez évoquées. Je pense notamment au logement des saisonniers, un sujet crucial. J'ai vu en Bretagne, sur la côte nord, le président de la Région ouvrir l'internat d'un lycée pour accueillir de jeunes saisonniers. Nous devons inventer des réponses différenciées selon les catégories de saisonniers. Je pense également aux mobilités, qui constituent un véritable enjeu dans certains territoires, à la pression foncière, au partage de l'espace public, ainsi qu'à la préservation des ressources naturelles et à l'acceptabilité sociale et locale que vous avez mentionnées. Le succès touristique ne simplifie pas votre action. Les territoires non

touristiques imaginent souvent que les vôtres ont beaucoup de chance, générant visiteurs et ressources. Cependant, cette situation entraîne une complexité et une intensification de l'action publique.

En cela, le tourisme est très utile, car il nous oblige à repenser en profondeur notre manière de concevoir l'aménagement du territoire. Les littoraux, qui sont un facteur d'attractivité majeur, doivent aujourd'hui faire face au recul du trait de côte. Les territoires de montagne, comme je l'évoquais, connaissent également de profondes transformations. Je me souviens m'être rendue, dans les premiers jours de ma prise de fonction à la Ruralité, dans la station de moyenne montagne de l'Alpe du Grand-Serre, qui s'apprêtait à fermer définitivement, trois mois avant l'ouverture de la saison. Face aux emplois menacés, l'État, avec l'aide des élus locaux et de l'ANCT, est intervenu pour assurer le maintien de l'ouverture. En effet, la fermeture d'une station, même pour une seule année, compromet gravement ses chances de réouverture. Nous avons donc permis à la station de rouvrir et, parallèlement, nous avons engagé, par le biais de l'ANCT et avec les élus locaux, une réflexion de fond sur la transformation du tourisme de moyenne montagne, où l'enjeu climatique est également prépondérant.

Les territoires ruraux inventent également des formes de tourisme qui deviennent très attractives pour nos concitoyens en quête d'évasion, de séjours courts et de proximité. Je pense à l'agritourisme, à l'œnotourisme, au tourisme de savoir-faire, ainsi qu'au tourisme patrimonial, qu'il soit bâti ou naturel. Notre offre touristique peut ainsi s'enrichir, se diversifier et permettre d'allonger la saison, qui est un autre enjeu temporel. C'est dans ce cadre que nous avons lancé, à la demande du Premier ministre, une réflexion sur la stratégie d'aménagement des territoires, au cœur de laquelle se trouve le tourisme. L'État continuera d'accompagner vos territoires, qui sont en première ligne des mutations profondes. C'est d'ailleurs le sens des orientations fixées par le Comité Interministériel du Tourisme du 24 juillet 2025, et je connais l'engagement de mes collègues en charge de ces questions à vos côtés.

Je voudrais évoquer les premiers jalons de cette stratégie. Elle vise un objectif de recettes en 2030 et, surtout, de faire de la France la première destination mondiale du tourisme durable. Cet enjeu est le nôtre, mais il est sans doute plus particulièrement le vôtre, car vous êtes directement concernés par la pérennité et l'évolution de ce qui fonde votre attractivité. L'État a commencé à mettre en œuvre des outils de régulation. Concernant le logement, où le développement des meublés de tourisme de courte durée pose un véritable problème dans certains territoires, la proposition de loi Le Meur permet aux communes de se saisir du sujet. L'objectif est d'adapter la gestion de ce phénomène pour qu'il demeure une ressource intéressante, tout en garantissant l'acceptabilité sociale.

Ensuite, nous apportons un soutien renforcé aux filières de diversification comme l'agritourisme, qui attire déjà plus de 22 millions de visiteurs, et l'œnotourisme. Le gouvernement est également très attentif à votre manière de travailler sur les transitions écologiques et numériques, car nous devons anticiper et réussir ces transformations. Il nous faut donc une vision cohérente et partagée. Je pense que plus notre action est collective et notre offre dense, diverse et variée, plus chacun de vous pourra en tirer les bénéfices.

Je sais qu'un sujet suscite des inquiétudes, comme vous l'avez rappelé tout à l'heure et comme l'ont montré vos travaux de ce matin : la modernisation de la taxe de séjour. Un engagement a été pris lors du Comité Interministériel du Tourisme pour une concertation, qui a été ouverte avec les associations d'élus et l'ensemble des professionnels. Une première réunion, tenue le 12 mai 2026, a permis, je crois, une clarification importante et

a abouti à une première victoire pour les collectivités : il n'est pas question de recentraliser le recouvrement de la taxe de séjour vers la Direction Générale des Finances Publiques. Je pense que les choses vont mieux en le disant. C'est un soulagement pour nous tous. D'un point de vue technique, il est toujours préférable d'éviter les complications ; certains pourraient m'évoquer le cas de la taxe d'aménagement, mais nous n'en parlerons pas, même si ce sujet nous occupe beaucoup. Cette taxe est un levier de développement local, et j'estime qu'il appartient aux élus, dans le cadre de leurs responsabilités et de la confiance que l'État leur accorde, de la gérer. Vous avez cependant indiqué que des évolutions sont nécessaires pour rendre la fiscalité touristique plus lisible, tout en préservant la capacité d'action qu'elle confère aux collectivités. C'est le sens de la concertation qui sera poursuivie. Bien qu'une mission parlementaire sur les finances locales soit en cours, je vous confirme que nous avons souhaité que la réflexion sur la taxe de séjour soit conduite de manière autonome et indépendante.

Il faudra bien sûr accorder les dispositifs, mais il est essentiel de mener cette réflexion de manière entière. Je salue à ce titre les équipes de la DGCL, qui accomplissent un travail de back-office considérable. Bien que discret, c'est ce travail qui nous permet d'avancer. Cette méthode de dialogue est celle que nous portons ensemble. Je souhaite dire un mot sur les casinos. Comme je l'indiquais au Président en arrivant, nous avons entendu votre alerte sur les conséquences de certaines évolutions jurisprudentielles et leur impact sur l'équilibre économique des délégations de service public. Derrière ce sujet juridique et hautement technique, dont il ne faut pas sous-estimer la complexité, se trouve une réalité très concrète à laquelle nous ne pouvons qu'être sensibles : des emplois, des équipements, des recettes pour les communes et une part de l'attractivité locale. Le sujet est bien identifié. J'ai demandé aux services du ministère de travailler à une solution équilibrée, qui garantisse à la fois la sécurité juridique et la stabilité économique des établissements concernés. Je souhaite que nous aboutissions à une solution pragmatique et durable, et j'y veillerai personnellement.

Je crois aussi beaucoup à une autre méthode, qui est la vôtre : la différenciation. Vous êtes l'exemple même d'une force collective nationale exceptionnelle qui résulte de la diversité de vos communes et de leurs attraits. Je souhaite que nous puissions continuer à reconnaître les particularités des communes touristiques, du littoral et de la montagne. Une mission parlementaire évalue actuellement les lois Montagne et Littoral. Chacun de nos territoires est une force de développement exceptionnelle, y compris pour le développement social et la relocalisation de l'emploi. En effet, il faut le souligner, vos emplois ne sont pas délocalisables. Nous devons continuer à travailler ensemble, car si les enjeux se ressemblent, les réponses, comme vous nous le rappelez à juste titre, doivent être adaptées. Je veux aussi saluer le travail de l'Agence nationale de la cohésion des territoires, notamment pour les territoires de montagne où nous avons des responsables de massif. Pour reprendre l'exemple du Grand-Serre, qui illustre les mutations profondes de la montagne et les adaptations nécessaires, l'ANCT et l'État vous accompagnent autant que de besoin. Ces adaptations sont aussi une chance, car elles peuvent permettre d'étaler le tourisme sur des saisons plus larges.

Je tiens à vous remercier. Nous ne pouvons qu'être fiers que notre pays soit la première destination touristique mondiale, et c'est grâce à vous tous. Vous jouez collectif, et j'en suis ravie, car le collectif est plus que jamais nécessaire en ces temps particuliers. Le match de football d'hier a d'ailleurs montré, semble-t-il, que le collectif est gagnant ; nous devrions nous en inspirer. Vous êtes confrontés aux enjeux de la conversion vers un tourisme durable, avec des effets climatiques importants. Parallèlement, nous vivons une période internationale très perturbée. Personne ne peut s'en réjouir, et je n'oserai pas dire

que des perturbations de ce niveau créent des opportunités. Toutefois, nous observons que les Français sont amenés à redécouvrir la France, qui est si belle. C'est, je crois, une raison pour vous tous d'être confiants dans l'avenir. Je vous remercie.

III) Temps fort avec les partenaires de l'ANETT

Philippe SUEUR

Je remercie tous les collègues et partenaires présents, dont la contribution enrichit nos débats. Je dois vous quitter momentanément pour participer à une importante réunion de concertation organisée par l'Association des Maires de France (AMF) dans ce bâtiment. Cette réunion portera sur la taxe de séjour, un sujet que nous avons abordé ce matin et sur lequel diverses positions seront exprimées.

L'enquête très précise de Jérôme PAYANY révèle que les opposants ne sont peut-être pas aussi nombreux qu'on le pense, avec seulement 33 % d'opposition parmi les élus, ce qui suggère une possible ouverture au dialogue. Je crains cependant que nos collègues n'aient pas pleinement perçu ce que je considère comme une manœuvre stratégique et insidieuse de la part de la Haute fonction publique des finances et de Bercy. Leur objectif est, en réalité, de capter cette ressource pour la contrôler.

Nous avons été rassurés ce matin sur le fait qu'il n'y aurait ni centralisation ni collecte nationale de la taxe. L'expérience de la taxe d'aménagement a déjà montré la fragilité et l'inconsistance d'une telle réforme. Françoise GATEL me confiait d'ailleurs que ce dossier est l'un de ceux qui l'occupent le plus. Néanmoins, le risque de dérive et de confiscation de ces fonds pour d'autres affectations reste une question cruciale. Je maintiens ma position et je le redirai : il est inacceptable que 432 millions d'euros issus de la taxe de séjour en Île-de-France pour 2025 viennent abonder le budget d'Île-de-France Mobilités, l'agence régionale de transport. Il s'agit d'un accord entre la présidente de la Région, Valérie PECRESSE, et l'État, qui lui a ainsi fourni plus de 400 millions d'euros au détriment du secteur du tourisme.

Passons maintenant à un temps fort plus agréable : la présentation de nos partenaires. Certains nous accompagnent depuis vingt ans, comme Antargaz qui a magnifiquement succédé à Primagaz. Nous accueillons également de nouveaux partenaires majeurs comme SNCF Réseau, représenté par Jérôme GRAND, son directeur du développement des relations, ainsi qu'Airbnb, représenté par sa Eloïse FOUCAULT du pôle des relations publiques. Ces trois nouvelles collaborations sont importantes. À leurs côtés, nos partenaires historiques et majeurs, tels qu'Enedis et Veolia, avec qui nous venons de renouveler nos conventions, continuent de nous soutenir. Leur engagement dans l'aménagement du territoire et les énergies renouvelables est essentiel. Nous collaborons également avec des startups innovantes. Il est important de souligner que l'apport de nos grands partenaires est substantiel : la collecte pour 2025 s'élève à 206 000 euros, ce qui abonde très largement notre budget de fonctionnement. Je cède maintenant la parole à Brice DUTHION pour animer cette session.

Brice DUTHION

Le fait qu'une concertation soit en cours est une bonne nouvelle, et nous savons que la défense de nos intérêts par Philippe SUEUR portera ses fruits au moins jusqu'en 2027. L'après-midi sera structuré en trois temps complémentaires. D'abord, jusqu'à 15 heures, quatre de nos partenaires présenteront leurs actions et les raisons de leur engagement à nos côtés. Ensuite, nous aborderons une expérimentation concrète, le « Tourisme City Lab » de Sancerre, que Laurent PABIOT viendra nous détailler. Nous verrons comment nos partenaires déclinent leurs solutions à l'échelle d'un territoire, au service des habitants et des visiteurs. Enfin, à partir de 16 heures, nous ferons un point, comme l'an dernier, sur l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) « Destinations Digitales », avec un focus particulier sur le territoire de Forges-les-Eaux. Nos travaux s'achèveront à 17 heures avec

l'intervention de Serge PAPIN, Ministre en charge du tourisme, qui viendra conclure cette journée.

N'hésitez pas à intervenir ; je circulerai avec le micro pour vos questions. Pour commencer, je demande aux quatre premiers partenaires de me rejoindre en tribune. J'appelle donc Jérôme GRAND, Directeur Territoires et Affaires publiques de SNCF Réseau ; Alice FRANCOU, directrice Développement et Marketing d'Antargaz ; Eloïse FOUCAULT, directrice des Affaires publiques et gouvernementales d'Airbnb ; et Sébastien COTTE, d'Ikoï Studio. Deux autres startups, La Bulle Verte et MolluSCAN, interviendront juste après. Le format est simple : une présentation rapide de cinq minutes pour vous présenter et expliquer les raisons de votre partenariat avec l'ANETT, en illustrant si possible avec des réalisations concrètes. Nous commençons avec vous, Jérôme GRAND.

Jérôme GRAND

Bonjour à toutes et à tous. Chez SNCF Réseau, nous sommes très heureux de ce partenariat. Avec mon Président, Mathieu Chabanel, nous avons engagé une démarche d'ouverture vers les territoires, et cette collaboration est une excellente occasion de concrétiser ce nouvel état d'esprit de dialogue. SNCF Réseau est une entreprise intrinsèquement territoriale par l'infrastructure que nous gérons, et nous sommes conscients de la nécessité d'un dialogue accru. Nous partageons de nombreux sujets communs avec les communes, puisque notre infrastructure traverse plus de 7 000 d'entre elles. Ces sujets incluent les passages à niveau, l'entretien du réseau, les questions foncières, ou encore le devenir des lignes non circulées, qui peuvent devenir des supports pour des projets touristiques comme des voies vertes ou des trains touristiques.

Ce partenariat est donc pour nous une opportunité de renforcer ce dialogue. Même si les ressources financières sont limitées des deux côtés, nous sommes convaincus que le dialogue permet de construire des projets communs, et l'infrastructure ferroviaire peut être un excellent support pour cela. Notre ambition est d'être à vos côtés pour vous aider à développer vos projets, notamment dans le secteur du tourisme où le train constitue un atout. Pour faciliter ces échanges, nous avons récemment réorganisé SNCF Réseau en déconcentrant notre structure. Des directeurs régionaux sont désormais vos interlocuteurs privilégiés, à votre disposition pour vous accompagner.

Brice DUTHION

Jérôme, j'ai deux brèves questions. La première concerne les données : Philippe SUEUR a évoqué leur importance. SNCF Réseau peut-elle s'engager à partager ses données avec les territoires ? Nous savons à quel point elles sont cruciales pour la planification et la stratégie touristique, qui sont intrinsèquement liées aux questions de mobilité.

Jérôme GRAND

Oui, nous avons mis en place un programme « Transparence » qui reflète bien notre nouvel état d'esprit. Ce programme inclut un volet sur la programmation pluriannuelle des travaux. Notre objectif est de nouer un dialogue avec les territoires bien plus en amont qu'auparavant, notamment lorsque des travaux nécessitent de fermer une ligne ferroviaire. Cela nous permettra d'intégrer les événements touristiques majeurs dans notre planification. Je me souviens d'un cas, il y a longtemps, où nous avons fermé une ligne pendant la braderie de Lille. Si nous avions anticipé cet événement et programmé nos travaux à une autre date, comme le week-end de l'Ascension plutôt que celui de la Pentecôte, nous aurions mieux pris en compte la dimension territoriale de notre action. Ce

sont donc des données que nous pouvons mettre à disposition. L'essentiel est que nous puissions nous imprégner de vos projets et de vos dates touristiques incontournables pour éviter de telles erreurs.

Brice DUTHION

Ma deuxième question est plus une remarque. Des membres de l'ANETT viennent d'Auvergne. Un territoire d'expérimentation pourrait-il être envisagé sur la ligne en difficulté entre Clermont-Ferrand et Paris ? Concrètement, en quoi une expérimentation avec l'ANETT pourrait-elle être utile sur ce sujet ?

Jérôme GRAND

Nous connaissons bien les difficultés particulières de cette ligne. Il faut savoir qu'un programme de 800 millions d'euros de travaux est engagé sur cet axe. Dans le domaine ferroviaire, les travaux sont toujours longs, mais l'idée de dialoguer sur leur déroulement fait partie intégrante de notre partenariat. Sur cette ligne en particulier, notre objectif est d'améliorer la régularité. Nous savons aussi que le nouveau matériel roulant, qui a pris du retard, va arriver. Ce dialogue et cette pédagogie sur nos actions ne sont pas une solution miracle, et nous sommes conscients que tout ne se règlera pas instantanément. Cependant, des perspectives existent et des travaux sont en cours. Nous investissons plus de 5 milliards d'euros par an dans des travaux sur le réseau, et notre volonté est de ne plus le faire isolément, mais en concertation avec les collectivités traversées.

Brice DUTHION

Merci, Jérôme, pour ce premier témoignage. Nous passons à Alice FRANCOU, directrice Développement et Marketing d'Antargaz. Pourriez-vous nous présenter brièvement votre entreprise, puis nous exposer les motivations de votre partenariat avec l'ANETT et les expérimentations possibles à vos côtés ?

Alice FRANCOU

Merci. Bonjour à toutes et à tous. Nous sommes très heureux d'être partenaires de l'ANETT, d'autant que notre entreprise est présente depuis 90 ans dans tous les territoires français. Pour présenter Antargaz, il s'agit d'une entreprise française fondée en 1936, leader français de la distribution de GPL (gaz de pétrole liquéfié). C'est le gaz que l'on peut stocker, connu sous les noms de gaz en citerne, en bouteille, butane ou propane. Nous importons et distribuons ce gaz par camion partout où le réseau de gaz de ville n'arrive pas, ce qui représente deux tiers des communes françaises et 90 % du territoire. C'est notre cœur de métier. Nous disposons de quatre des cinq terminaux français d'importation de propane et d'une quarantaine de dépôts répartis sur le territoire pour assurer ce maillage logistique. Plus de 1 000 camions distribuent chaque jour ce gaz partout en France.

Brice DUTHION

Venons-en à l'ANETT. Vous assurez donc l'autonomie énergétique des communes membres de l'association ?

Alice FRANCOU

Oui, notamment. Nous approvisionnons en GPL toutes les communes non raccordées au réseau de gaz naturel. Si vous avez une chaudière à gaz dans une commune sans réseau, il est fort probable qu'une citerne Antargaz soit installée sur votre terrain. Dans le monde rural, nous sommes un partenaire majeur de l'agriculture, fournissant de l'énergie

pour les serres horticoles ou le chauffage des bâtiments d'élevage. On oublie souvent qu'un tiers des emplois en milieu rural se trouve dans l'industrie. Nous fournissons également du gaz à des usines nécessitant une forte intensité thermique pour le travail du métal, du verre, de la céramique, ou pour la distillation qui requiert une flamme. C'est un autre pan économique important des territoires que nous desservons.

Bien sûr, le tourisme est un secteur clé, en particulier l'hôtellerie de plein air. Nous sommes un partenaire de longue date de la FNHPA et nous desservons de nombreux campings en citernes et en bouteilles de gaz pour la cuisson et l'eau chaude sanitaire. Le camping représente la majorité des nuitées touristiques en France. Nous avons aussi des activités plus spécifiques, comme l'approvisionnement des restaurants d'altitude, où nous livrons des citernes par hélicoptère. Notre métier est d'aller partout où les réseaux ne vont pas.

Brice DUTHION

Le jour où la SNCF desservira les montagnes, vous pourrez livrer à bord des trains. Parlez-nous de votre partenariat avec l'ANETT et d'une éventuelle expérimentation que vous pourriez mener avec l'association.

Alice FRANCOU

Notre partenariat s'articule principalement autour de la sécurité d'approvisionnement et de la décarbonation des territoires. Nous proposons bien sûr le GPL sous sa forme fossile, mais nous offrons désormais du bioGPL. C'est un biogaz qui émet autant de CO₂ que le biométhane disponible en ville, constituant ainsi le biogaz des territoires ruraux. Il permet de décarboner les installations sans changer d'équipement, ce qui limite les investissements. Par ailleurs, Antargaz a développé une filiale dédiée au solaire. Nous avons actuellement 72 mégawatts en développement et un portefeuille de plusieurs centaines de mégawatts pour construire des centrales solaires dans les communes que nous desservons. Nous travaillons aussi beaucoup avec les collectivités dans le cadre de délégations de service public (DSP). Nous disposons donc d'un large éventail de solutions pour la décarbonation et la résilience énergétique des territoires, souvent délaissés par les énergies de réseau. Dans le cadre du Tourism City Lab, nous présenterons une solution fonctionnant au propane et au biopropane : les tours antigel, des équipements utilisés par les viticulteurs pour protéger leurs vignes durant les gelées tardives.

Brice DUTHION

Ce sont ces images que nous voyons chaque année dans les vignobles. Nous en reparlerons tout à l'heure. Merci beaucoup, Alice. La question énergétique est un sujet fondamental pour toutes les destinations. Passons maintenant à Eloïse FOUCAULT, directrice des Affaires publiques et gouvernementales chez Airbnb France. Pouvez-vous rapidement présenter Airbnb et nous expliquer les motivations de votre partenariat avec l'ANETT, ainsi qu'une éventuelle expérimentation que vous souhaiteriez lancer avec l'association ?

Eloïse FOUCAULT

Merci pour cette invitation, ainsi qu'à Géraldine LEDUC, Simon LEBEAU et au Président SUEUR. Ce partenariat est le fruit de nos échanges. Je précise qu'Airbnb est également membre de l'UNPLV (Union Nationale pour la Promotion de la Location de Vacances), qui regroupe aussi Expedia, Gîtes de France, et avec laquelle l'ANETT a réalisé un baromètre présenté l'an dernier.

Un partenariat entre l'ANETT et Airbnb est tout à fait logique, car nous sommes présents dans 100 % de vos communes. Nous sommes un acteur du tourisme local, non pas moi personnellement, mais nos 800 000 hôtes répartis partout en France le sont. Airbnb compte au moins une annonce dans plus de 28 000 communes françaises, et dans un tiers des villes de plus de 4 500 habitants. Il était donc naturel que nos chemins se croisent.

Airbnb apporte également une offre complémentaire dans des territoires qui en étaient parfois dépourvus, en parallèle de l'offre hôtelière ou des gîtes traditionnels. Notre plateforme permet aussi d'absorber les pics de demande lors de grands événements. Un très bel article de Ouest-France est paru aujourd'hui sur le Hellfest à Clisson, et je pense aussi au festival de la BD d'Angoulême. Nous sommes là pour compléter l'offre d'hébergement touristique. Au-delà de l'offre, l'impact économique dans vos territoires est considérable, et le Président Sueur a mentionné la taxe de séjour.

Brice DUTHION

C'est un sujet qui a été largement débattu ce matin, notamment le rôle des plateformes. N'hésitez pas à développer, car cela intéresse tous les territoires.

Eloïse FOUCAULT

En 2025, nous reverserons 210 millions d'euros de taxe de séjour pour le compte des hébergeurs. De plus, Deloitte avait estimé l'impact économique des meublés de tourisme en France à 43 milliards d'euros de retombées économiques, soit un point de PIB. L'impact économique existe aussi pour nos hôtes, qui sont les habitants de vos communes. Le revenu médian pour un hôte est de 4 300 euros par an, ce qui constitue un véritable complément de pouvoir d'achat, un treizième ou quatorzième mois. Ces revenus permettent de financer des dépenses comme la rénovation énergétique, le paiement des impôts ou le remplacement des fenêtres.

Brice DUTHION

Je vous encourage à lire l'étude d'un sociologue publiée il y a un ou deux mois, qui dresse des portraits d'hôtes très éclairants. Abordons maintenant le partenariat que l'on pourrait envisager avec l'ANETT. Avez-vous une expérimentation à proposer à l'auditoire cet après-midi ?

Eloïse FOUCAULT

L'étude à laquelle vous faites référence est celle de Jean-Laurent CASSELY, qui a réalisé un tour de France des hôtes. Il est allé à leur rencontre dans vos villes et villages. Je vous invite à la lire. Elle s'intitule « Un apéro avec 800 000 Français ».

Le partenariat avec l'ANETT repose sur deux ou trois piliers. Le premier est le partage de nos données. Sans données et sans transparence, le dialogue est impossible. En 2024, nous avons lancé le portail PANDA (Portail d'Accès National aux Données Airbnb). Comme le panda, c'est un outil diplomatique. Vous pouvez tous y accéder en cherchant « PANDA Airbnb » sur un moteur de recherche. L'inscription est très rapide. Chaque élu, proche collaborateur ou adjoint peut s'inscrire pour obtenir les données concernant sa commune. Vous aurez accès à des informations sur le type d'hébergement, les pics de fréquentation touristique, le profil des séjours (résidence principale, secondaire, chambre chez l'habitant). C'est le premier pilier de notre partenariat, et nous pouvons bien sûr vous présenter ce portail lors d'un webinaire.

La deuxième idée, que nous avons eue avec l'ANETT, serait de lancer une étude pour objectiver l'impact économique des meublés de tourisme spécifiquement dans les stations et villes touristiques. Une telle analyse n'existe pas aujourd'hui, et il nous semblerait très intéressant d'examiner cela de plus près.

Brice DUTHION

C'est une excellente idée. Merci Eloïse pour cette présentation. Je vais maintenant passer la parole à Sébastien COTTE et Stéphan BOSCHAT, qui vont nous présenter Ikoï Studio et Flibusk.

Stephan BOSCHAT

Bonjour à tous. Je suis très impressionné d'être devant vous et je vous remercie pour ce que vous faites pour nos territoires. Ce n'est pas tous les jours que nous avons l'occasion de nous adresser à autant d'élus simultanément. Je suis ici pour vous exposer un problème que je rencontre avec mon fils de 16 ans, qui passe son temps sur son téléphone. J'imagine que cette situation parle à beaucoup d'entre vous. Ma difficulté est de l'intéresser à des sujets qui me passionnent, comme le patrimoine, la culture et nos villes, des sujets qui, j'en suis sûr, vous intéressent également. J'ai cherché une solution, et c'est la raison de notre présence aujourd'hui avec Sébastien COTTE. Je m'appelle Stephan BOSCHAT et je suis auteur de bandes dessinées depuis 25 ans. J'ai également dirigé plusieurs entreprises, notamment Flibusk et Makma, qui regroupent 300 artistes auteurs créant des BD, des webtoons animés et des mangas. Notre objectif, avec Sébastien, est de proposer des services aux territoires pour que nos jeunes utilisent leur téléphone afin de les découvrir.

Sébastien COTTE

Bonjour, je suis Président et fondateur d'Ikoï Studio. Après des études en histoire de l'art à l'École du Louvre, j'ai plus de 15 ans d'expérience dans la médiation numérique, notamment pour des collectivités comme Paris Musées. Ma problématique professionnelle a toujours été de toucher les jeunes, qui constituent le public le plus difficile à atteindre. Nous avons de nombreux dispositifs pour les enfants et les adultes, mais la tranche d'âge des 12-25 ans est la plus complexe. J'ai créé Ikoï Studio pour trouver des réponses variées, allant de la création de vidéo-mapping projeté sur des cathédrales à des jeux sérieux. Nous avons par exemple collaboré avec Flibusk sur un jeu destiné à enseigner les codes du marché du travail aux jeunes à travers un univers fantastique. De ce besoin commun d'adresser ce public est né le concept de la licence « Les Protectors des Neuf ». L'idée est d'utiliser le jeu vidéo et le webtoon, cette bande dessinée qui se lit en faisant défiler l'écran sur un téléphone, pour capter leur attention.

Stephan BOSCHAT

Nous utilisons notamment les webtoons, un nouveau format très populaire auprès des jeunes générations. Ce sont des bandes dessinées accessibles sur téléphone, de la même manière qu'ils consomment des vidéos sur les plateformes de vidéos en ligne. Nous allons chercher les jeunes à travers des histoires qui les intéressent. Nous créons des webtoons et une quête en réalité augmentée géolocalisée qui les connecte à un jeu, transformant ainsi le territoire en terrain de jeu. Si vous avez des points d'intérêt dans vos villes – lieux patrimoniaux, musées, etc. – nous y installons des étapes. Nous faisons de votre ville ou de votre territoire une véritable aventure intégrée à une histoire. Les jeunes rencontrent des personnages célèbres, échangent avec eux et accomplissent une mission. À la fin, ils sont

satisfaits d'avoir joué à un jeu, et nous sommes satisfaits qu'ils aient découvert notre patrimoine et notre territoire. Nous disposons ainsi d'un véritable outil de médiation mixte, alliant bande dessinée et médiation culturelle.

Brice DUTHION

Quel est l'objectif de votre partenariat avec l'ANETT ?

Sébastien COTTE

Nous sommes avant tout des conteurs, passionnés par le service public et la médiation. Mon objectif est de travailler avec les élus intéressés pour trouver des manières de toucher les jeunes et de raconter des histoires, avant même de parler de notre produit. Nous avons travaillé avec des territoires de toutes tailles et nous constatons qu'il existe partout des histoires formidables à raconter. De nombreuses études cognitives et sociologiques le prouvent : on mémorise mieux, on apprend mieux et on apprécie davantage lorsque l'on nous raconte une histoire. Je pense que c'est ce que nous savons faire de mieux ensemble.

Brice DUTHION

Merci beaucoup à vous deux. Je vous félicite pour votre coordination. Merci aux cinq partenaires présents en tribune.

J'invite maintenant à me rejoindre les représentants de deux startups : Frédéric NAU, cofondateur de La Bulle Verte, et Ludovic QUINAULT, cofondateur de MolluSCAN. Vous disposerez de trois minutes chacun. Nous allons rester debout pour gagner du temps. Parlez-nous, Frédéric, de La Bulle Verte et de ce que vous attendez de ce partenariat avec l'ANETT.

Frédéric NAU

Bonjour à toutes et tous. Je suis Frédéric NAU, cofondateur de La Bulle Verte, une société créée il y a six ans. Notre projet est parti de deux constats que vous avez certainement tous faits sur vos territoires. Premièrement, tout visiteur se pose généralement trois questions à son arrivée : « Je fais quoi ? Je vais où ? Comment j'y vais ? », particulièrement s'il arrive en train ou chez un hébergeur. Deuxièmement, chaque visiteur cherche aujourd'hui à vivre et à comprendre le territoire qu'il visite, c'est-à-dire à rencontrer, partager, déguster les produits locaux et s'imprégner de l'atmosphère.

Ces deux constats nous ont amenés à imaginer La Bulle Verte. L'outil de base est une application mobile dédiée, disponible sur les stores, avec laquelle nous travaillons en partenariat avec des territoires ou des sites privés comme des domaines viticoles ou des hébergeurs. Nous sommes déjà présents dans plusieurs régions. En collaboration avec nos partenaires, nous créons un ou plusieurs itinéraires de découverte sur lesquels nous positionnons des points d'intérêt. Ces points d'intérêt prennent la forme de courtes vidéos, de bandes sonores ou de carrousels de photos. Le visiteur, géolocalisé *via* l'application, télécharge le parcours et se laisse guider pour découvrir le territoire à son rythme.

Pour répondre à la question « Comment j'y vais ? », nous avons développé une deuxième solution. La première station expérimentale a été installée l'an dernier dans une petite commune au sud de Bordeaux. Nous avons conçu des stations autonomes qui apportent une vraie réponse à la gestion des derniers kilomètres touristiques. Ces stations clés en main sont installées dans un conteneur maritime recyclé de 15 mètres carrés et

abritent 11 vélos. Elles sont entièrement autonomes grâce à des panneaux solaires qui rechargent les batteries, ne nécessitant aucun raccordement au réseau. À ces stations, nous associons les itinéraires de découverte créés avec les acteurs locaux, comme l'office de tourisme, pour offrir une expérience complète. Ces stations sont mobiles : étant des conteneurs, elles n'entraînent pas d'artificialisation des sols et peuvent être déplacées par camion pour s'adapter à la saisonnalité.

La technologie que nous avons développée nous permet d'adapter différents types de deux-roues : vélos classiques, VTT à assistance électrique, mais aussi vélos pour personnes à mobilité réduite (PMR) ou vélos pour enfants. La seule contrainte est la largeur du pneu, qui exclut les « fat bikes ».

Notre concept allie donc mobilité, durabilité et mise en valeur des territoires, avec pour objectif principal de favoriser la consommation locale et de s'assurer que les retombées économiques restent sur les territoires.

Nous sommes présents dans huit régions administratives françaises, avec environ 75 sites, principalement des domaines privés dans les grandes régions viticoles. J'ai entendu qu'il y avait un représentant de Sancerre, nous pourrions en discuter.

Brice DUTHION

J'ai entendu parler de vous à Épernay, où l'on m'a dit le plus grand bien de votre travail.

Frédéric NAU

Nous avons obtenu des financements pour nos stations autonomes. S'il y a des territoires intéressés, je suis à votre disposition pour étudier une implantation chez vous. Cela ne vous coûtera rien et peut même générer des revenus pour vos communes.

Brice DUTHION

Je pense à nos élus ultramarins. Êtes-vous également ouverts à des partenariats en Outre-mer ?

Frédéric NAU

Cela peut s'étudier. Nous avons vocation à nous implanter partout.

Brice DUTHION

Ludovic, vous allez maintenant nous présenter MolluSCAN.

Ludovic QUINAULT

Bonjour à tous. MolluSCAN est une solution de surveillance de la qualité de l'eau en temps réel. Nous sommes issus de 20 ans de recherche et développement en biologie marine au CNRS. Le nom MolluSCAN contient le mot « mollusque », car nous utilisons des bio-capteurs dans une démarche de biosurveillance, en nous inspirant du biomimétisme. Nous utilisons des mollusques bivalves, comme les moules ou les huîtres, qui s'adaptent à tous les types de milieux, en eau douce comme en eau salée. Nous avons déjà déployé plus d'une centaine de systèmes à travers le monde, du pôle Nord au golfe Persique, dans des environnements très variés : industriels, touristiques, naturels et protégés.

Vous connaissez les enjeux liés à la qualité de l'eau pour le tourisme, aggravés par le dérèglement climatique avec ses épisodes de sécheresse et ses orages violents. Ces phénomènes sont complexes, et vous constatez souvent trop tard les problèmes de

qualité de l'eau dans vos lacs, rivières ou sur le littoral. Notre système ouvre une fenêtre de surveillance en temps réel. Des mollusques équipés d'électronique complexe surveillent l'eau. Les données sont ensuite vulgarisées sur une plateforme en ligne avec des indicateurs et un système d'alerte qui vous prévient immédiatement en cas d'événement anormal, vous permettant de réagir rapidement au lieu de subir une pollution.

Dans un second temps, cette approche est très vertueuse en termes d'attractivité. Le grand public apprécie beaucoup plus de voir le vivant utilisé pour la surveillance que de tenter de déchiffrer une analyse toxicologique de laboratoire, qui nécessite un doctorat pour être interprétée. L'état de santé des animaux parle à tout le monde. Partout où nous nous sommes installés, nous observons une prise de conscience et un effet très positif sur le public.

Brice DUTHION

Ludovic, quand on s'adresse à des collectivités, on termine souvent en disant : « J'ai besoin de vous ». De quoi avez-vous besoin de la part des territoires ?

Ludovic QUINAULT

Nous sommes une jeune société, créée il y a trois ans, et nous avons besoin de notoriété pour nous développer sur le territoire français. Nous sommes fiers de cette innovation mondiale ; nous sommes les seuls au monde à avoir réussi à mettre au point cette technologie de biosurveillance, devançant même nos concurrents américains et asiatiques. Il faut être fier de la recherche fondamentale française et en faire profiter le territoire national à travers les communes que vous représentez.

Brice DUTHION

Merci, MolluSCAN. Vous pouvez applaudir Ludovic et Frédéric.

Nous allons conclure cette série de présentations avec le parrain des startups partenaires, Manuel BIOTA. Peux-tu nous expliquer ton rôle et présenter l'écosystème de startups avec lesquelles tu travailles et qui peuvent être mises à la disposition des collectivités membres de l'ANETT ?

Manuel BIOTA

Je suis ravi d'être ici. Partenaire de l'ANETT depuis bientôt neuf ans, je suis toujours resté en contact avec l'équipe. J'ai toujours cru en la pertinence de mettre en lien les besoins et les priorités des collectivités avec les jeunes startups que j'accompagne. Mon travail consiste à trouver des solutions adaptées, que ce soit pour des startups ou de grands groupes, car les problématiques de réseau, de connexion et parfois simplement de bon sens sont omniprésentes.

J'ai proposé ces deux startups car elles répondent directement à vos enjeux. En tant que territoires touristiques, vous êtes majoritairement concernés par la gestion des points d'eau et de la mobilité, tant pour vos citoyens que pour les touristes. Pour La Bulle Verte, par exemple, une collectivité pourrait craindre une concurrence avec les loueurs de vélos existants. Mais, à l'instar d'Airbnb, il s'agit plutôt d'un service complémentaire qui répond à un besoin constant tout au long de l'année, et les parcours augmentés renforcent cette complémentarité.

Ces deux sujets m'ont semblé importants car ils correspondent à vos préoccupations. Nous avons la chance d'avoir en France des entreprises qui travaillent de manière locale

et intelligente, déposant des innovations que même les Américains ne parviennent pas à développer. Mon travail et ma conviction sont de trouver le chemin le plus court pour les faire connaître et s'assurer qu'elles soient utiles à la fois pour vous, collectivités, et pour les autres partenaires comme SNCF Réseau, Veolia ou Suez, qui sont tous concernés. C'est un apport bénéfique pour toute la communauté de l'ANETT.

Brice DUTHION

Parfait. Peut-on obtenir auprès de l'ANETT une liste de toutes ces *startups* ?

Manuel BIOTA

Nous avons prévu de vous transmettre tous les éléments pour que vous puissiez entrer en contact rapidement. J'aurai d'ailleurs d'autres propositions à vous faire dans les prochains mois.

Brice DUTHION

Merci, Manuel, pour cette présentation.

IV) Présentation du « Tourism City Lab »

Brice DUTHION

Il est temps de faire le lien avec le deuxième sujet de cet après-midi : la présentation d'un territoire qui expérimente concrètement ces partenariats. J'appelle Laurent PABIOT, le Maire de Sancerre, à me rejoindre pour nous présenter le projet « Tourism City Lab de Sancerre ». Laurent, peux-tu nous donner en cinq minutes la fiche d'identité de ce projet ?

Laurent PABIOT

Bonjour à toutes et à tous. En propos liminaire, je souhaite remercier l'ensemble des partenaires et l'équipe de l'ANETT qui œuvrent au quotidien pour nous présenter des solutions adaptées à nos collectivités touristiques. La boîte à outils, structurée autour de thèmes importants, est une excellente ressource pour découvrir de nouvelles propositions. Un webinaire sera d'ailleurs bientôt organisé à ce sujet, et vous trouverez toutes les informations dans le guide qui vous a été remis.

Cependant, il nous a semblé important d'aller plus loin. En tant qu'élus, nous avons besoin de cas pratiques pour comprendre concrètement ce qui nous est proposé et vérifier si cela s'adapte à notre commune. Lire un PDF ou regarder une vidéo ne suffit plus, tant nous sommes sollicités. Il est essentiel de pouvoir constater sur le terrain les innovations des partenaires.

D'où l'idée de créer un laboratoire *in situ* à Sancerre. J'imagine que vous connaissez ou avez déjà consommé l'un de nos deux produits phares : le Crottin de Chavignol et notre vin blanc. Les différents partenaires ont pris attache avec les services de la mairie et les acteurs locaux pour déterminer comment présenter leurs solutions non seulement aux élus, mais aussi au grand public. L'objectif est d'obtenir un retour d'information direct et de communiquer en montrant concrètement les installations et les résultats sur le terrain. C'est pourquoi vous serez tous invités à passer par Sancerre pour découvrir ce que nos partenaires vont nous proposer.

Brice DUTHION

Merci, cher Laurent. Sancerre est une marque mondiale, mais ne compte que quelques milliers d'habitants, ce qui prouve que l'expérimentation d'innovations n'est pas l'apanage des métropoles. J'invite maintenant à me rejoindre sur scène les trois partenaires qui vont nous parler de cette expérimentation. D'abord, Fabrice CHERIOUX de l'entreprise Favex. Le deuxième partenaire est Louis DE CAROLIS, fondateur de Cryptors in the City, que vous aviez rencontré l'an dernier au Touquet – Paris-Plage. Et le troisième est Vanguélis PANAYOTIS, Président de MKG Consulting. Bienvenue à vous trois. Nous allons commencer par toi, Fabrice. Peux-tu nous expliquer ton rôle et nous présenter cette notion de « partenaires rouges » et « partenaires bleus » que j'ai trouvé très intéressante ?

Fabrice CHERIOUX

Mesdames et Messieurs les Maires, Mesdames et Messieurs les élus, Monsieur le Président, c'est un honneur de présenter aujourd'hui l'ensemble des partenaires engagés aux côtés de l'ANETT. Mon propre engagement au sein de cette association depuis de nombreuses années illustre l'importance que j'accorde à cette dynamique collective. Les défis auxquels sont confrontées les communes touristiques exigent une coopération étroite entre les élus locaux et tous les acteurs qui accompagnent leur transformation. Notre présence aujourd'hui témoigne d'une conviction partagée : les communes

touristiques sont des acteurs majeurs du dynamisme et de l'attractivité de vos territoires. Dans votre mandat, vous devez à la fois accueillir les visiteurs, valoriser votre patrimoine, développer l'économie locale, répondre aux attentes des habitants et préparer l'avenir. La question est de savoir comment avancer efficacement face à ces enjeux et trouver les bonnes solutions au bon moment.

C'est face à ces défis que notre mobilisation collective prend tout son sens. Notre ambition n'est pas de décider à votre place, mais d'être à vos côtés pour écouter vos besoins, partager notre expertise et vous accompagner dans la réussite de vos projets. Aucun territoire ne peut avancer seul. Cette mission d'accompagnement est d'autant plus essentielle avec l'arrivée de nouveaux élus qui doivent appréhender rapidement de nouvelles responsabilités. C'est dans ce cadre que nous avons souhaité distinguer deux grandes familles de partenaires : les « rouges » et les « bleus ». Les partenaires rouges apportent des solutions concrètes et visibles sur le terrain – un équipement, une installation, un service immédiatement identifiable. Les partenaires bleus proposent des outils, des méthodes et un accompagnement plus global pour aider les collectivités à construire leurs décisions. Au nom de tous les partenaires, je tiens à remercier chaleureusement Laurent PABIOT, Maire de Sancerre, pour sa confiance.

Nous sommes particulièrement heureux que Sancerre devienne le « Tourism City Lab ». Nous sommes au début d'une belle aventure qui, j'en suis convaincu, fera de Sancerre une commune de référence en matière d'innovation et d'expérimentation. Je vous propose de découvrir ce que nous allons concrètement expérimenter à Sancerre avec nos partenaires rouges et bleus.

Commençons par Antargaz. Comme Alice l'a mentionné, cette entreprise est un acteur majeur du gaz et des biogaz. Elle nous propose sa tour antigel, une solution mobile et autonome de protection contre le gel pour les exploitations viticoles. Cette tour assèche l'air et réchauffe les pieds de vigne sur une surface de deux à cinq hectares. Son déclenchement est automatique dès zéro degré, et elle fonctionne au propane ou au biopropane. L'objectif est de protéger les vignes, de sécuriser le rendement des récoltes et de préserver le potentiel viticole, qui est aussi une ressource touristique.

Brice DUTHION

L'expérimentation a-t-elle déjà eu lieu cet hiver ou commencera-t-elle l'hiver prochain ?

Fabrice CHERIOUX

Elle commencera à partir de l'année prochaine.

Brice DUTHION

Mais elle a déjà été expérimentée dans d'autres vignobles ?

Fabrice CHERIOUX

Oui, elle a été expérimentée ailleurs, mais pas encore à Sancerre.

Ensuite, nous avons CITEO, qui est chargé de réduire l'impact environnemental des emballages et des papiers. CITEO va déployer à Sancerre une campagne de communication pour lutter contre les emballages imbriqués et améliorer le tri. Des supports pédagogiques (vidéos, affiches) seront mis à la disposition de la collectivité pour sensibiliser les habitants et les visiteurs aux bonnes pratiques et améliorer la performance du recyclage.

Lumiplan a deux projets. Le premier est une borne tactile touristique en libre-service 24/7 pour valoriser l'offre du territoire. Elle propose un contenu personnalisé et multilingue, dans un format adapté à l'intérieur comme à l'extérieur, garantissant une information accessible à tout moment. Son deuxième projet est le panneau numérique, une solution qui permet de diffuser en temps réel des informations touristiques automatisées et multilingues, afin d'informer les visiteurs qui ne se rendent pas forcément à l'Office de Tourisme.

Passons à Nouveaux Territoires. Comme nous l'avons vu ce matin, ils proposent avec *taxesejour.fr* un outil pour piloter et développer le tourisme. Il accompagne les collectivités dans la gestion de la taxe de séjour, de la collecte au suivi des déclarations, et permet d'analyser les données touristiques. C'est un excellent outil stratégique pour mesurer l'activité des hébergements et soutenir la politique touristique locale.

Ensuite, Onlywood, une société girondine, conçoit du mobilier extérieur durable et inclusif. Ils proposent le « vestiaire de change pour tous », qui permet aux visiteurs et aux habitants de se changer facilement dans les zones de baignade et d'activités de plein air. Au-delà de son esthétique, ce mobilier améliore l'accueil, l'accessibilité et le confort des usagers, tout en valorisant le territoire.

Brice DUTHION

Cette expérimentation sera-t-elle lancée cette année ?

Fabrice CHERIOUX

Oui, c'est prévu. Abriplus propose sa station Delux, une station de réparation et de gonflage pour vélos en libre-service. Cette solution robuste, conçue pour un usage extérieur et résistante au vandalisme, permet aux cyclistes d'effectuer facilement de petites réparations. C'est un excellent moyen de favoriser le cyclotourisme et de renforcer l'image du territoire en tant qu'infrastructure adaptée aux nouvelles mobilités.

Brice DUTHION

Abriplus avait également présenté ses solutions.

Fabrice CHERIOUX

Oui, et la station sera bientôt installée à Sancerre.

Continuons avec Sun Box. L'exposition excessive au soleil étant un enjeu de santé publique, Sun Box propose une borne de distribution de crème solaire en libre-service. Cette borne autonome, sans raccordement électrique, met à disposition du public une protection solaire facilement accessible sur les lieux de vie et de loisirs. C'est une solution simple mais pratique pour favoriser l'adoption des bons réflexes.

Brice DUTHION

Sun Box est dans la salle. Ils avaient présenté leur solution l'an dernier au Touquet – Paris-Plage. Nous sommes toujours avec les partenaires rouges, et il y en a un nommé Favex, que tu connais bien.

Fabrice CHERIOUX

Favex propose une protection des sites touristiques contre les moustiques. Le moustique tigre, vecteur de maladies comme la dengue, le Zika ou le chikungunya,

représente un enjeu de santé publique majeur. Favex propose une solution clé en main, du diagnostic du site à l'installation et la maintenance de bornes anti-moustiques. Ces dispositifs s'intègrent dans les principaux lieux de vie publics : parcs, campings, équipements sportifs, hôtels, restaurants... L'objectif est de garantir la sécurité sanitaire, d'améliorer le confort des usagers et de préserver l'attractivité touristique, des enjeux qui vont devenir de plus en plus cruciaux. Je suis son représentant.

Brice DUTHION

Même question : est-ce déjà en place ou le sera-ce à partir de septembre ?

Fabrice CHERIOUX

Ce sera mis en place à partir de septembre, après la saison. Pour terminer avec les partenaires rouges, découvrons la société Cryptors in the City. Je laisse la parole à son fondateur, Louis de CAROLIS, pour vous présenter le projet.

Louis de CAROLIS

Bonjour à tous. Je suis ravi de vous retrouver pour notre deuxième année de partenariat. On nous a placés en dernier des « rouges » car nous sommes à la charnière avec les « bleus ». Cryptors in the City sera, en septembre prochain, la plus grande expérience de tourisme culturel en France. Nous serons présents dans les treize régions, avec des sites emblématiques comme le château de Versailles ou Giverny, des destinations comme Aigues-Mortes, Bonifacio ou Deauville, qui sont pour beaucoup membres de l'ANETT, mais aussi dans de plus petits villages. Pour la première fois, nous mettons en réseau le patrimoine français autour d'une expérience touristique et culturelle, grâce à des œuvres de street art interactives de tailles variées. Nous représentons des figures historiques, naturelles ou légendaires pour faire parler le patrimoine. C'est ce que nous allons faire avec grand plaisir à Sancerre, qui possède un patrimoine exceptionnel.

Brice DUTHION

Et qui allez-vous faire parler à Sancerre, Louis ?

Louis de CAROLIS

Ce n'est pas encore défini, je garde donc la surprise. La raison pour laquelle nous sommes aussi à cheval sur la catégorie « bleue » est que toutes nos œuvres deviennent des bornes qui collectent de la donnée. Cette donnée est mise à la disposition de nos partenaires pour analyser et améliorer les flux touristiques. C'est une excellente transition pour passer à nos partenaires bleus. Le premier d'entre eux est Camping-Car Park. C'est une plateforme extrêmement vertueuse qui aide les territoires à développer leur attractivité, à maîtriser leurs flux et à générer des revenus grâce aux aires de camping-car. Ils gèrent aujourd'hui plus de 800 aires en Europe, comptent un million de clients et fournissent un outil de suivi des données en temps réel.

Je suis ravi de vous présenter ce projet que je trouve extraordinaire : la Banque des Territoires a créé un programme nommé « Territoires d'histoire », doté d'un milliard d'euros dans le cadre du plan France 2030. Ce programme vous accompagne dans la réhabilitation de sites patrimoniaux, en menant une réflexion qui dépasse la simple restauration pour intégrer le modèle économique qui peut en découler. Il vise ainsi à vous aider à valoriser ces sites.

Le partenaire suivant, qui nous a rejoint cette année, a déjà été présenté tout à l'heure. Il est représenté par Jérôme GRAND. L'outil qu'il propose de mettre au service de vos territoires, et notamment de la ville de Sancerre, est « Vigie Express ». Jérôme GRAND a évoqué les différents points d'attention et d'intérêt liés au réseau ferroviaire. Vigie Express permet précisément d'alerter, d'identifier, de localiser et de traiter tous les signalements d'anomalies, notamment concernant les passages à niveau et les voies ferrées que nous avons mentionnés.

Benoît SIMIAN

Je représente SNCF Réseau. Merci d'avoir mis en avant « Vigie Express ». Cet outil a malheureusement été conçu en réaction à l'accident dramatique de Brétigny-sur-Orge, survenu il y a quelques années. Il vous permet de signaler toute anomalie que vous constatez, comme un trou dans une clôture, et plus globalement tout ce qui concerne votre relation avec le réseau SNCF. En revanche, il est important de souligner que ce canal n'est pas destiné au traitement des situations d'urgence.

Brice DUTHION

Il s'agit donc d'un outil d'observation de terrain pour des faits qui ne relèvent pas d'une défaillance immédiate du réseau. Louis, vous pouvez continuer.

Louis de CAROLIS

Le projet présenté à l'écran émane du Conseil national de l'Ordre des architectes. L'idée n'est pas nécessairement de transposer dans vos territoires la maison qui a été présentée à la COP 30 à Belém, au Brésil, mais plutôt d'initier une véritable réflexion sur l'anticipation des enjeux climatiques. Pour cela, vous pouvez être aidés par le Conseil national de l'Ordre des architectes.

Je m'entretenais tout à l'heure avec leurs représentants : les températures vont inévitablement augmenter. Ce sont des sujets que vous étudiez sans doute depuis un certain temps, et il est certain que l'habitat va devoir évoluer. Bien que ce soit une transformation qui s'inscrit dans le temps long, elle doit se préparer dès maintenant. Le Conseil national de l'Ordre des architectes est donc là pour vous accompagner sur ces questions.

Brice DUTHION

Cela signifie-t-il qu'un projet architectural particulier est envisagé à Sancerre, par exemple une expérimentation autour de la rénovation d'un bâtiment présentant des qualités spécifiques ?

Louis de CAROLIS

Je crois savoir que le Conseil national de l'Ordre des architectes est en discussion à ce sujet, mais qu'aucun projet n'est totalement défini pour le moment. Je ne sais pas si un représentant de l'Ordre est présent.

Je présente maintenant Alcome, un éco-organisme qui œuvre à la réduction des mégots dans l'espace public en proposant des cendriers en ville. Il s'agit d'un enjeu de santé publique, mais également de sécurité. En lien avec le réchauffement climatique que nous venons d'évoquer, la plupart des départs de feu sont causés par un mégot jeté, souvent en l'absence de cendrier. Pour répondre à cette problématique, Alcome met à votre disposition, dans le cadre d'un contrat, des cendriers de poche. J'en ai d'ailleurs vu

à la sortie. Ces dispositifs permettent d'offrir une protection aux territoires dotés d'un patrimoine naturel, en fournissant une solution aux fumeurs. La personne qui représente Alcome est-elle présente ?

Brice DUTHION

Je précise que ce projet a déjà été présenté lors de précédents congrès, et qu'il contribue également à la propreté des zones touristiques.

Maud ROLLAND

Aujourd'hui, nous accompagnons plus de 2 200 communes *via* un contrat collectivité. Dans ce cadre, nous fournissons un soutien financier annuel, des cendriers de poche, et nous aidons également à l'acquisition de cendriers de rue et d'écrasoirs à corbeille. Nous disposons d'un réseau de dix délégués régionaux couvrant toute la France ; pour ma part, je suis en charge de l'Île-de-France et de la Normandie. N'hésitez pas à prendre notre plaquette à l'entrée ou à vous procurer les coordonnées d'Antonine WADOUX, qui gère le partenariat avec l'ANETT, afin que nous puissions vous recontacter. Concernant ce projet spécifique, il me semble que le processus est en cours ; il n'est pas encore passé en conseil municipal, mais cela ne saurait tarder.

Louis de CAROLIS

Le partenaire suivant est bien connu : il s'agit d'Enedis. Enedis synthétise vos données énergétiques, qu'il s'agisse de l'électricité, du gaz ou de tout autre réseau. Cela vous permet d'établir un bilan et d'assurer un suivi de votre consommation énergétique afin de mieux la connaître à l'échelle de votre territoire et, par conséquent, de mieux la piloter. Je ne sais pas si le représentant d'Enedis est présent au fond de la salle.

Jacques ALFRED

L'idée est de vous fournir une vision synthétique des données d'énergie électrique, vous permettant de vous projeter sur votre territoire. Vous pouvez poser toutes vos questions à votre interlocuteur privilégié Enedis, dont vous avez généralement le numéro de téléphone. Cela démontre notre proximité avec les territoires et, je saisis l'occasion de le redire, avec l'ANETT.

Louis de CAROLIS

Le dernier partenaire est MKG Consulting, avec le MKG Score. Mais je vais peut-être laisser Vanguélis le présenter.

Vanguélis PANAYOTIS

Bonjour à tous. Nous portons une conviction très forte : si la France ne devient pas championne du monde en intelligence artificielle ou en infrastructure, et je l'espère en robotique, elle l'est assurément en matière de tourisme. Nous sommes convaincus que le tourisme est le meilleur moyen de raconter un territoire et de créer des flux, de la richesse et de l'emploi. Il est donc essentiel, pour un collectif d'élus comme le vôtre, mais aussi pour le collectif de partenaires que nous formons, de prendre notre part de responsabilité à vos côtés et d'agréger cette intelligence collective.

Le MKG Score n'est pas une note, mais un instrument destiné à coordonner et à donner de la cohérence à l'ensemble des données disponibles. La France n'a pas de pétrole, mais

elle dispose de données, qui sont le pétrole moderne. L'idée est donc d'agréger tous ces éléments pour vous fournir un moyen de piloter vos politiques publiques, de définir de nouvelles bonnes pratiques et d'acquérir la réactivité nécessaire.

En effet, les plans ou schémas actuels s'étalent souvent sur des durées de trois à sept ans, mais la réalité, comme l'ont montré le gel dans les vignes, la crise du Covid ou d'autres événements, exige une grande réactivité. Il est crucial de connaître en temps réel ce qui se passe sur un territoire et les enjeux associés à sa dynamique touristique. Je pense que c'est ainsi que nous devons concevoir collectivement le pilotage des territoires de demain.

Brice DUTHION

Comment fonctionne ce MKG Score ? Et pourriez-vous nous dire ce qu'est MKG Consulting, quel type d'entreprise vous êtes, car certains acteurs dans la salle n'ont peut-être jamais entendu parler de MKG Hospitality.

Vanguélis PANAYOTIS

Il y a un début à tout. Globalement, nous travaillons essentiellement avec les acteurs privés de la filière touristique pour accompagner leurs investissements, leurs prises de décision et le pilotage de leur activité. Disposant d'un accès à de nombreuses données, nous avons jugé important de mettre ce savoir-faire au service de la collectivité. L'objectif est de connecter intelligemment les énergies publiques et privées, à un moment où les ressources financières publiques se raréfient et où la situation est complexe. Cette coordination intelligente reste une possibilité pour créer de la valeur.

MKG accompagne donc l'ensemble de ces acteurs, et de plus en plus également des acteurs publics et des territoires, car nous croyons que c'est véritablement là que se jouent la création de richesse, la connexion et l'expérience. Lorsqu'un visiteur vient sur votre territoire, il vient à la rencontre d'un paysage, d'une gastronomie, d'un accent, ou encore de l'œnologie avec le Maire. Connecter tous ces éléments nous semble extrêmement vertueux pour la création de valeur.

Brice DUTHION

Parlez-nous de la méthodologie du MKG Score. En quoi consiste-t-elle et quelle est son utilité ?

Vanguélis PANAYOTIS

Il y a trois dimensions. La première concerne tous les sujets d'attractivité qui sont assez évidents pour tout le monde ; la seconde a trait à l'hospitalité et à tout ce qui va permettre à un visiteur de se sentir attendu au moment de l'expérience ; le troisième groupe d'indicateurs porte sur les impacts – économiques, écologiques et sociaux. Ce sont des sujets que nous devons améliorer, alors autant bien le faire.

Cette démarche se construit dans le temps. Il faut commencer à connecter les systèmes, construire les modes de pilotage, apprendre à connaître les territoires et enrichir tout ce qu'on peut faire en termes de décision. Nous souhaitons redonner à tout le monde la capacité d'agir et d'avoir de la visibilité. Cette logique de transparence est à mon sens très importante, afin de faire circuler l'énergie commune et de permettre à chacun de comprendre les impacts, les mesurer et de comprendre comment on peut agir.

Brice DUTHION

En quoi ce dispositif est-il différent d'autres dispositifs d'observation ? La question de la donnée et de l'observation est centrale aujourd'hui dans l'intelligence territoriale. En second lieu, combien de critères la méthode admet-elle et quels retours peuvent être faits auprès des collectivités, pour que le dispositif soit utile aux élus et techniciens ?

Vanguélis PANAYOTIS

C'est un dispositif complémentaire à l'existant qui vise à apporter de la cohérence entre les différentes données. Leur croisement permet d'identifier de nouveaux champs d'exploration et de nouveaux indicateurs. Environ 130 indicateurs ont été sélectionnés et seront combinés autour de trois familles : l'attractivité, l'hospitalité et l'impact. L'objectif est ensuite de faire monter ce dispositif en maturité. La France, qui revendique d'être la première destination touristique mondiale, fait face à des défis majeurs, notamment liés au trait de côte. Il est donc nécessaire de mobiliser les savoir-faire et l'expertise en matière de pilotage, en s'appuyant sur un volume de données toujours plus important.

Brice DUTHION

Pourquoi devenir partenaire de l'ANETT ?

Vanguélis PANAYOTIS

Notre conviction est que la création de richesse s'opère sur les territoires. Le tourisme n'existe que grâce à des territoires dotés de singularités, de particularités et d'une identité propre. Pour agir efficacement sur ces enjeux, l'échelle territoriale est donc la plus pertinente.

Brice DUTHION

Merci, Louis, d'avoir fait l'interface entre les partenaires rouges et les partenaires bleus, et puis Fabrice, pour ton éloquence.

Avez-vous des questions à poser aux trois partenaires de l'ANETT présents en tribune ou aux entreprises intervenues aujourd'hui ? Merci pour vos exposés successifs, merci à vous trois ainsi qu'à toutes les intervenantes et à tous les intervenants.

Nous nous retrouverons dans une dizaine de minutes pour achever l'après-midi, avec une séquence consacrée à l'AMI « Destination Digitales », puis l'accueil de notre ministre de tutelle.

Interruption de la séance

Mesdames et Messieurs, le Président Philippe SUEUR étant de retour, je vous propose de reprendre le programme de l'après-midi.

L'année dernière, au Touquet – Paris-Plage, nous avons déjà présenté l'AMI « Destinations Digitales ». L'année prochaine, nous reviendrons également sur l'initiative du Tourisme City Lab à Sancerre afin de présenter les résultats des premières expérimentations menées pendant un an.

Pour rappel, plusieurs appels à manifestation d'intérêt ont été lancés dans le cadre du plan de relance du tourisme annoncé en novembre 2021 par le Premier ministre de l'époque, Jean CASTEX. L'ANETT a répondu à l'un de ces appels, consacré à la notion de destinations digitales.

Je vais maintenant donner la parole à l'ANETT pour nous présenter le dispositif de l'AMI « Destinations Digitales ».

V) Valorisation des stations classées

Géraldine LEDUC

Bonjour à tous. Je rappelle que nous avons beaucoup travaillé sur les stations classées et sur les différentes réformes les concernant. Après le congrès d'Enghien-les-Bains en 2021, nous avons souhaité mener une enquête pour savoir si le public connaissait les stations classées. Cette enquête a montré qu'environ 90 à 95 % des personnes interrogées ne connaissaient pas cette notion. Les touristes ne choisissent pas Deauville ou Saint-Tropez parce qu'il s'agit de stations classées ; ils sont attachés à une destination, à une identité ou à un nom, mais ne savent pas ce qu'est une station classée.

Nous nous sommes donc dit que ce qui nous manquait était la communication et la promotion de cette reconnaissance afin d'expliquer ce qu'est une station classée et d'attirer les touristes. Je rappelle également qu'il ne s'agit pas d'un label, mais d'une reconnaissance de l'État. Autrefois, celle-ci était accordée par décret, d'abord interministériel puis ministériel. Depuis la loi de déconcentration, elle est délivrée par arrêté préfectoral départemental. Nous avons donc perdu une partie de la solennité attachée à cette distinction.

C'est pourquoi nous avons obtenu, dans le cadre du plan Destination France, une reconnaissance officielle supplémentaire de la part du ministre chargé du tourisme, avec une remise solennelle des classements. Les Maires qui reçoivent cette distinction de l'État peuvent ainsi mesurer le travail accompli et bénéficier d'une véritable reconnaissance.

Nous nous sommes ensuite interrogés sur la manière de présenter les stations classées. Nous avons organisé plusieurs réunions de travail. Le terme « station classée » n'est pas particulièrement attractif. Nous avons même cherché une autre appellation, notamment en anglais, mais sans trouver de solution satisfaisante. L'ANETT avait proposé un logo qui a finalement été retenu pour les stations classées.

À la suite de cette réflexion, Atout France nous a présenté un appel à manifestation d'intérêt consacré à la digitalisation des destinations et nous a encouragés à y répondre. Avec Simon LEBEAU et Elise BRISSEAU, qui a pris en charge la préparation du dossier, nous avons constitué notre candidature, et malgré la complexité du dossier, celle-ci a été retenue. Une fois cette sélection obtenue, nous avons choisi un cabinet chargé d'accompagner l'expérimentation ainsi qu'une quinzaine de communes pilotes, présentant des niveaux de maturité et des implantations géographiques variés. Cette sélection a été réalisée avec Atout France. Nous aurons d'ailleurs l'occasion de donner la

parole à l'une des destinations pilotes retenues, représentée par Christine LESUEUR, Maire de Forges-les-Eaux.

Brice DUTHION

J'invite Christine LESUEUR et Natacha MOREL à me rejoindre en tribune. Nous vous avons reçues l'année dernière au Touquet – Paris-Plage. À titre personnel, j'avais trouvé votre contribution riche et précise. Je suis impatient que vous nous fassiez part de votre retour, un an plus tard, de l'avancée de cette AMI. Je vous invite à nous présenter le cas de Forges-les-Eaux, charmante commune de Seine-Maritime.

Christine LESUEUR

Bonjour à toutes et à tous. Je vais reprendre ce qu'a expliqué Géraldine LEDUC. Atout France a lancé un appel à manifestation d'intérêt sur les destinations digitales. L'ANETT y a répondu en choisissant comme sujet les stations classées de tourisme.

À Forges-les-Eaux, notre logo comporte depuis des années la mention « Forges-les-Eaux, station classée de tourisme ». Pourtant, les visiteurs ne viennent pas principalement parce qu'il s'agit d'une station classée de tourisme.

L'ANETT a sélectionné plusieurs communes pour devenir stations pilotes, et Forges-les-Eaux en a fait partie. Un cabinet d'experts en marketing digital, Les Conteurs, a été retenu pour accompagner le projet, qui s'est déroulé en trois phases.

La première phase a consisté à réaliser un diagnostic de la marque afin d'identifier les principales difficultés rencontrées dans la promotion des stations classées de tourisme. Ce diagnostic a montré une différence d'appropriation du classement entre les élus et les services communication et tourisme. Pour les élus, le classement n'est pas un label. Il s'agit d'une reconnaissance obtenue au terme d'un important travail administratif, renouvelé tous les douze ans et validé par le préfet. À Forges-les-Eaux, le renouvellement a été obtenu en septembre 2025 grâce au travail conjoint de la direction générale des services et de l'Office de Tourisme. À l'issue de ce diagnostic, l'ANETT et Les Conteurs ont conçu un kit de communication ainsi qu'un guide de bonnes pratiques regroupant les éléments graphiques de la marque et des exemples de valorisation.

La deuxième phase a consisté en un audit personnalisé de chaque station pilote. À Forges-les-Eaux, plusieurs réunions ont été organisées avec les équipes municipales. Cet audit a permis d'établir un état des lieux des stratégies de communication mises en œuvre par les stations pilotes. Pour une commune de 3 800 habitants comme la nôtre, il a été particulièrement utile, notamment sur les questions liées aux outils numériques et à l'intelligence artificielle. À la suite de cet audit, deux webinaires ont été organisés sur des enjeux communs aux stations pilotes : « La place de l'intelligence artificielle dans la communication et l'automatisation des tâches », puis « La monétisation : comment valoriser son audience et générer des revenus ? », notamment par la publicité sur les supports numériques. Ces échanges ont également permis de co-construire la stratégie digitale déployée dans le cadre de l'AMI.

La troisième phase est la plus opérationnelle. Elle consiste à mettre en œuvre un plan marketing et de communication. Un an après le lancement du projet, les « Incontournables des stations classées » sont présents sur Instagram, Facebook et TikTok. L'objectif est de faire des stations classées une véritable marque média de référence. Le classement garantit aux visiteurs un haut niveau de service tout au long de l'année, et c'est ce message qu'il convient de valoriser.

Les destinations sont invitées à participer à cette animation en transmettant leurs contenus photo et vidéo. Le nouveau site internet consacré aux stations classées sera alimenté par les contributions de l'ensemble des stations. Le choix du nom « Les Incontournables » traduit la volonté de présenter les stations classées comme des destinations touristiques à découvrir absolument. Des articles consacrés au marketing digital sont également publiés chaque semaine sur le site de l'ANETT, afin d'accompagner les stations sur des sujets tels que l'intelligence artificielle, les avis Google, l'animation hors saison ou encore les relations avec les influenceurs.

La dernière étape de l'AMI consiste à mettre en ligne un nouveau site internet grand public dédié aux stations classées, présentant les 10 incontournables de chaque destination. Le site proposera notamment des entrées thématiques telles que les *city breaks*, la montagne ou le littoral. Son lancement officiel est annoncé aujourd'hui. L'objectif est que chaque station classée adhérente à l'ANETT dispose de sa propre fiche destination. Si ce n'est pas le cas, n'hésitez pas à contacter l'ANETT. Le site Internet est : les-stations-classees.fr.

Le dispositif sera complété par la création d'un livre blanc téléchargeable présentant une sélection de vingt à trente stations classées à découvrir, ainsi que par une série de campagnes de mails destinées à mieux faire connaître les stations classées auprès du grand public. L'ensemble de ces actions ne pourra produire ses effets qu'avec la mobilisation de toutes les stations classées de tourisme. Nous vous invitons à relayer les comptes sur les réseaux sociaux, à transmettre des contenus et à intégrer le logo « Stations classées » sur vos sites internet, accompagné d'un lien vers le nouveau site. Il est important de communiquer sur ce que nous faisons. Plus nous utiliserons cette identité et la mettrons en avant, plus elle sera connue et reconnue.

L'objectif est de construire ensemble des stations classées incontournables et de faire de ce projet un exemple réussi de transformation numérique des territoires touristiques. Il s'agit de partir d'un dispositif existant, de le valoriser, de fédérer l'ensemble des stations classées de tourisme autour d'une identité commune et d'une véritable marque. C'est un projet qui avance déjà bien.

Brice DUTHION

Nous pourrions tous suivre les pages sur les trois réseaux sociaux précités, pour les encourager et les aider à être mieux référencées. À présent, je vous propose de vous montrer une vidéo élaborée par Les Conteurs sur les actions menées.

Ladite vidéo est diffusée.

Pouvez-vous nous dire, Natacha, comment vous avez travaillé et ce que cela a apporté, en termes à la fois d'adhésion des équipes et des habitants, puis comment vous pouvez aujourd'hui mesurer l'impact déjà de ce qui a été initié ?

Natacha MOREL

Je vais compléter les propos de Christine LESUEUR par une présentation de l'aspect technique. Le constat de départ était en effet que les stations communiquaient de manière disparate sur leur classement. Les équipes rencontraient des difficultés pour expliquer au public ce qu'est une station classée de tourisme, une notion encore largement méconnue. Il n'existait pas d'outils communs permettant aux stations de communiquer de façon homogène ni de récit partagé pour renforcer cette marque.

Il est pourtant important de valoriser les stations classées. Ce classement constitue un marqueur national d'excellence. Le dossier de classement est particulièrement exigeant et témoigne d'un haut niveau de qualité de la destination touristique. Il s'agit d'une reconnaissance de l'État accordée pour douze ans, à l'issue d'un important travail de préparation. Le classement traduit également un engagement en faveur de la qualité de l'accueil et des services proposés aux visiteurs.

Le nouveau référentiel accorde désormais une place importante aux enjeux de durabilité, de responsabilité des destinations et de préservation du patrimoine. Il conduit les collectivités à mener une réflexion sur la valorisation et l'avenir de leur patrimoine. Malgré cela, cette reconnaissance reste encore trop peu visible auprès du grand public.

Pour accompagner le projet, le cabinet Les Conteurs, par l'intermédiaire de Grégory CASSIAU, a réalisé un audit digital des quatorze destinations pilotes selon la méthode du tunnel de conversion. Les sites internet, les contenus publiés et la communication sur les réseaux sociaux ont été analysés afin de mesurer la place accordée au classement dans la communication des destinations.

À l'issue de cet audit, l'objectif de l'AMI était de structurer les destinations autour d'un socle commun de communication, d'une stratégie partagée et d'outils numériques adaptés aux réalités de chaque commune et de chaque Office de Tourisme. L'ambition était de proposer des outils clés en main afin de faciliter le travail des équipes et de renforcer la visibilité des stations classées à l'échelle nationale et internationale.

Deux webinaires ont ensuite été proposés : l'un consacré à l'intelligence artificielle et à l'automatisation des tâches, l'autre à la monétisation de l'audience pour les destinations souhaitant développer cet aspect.

À Forges-les-Eaux, nous avons intégré la mention « Station classée de tourisme » directement dans le logo de la commune afin que cette reconnaissance soit visible sur l'ensemble de nos supports de communication.

La deuxième phase du projet a consisté à développer la présence de la marque sur trois réseaux sociaux : Facebook, Instagram et TikTok. Le choix de ces plateformes répond à la volonté de toucher un public plus jeune tout en valorisant les destinations grâce à des contenus visuels attractifs. Je vous présente également, à titre indicatif, le nombre d'abonnés et d'interactions enregistrés sur ces différents réseaux.

Brice DUTHION

Un effort supplémentaire semble devoir être fourni sur le compte TikTok qui ne compte actuellement que 229 followers.

Natacha MOREL

Nous en sommes au tout début du projet. Désormais, les stations classées doivent s'approprier les outils, les partager et communiquer autour de cette démarche. Il ne suffit pas de créer des supports de communication ; encore faut-il qu'ils soient relayés par l'ensemble des stations. C'est un travail collectif.

Le site internet les-stations-classees.fr est lancé aujourd'hui. Pour qu'il soit pleinement opérationnel, l'ANETT a besoin de la participation de chaque station. Les Offices de Tourisme ou les services tourisme doivent fournir les photographies et transmettre les informations nécessaires afin d'alimenter les fiches de chaque destination.

Une boîte à outils est mise à disposition des stations. Elle comprend une charte graphique commune, des contenus éditoriaux pour les réseaux sociaux, le nouveau site internet, un guide de la marque destiné à accompagner les équipes dans l'utilisation de l'identité « Station classée de tourisme », ainsi qu'un espace de stockage Drive permettant de partager des photographies et des vidéos promotionnelles qui pourront être utilisées sur les réseaux sociaux et sur le site internet.

L'objectif est d'améliorer la visibilité des stations classées auprès des touristes, de moderniser et d'harmoniser leur image, et de renforcer la coordination entre les destinations. Le travail mené avec les quatorze stations pilotes a déjà permis de créer une première dynamique de collaboration. Cette coopération pourrait être élargie à l'ensemble des stations classées, notamment au travers de groupes de travail par type de destination : campagne, nature, littoral ou montagne. Le projet vise également à mutualiser les outils numériques et les bonnes pratiques entre les Offices de Tourisme afin de renforcer l'attractivité des territoires.

La troisième phase repose désormais sur l'engagement de chaque station à faire vivre cet AMI en s'appuyant sur un récit commun valorisant l'excellence des stations classées. Cela passe par une communication sur les brochures, les réseaux sociaux, les sites internet et le partage régulier de contenus entre les différentes destinations afin de poursuivre cette dynamique nationale.

Brice DUTHION

Y a-t-il d'autres représentants des territoires membres de l'AMI dans la salle ? Avez-vous des questions ?

Nous avons présenté les trois phases du projet, mais il faut désormais se projeter dans la suite. Les outils de communication sont maintenant lancés. Géraldine, quelles sont les prochaines perspectives pour l'ANETT et qu'attendez-vous désormais de cette démarche ?

Natacha MOREL

Je peux ajouter que le diagnostic réalisé par le cabinet extérieur a été très positif pour notre réflexion marketing. Il nous a permis d'élaborer une véritable stratégie marketing, à la fois pour la promotion des stations classées et pour nos actions futures. Chaque destination a reçu un rapport personnalisé sur ses outils de communication digitaux, ce qui nous a permis de revoir et d'améliorer certaines de nos pratiques.

Brice DUTHION

J'ai relevé sur votre page Facebook que vous apparaissiez comme une agence de voyages. Y a-t-il une finalité commerciale derrière cette qualité ?

Natacha MOREL

La mention « Office de Tourisme » n'existe pas. En interne, nous avons l'autorisation de commercialiser l'Office de Tourisme. Nous pourrions en effet imaginer un produit commun, pourquoi pas, avec des stations classées qui seraient proches de nous.

Brice DUTHION

Dans cette recherche perpétuelle de nouvelles recettes commerciales, cette hypothèse pourrait être considérée. Géraldine, une question sur la suite ? L'AMI comporte trois phases, mais quel est l'objectif pour le réseau au-delà de ce cadre ?

Géraldine LEDUC

Pour nous, la priorité, ce sont les réseaux sociaux. J'incite tout le monde à consulter notre compte Instagram ; les contenus donnent vraiment envie de partir en vacances dans les stations classées « Les Incontournables ». Je suis personnellement moins sur TikTok, mais très active sur Instagram, et je tombe d'ailleurs souvent dessus. C'est donc vraiment important. L'idée est maintenant d'étendre la démarche au-delà des stations pilotes. Le travail engagé par l'équipe, avec Elise BRISSEAU, vise à rallier d'autres stations.

Elise BRISSEAU

Pour le moment, l'AMI est en phase de lancement. Comme Natacha l'a très bien expliqué, nous venons tout juste de lancer les réseaux sociaux, et Christine LESUEUR a annoncé officiellement le nouveau site Internet. L'objectif est désormais que vous nous envoyiez du contenu, que nous travaillions ensemble pour créer une fiche pour chaque station classée avec ses dix incontournables. Il est essentiel que l'ensemble du réseau s'implique pour que nous puissions communiquer tous ensemble sur cette belle marque.

Brice DUTHION

Lorsqu'on fixe des objectifs, on les chiffre. Si j'ai bien compris, il y avait 14 territoires pilotes. Quel est l'objectif pour la fin de l'année 2026 ?

Elise BRISSEAU

Nous avons revu l'objectif. Pour le moment, nous visons 10 000 abonnés sur le compte Instagram d'ici la fin de l'année et, bien évidemment, une fiche sur le site Internet pour chaque station classée.

Brice DUTHION

Atteindre 10 000 abonnés nécessite d'augmenter encore un peu l'audience et la visibilité. Vous comptez sur les membres du réseau. Avez-vous besoin de nouveaux territoires pour vous développer ? Nous avons beaucoup parlé de partenariats cet après-midi. Les partenaires de l'ANETT peuvent-ils contribuer au développement de la notoriété ? S'il y en a dans la salle, comment peuvent-ils s'agréger au projet ?

Géraldine LEDUC

Je voudrais revenir sur le Tourism City Lab. Tous les partenaires qui ont été présentés sont là pour répondre aux critères que vous, Maires de stations classées, devez satisfaire. Vous cherchez en permanence à améliorer vos performances et à être à l'écoute des demandes des touristes. Prenons l'exemple de la mobilité : sur le site « Les Incontournables », des clics pourront renvoyer vers des solutions de mobilité, comme des services de réparation de vélos en cas de crevaison. Cela contribue à la valeur ajoutée de la station classée, qui se doit d'être irréprochable.

Une station classée doit aussi pouvoir s'appuyer sur son réseau. Le Président déteste le mot « surtourisme », et je suis d'accord avec lui. Nous avons banni ce terme au sein de l'ANETT. Il n'y a jamais de surtourisme ; il faut au contraire parvenir à bien étaler les flux touristiques dans le temps et dans l'espace. C'est là que nos « Incontournables » peuvent s'appuyer sur les communes environnantes. Les stations classées ne sont pas des intercommunalités, ce sont des entités uniques, mais elles peuvent collaborer avec les communes voisines, en rétro-littoral par exemple. L'idée est de poursuivre notre plan : nous mettons en avant nos stations classées, qui elles-mêmes peuvent s'appuyer sur

d'autres communes, et les partenaires apportent des réponses aux exigences de nos élus. Comme nous le voyons, des solutions existent pour tous, et cela va également alimenter l'AMI.

Brice DUTHION

Au fond, c'est aussi une manière de mieux irriguer les territoires, ce qui est un véritable enjeu. Comme vous, je déteste la notion de surtourisme, que je considère souvent comme une forme de paresse intellectuelle et journalistique ressassée chaque été. Je pense que les sujets de congestion, de préparation et de stratégies marketing méritent une analyse plus approfondie.

J'ai eu le plaisir de rencontrer tout à l'heure une de mes anciennes élèves, devenue adjointe au Maire de Chartres en charge de la culture. Chère Véronique, je vais vous demander de venir nous faire part de votre expérience et de nous dire ce qu'une ville comme Chartres pense de ce dispositif.

Christine LESUEUR

Je tiens juste à préciser que ce service est gratuit. Nous ne l'avions pas dit, mais c'est important. Toutes les stations classées qui souhaitent ajouter leur contenu sur le site « Les Incontournables » peuvent le faire gratuitement. C'est une visibilité offerte.

Brice DUTHION

Chère Véronique, nous nous connaissons depuis quelques années, et cela faisait longtemps que nous ne nous étions pas croisés. Vous m'avez appris que vous êtes désormais adjointe en charge de la culture dans la belle ville de Chartres. En tant que guide-conférencière de formation, qu'est-ce qu'une ville comme Chartres pense de ce dispositif ? Est-ce une dynamique que vous pourriez rejoindre ? Les éléments évoqués par Christine LESUEUR, notamment en termes d'influence et d'association des professionnels locaux, intéressent-ils la nouvelle élue que vous êtes ?

Véronique DOMAGALSKI

Dès lors qu'il s'agit de réseau, c'est intéressant. Nous ne vivons pas isolés dans notre ville, nous vivons collectivement avec les villages alentour, les autres villes, nos partenaires et nos collègues. Donc oui, créer un réseau de stations classées pour partager les mêmes problématiques et les mêmes enjeux est une bonne chose. À Chartres, nous avons un patrimoine exceptionnel, qui ne se limite pas à la cathédrale mais comprend une multitude de sites. J'en parlais avec la nouvelle Présidente de notre Office de Tourisme : nous avons sur le territoire de petites églises qui sont de véritables pépites à valoriser.

Le concept de station classée nous intéresse donc. Ce qui me dérange un peu, c'est l'appellation « station classée », qui n'est pas très attrayante. Mais nous sommes prêtes à travailler en réseau avec des collègues et à partager nos expériences, notamment sur la notion de circuits en commun que j'apprécie.

Brice DUTHION

L'autre question que je souhaitais vous poser concerne le terme « Incontournables », que je trouve pertinent dans le cadre d'une stratégie marketing astucieuse. À l'échelle d'un territoire comme Chartres, très fréquenté y compris par les mobilités douces, que signifierait cette notion ? Si je vous demande quels sont les incontournables de Chartres

en dehors de la cathédrale, pourriez-vous imaginer des circuits sortant des sentiers battus, ce qui est l'un des objectifs de ce dispositif ?

Véronique DOMAGALSKI

Nous avons une chance inouïe avec le circuit de la Véloscénie qui traverse notre territoire. Il part de Paris, rejoint Chartres et va jusqu'au Mont-Saint-Michel, en passant par Illiers-Combray, le pays de Marcel Proust. On perçoit déjà cette envie de parcourir le territoire. Mais il y a aussi la vallée de l'Eure, la chapelle royale plus au nord, et l'on peut imaginer une « Vallée Royale » incluant Rambouillet, dont les appartements présidentiels viennent de rouvrir. Avec Versailles à proximité, les possibilités de parcours sont nombreuses.

Brice DUTHION

Le territoire de Forges-les-Eaux, en tant que territoire d'expérimentation, pourrait être un bon exemple. Avez-vous des besoins actuels en matière d'innovation pour passer à une phase 4 de l'AMI, même si elle n'est pas prévue dans le dispositif initial d'Atout France ?

Christine LESUEUR

Comme le disait Géraldine LEDUC, une station classée de tourisme est une ville. Nous sommes aujourd'hui confrontés à la question des Offices de Tourisme communautaires. Si la station classée se retrouve seule et ne porte plus elle-même la compétence touristique via son office, la situation devient plus compliquée.

Sylvia GAURIER

Je suis Maire de la ville d'Azay-le-Rideau et je souhaitais rebondir sur cet aspect de la communication, qui est en effet très partagée et brouille un peu les pistes. Comme vous l'avez dit, les communes n'ont plus forcément le portage de la compétence touristique. Dans mon cas, par exemple, c'est la communauté de communes qui l'a reprise, même si elle reste très partagée. Notre Office de Tourisme couvre trois communautés de communes, car nous avons souhaité l'agrandir.

Lorsque la ville d'Azay-le-Rideau a été reconnue station classée de tourisme il y a un peu plus d'un an, cela a soulevé de nombreuses problématiques de communication. À ce jour, l'un des points les plus difficiles pour moi en tant que Maire est de savoir comment valoriser cette excellence de la commune et comment faire en sorte que la destination Azay-le-Rideau, que je promeus, se distingue au sein d'un Office de Tourisme partagé qui doit assurer la promotion de l'ensemble des villes. C'est un véritable enjeu.

Christine LESUEUR

Nous avons un Office de Tourisme à Forges-les-Eaux ainsi qu'un Office de Tourisme communautaire. Étant devenue Présidente de l'intercommunalité, je constate que la liaison n'est pas toujours évidente. L'office de Forges-les-Eaux existe depuis 100 ans, bien avant nous, pour valoriser les eaux de la ville. Maintenant que nous nous étendons, l'office communautaire est également présent, et il faut parfois marcher sur des œufs. Ce n'est pas simple, et je comprends très bien ma collègue Maire d'Azay-le-Rideau. Vous partagez les mêmes préoccupations, mais la solution n'est pas encore très claire.

Pierre-Alexis BLEVIN

Je suis le Maire de Pléneuf-Val-André, en Bretagne. J'ai été confronté au même débat que ma collègue. Au début du mandat précédent, en 2020, j'ai pris une décision importante : nous sommes devenus la première commune de France à récupérer notre Office de Tourisme. Nous avons opéré un transfert inverse de la compétence « promotion touristique et création d'Office de Tourisme ». J'ai donc recréé l'office, qui n'était plus qu'un bureau d'information touristique, et je l'ai transformé en Établissement Public Industriel et Commercial (EPIC). Cette transformation était nécessaire pour pouvoir capter le produit de la taxe de séjour, car nous avons transféré non seulement la compétence de promotion touristique, mais aussi celle de la taxe de séjour. Récupérer l'office sans ses recettes aurait été difficile.

Parallèlement, pour la promotion de la commune, nous avons créé un logo touristique spécifique qui affiche « Station balnéaire de Bretagne » afin de bien marquer notre ADN. Nous communiquons désormais vers l'extérieur avec cette identité. Nous considérons le classement « station classée » comme un statut officiel, mais pour notre communication, nous avons préféré « station balnéaire de Bretagne ».

Brice DUTHION

Vous êtes l'incarnation de l'anti-loi NOTRe, ce qui est une rareté.

Laurie VERSTRAET

Bonjour à tous. Je suis adjointe au Maire de Gravelines. Nous venons ce soir recevoir notre classement. Je suis nouvellement adjointe à l'attractivité, après un mandat au commerce. Je suis accompagnée de Sophie COUDEVYLLE, conseillère municipale déléguée au tourisme. Gravelines présente une particularité : bien que l'Office de Tourisme soit communautaire, ce sont les agents de la ville, via un pôle attractivité, qui ont porté le dossier pour le renouvellement du classement en station classée. Notre ville se distingue par sa diversité, avec trois clochers, une ville fortifiée, une station balnéaire et un ancien hameau de pêcheurs. C'est donc bien la ville, via son pôle attractivité, qui porte ce dossier indépendamment de l'Office de Tourisme.

Daniel FASQUELLE

J'étais député lorsque la loi NOTRe a été votée. Nous avons sauvé la situation à la toute fin, en décembre, en profitant de la loi Montagne pour soumettre un amendement permettant aux stations classées de conserver leur compétence tourisme. Sans cela, dans la version initiale de la loi, la compétence aurait été systématiquement transférée aux intercommunalités. La mobilisation du réseau de l'ANETT et des parlementaires a été décisive et a permis de sauver la compétence des stations classées.

Aujourd'hui, je suis dans une situation un peu schizophrénique : je préside mon intercommunalité qui a la compétence tourisme, tout en étant Maire du Touquet-Paris-Plage, qui l'a conservée en tant que station classée. Pour coordonner l'ensemble, nous avons créé une agence d'attractivité sous forme d'association. Elle fait le lien entre tous les offices de tourisme, qu'ils soient intercommunaux ou communaux. Grâce à cette structure, nous participons ensemble aux salons professionnels, nous éditons un guide commun valorisant tout le territoire, et chaque office peut faire sa propre promotion tout en contribuant à celle de la destination globale. Nous organisons également des éductours.

Cette solution, une association loi 1901 avec un budget modeste, est devenue le lieu de concertation qui nous manquait. Elle réunit trois intercommunalités et cinq stations classées ayant conservé leur compétence. C'est aussi à cette échelle que nous faisons le lien avec la Région pour porter des dossiers de financement. C'est peut-être une couche administrative supplémentaire, mais c'est l'endroit où nous pouvons travailler ensemble et mutualiser nos efforts.

Philippe SUEUR

Avant d'accueillir le Ministre, je souhaite réagir à l'adjectif « Incontournables » que je trouve particulièrement bien choisi. Cependant, je tiens à souligner qu'il ne faut jamais se croire soi-même incontournable. C'est le premier écueil : se considérer comme la référence, penser que notre notoriété est acquise. J'ai la chance, à Enghien-les-Bains, de diriger le premier casino d'Europe et de disposer d'un hippodrome qui organise 52 réunions par an. La communication se fait donc massivement, sur les ondes et partout ailleurs. Le casino d'Enghien-les-Bains accueille 4 000 personnes chaque soir, et l'on pourrait croire que le succès est automatique. Ce n'est pas le cas.

Le statut d'incontournable doit être constamment réinventé et consolidé par un maillage territorial, ce qui me semble crucial. Avoir la chance d'appartenir à une intercommunalité où règne une bonne entente, malgré de forts contrastes, est un atout. Je suis dans une agglomération de 18 communes où le taux de logements sociaux au titre de la loi SRU dépasse 25 %, et qui parvient pourtant à développer une activité touristique. Nous avons un Office de Tourisme communautaire, et en tant que station classée, nous avons conservé le nôtre, mais il est mis au service des autres communes. Cette coopération est essentielle.

Je n'avais pas suffisamment prêté attention à la dimension numérique dans cette démarche, et je remercie Christine LESUEUR pour son témoignage éclairant. Le digital est devenu incontournable, surtout lorsqu'on observe le tempérament sensible et versatile des utilisateurs des réseaux sociaux. Pour illustrer ce point, je conclurai par une anecdote : j'ai récemment publié une courte vidéo, de moins d'une minute, sur l'arrivée d'animaux en écopâturage dans un grand parc de la ville, incluant un lama et des chèvres. Alors que mes publications génèrent habituellement environ 70 mentions « J'aime », celle-ci en a recueilli 7 200 et a atteint un million de vues. Cela laisse entrevoir le potentiel immense qui reste à exploiter en matière de tourisme.

Brice DUTHION

Merci. Un dernier conseil pour Madame la Maire d'Azay-le-Rideau : le fait d'être devenue Présidente d'un Comité Régional de Tourisme, tout comme Daniel FASQUELLE, facilite certainement un certain nombre de passerelles.

Je vous remercie toutes et tous pour la qualité des débats et des échanges de cet après-midi. Nous allons maintenant accueillir le Ministre, Monsieur Serge Papin, qui vient clôturer ce congrès 2026 de l'ANETT et remettre les fameux trophées. Certains les attendent avec impatience, je pense notamment à mes camarades varois de Sanary-sur-Mer, qui sont récipiendaires de cette distinction pour l'année 2026. C'est Philippe SUEUR qui animera la réception du ministre ainsi que la remise des prix en sa compagnie.

VI) Clôture du Congrès par Serge PAPIN, Ministre des Petites et moyennes entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat

Philippe SUEUR

Monsieur le Ministre, nous sommes très honorés de votre présence et du portefeuille que vous détenez, qui couvre le commerce, l'artisanat et le tourisme. Votre temps est précieux, et nous mesurons l'actualité pressante liée à vos fonctions. Vous êtes parmi nous pour remettre les diplômes aux Maires des stations nouvellement classées. Une remarque pertinente a été formulée tout à l'heure sur la définition même d'une station ; il s'agit avant tout d'un label, d'une reconnaissance de la qualité.

Je tiens à vous remercier sincèrement pour l'accueil que vous nous avez réservé lors de l'audition que vous nous avez accordée très rapidement. Ce tour d'horizon nous a rassurés, même si nous savons que le secteur est actuellement contraint. Nous connaissons votre expérience d'homme de la société civile et, surtout, de la société économique. Vous êtes un inventeur et un fédérateur, car la mise en place du réseau U exige de telles qualités. Je sais également votre attachement à l'artisanat et à la transmission du patrimoine familial. Votre venue récente dans le Val-d'Oise, dans le cadre de la rénovation du Pacte Dutreil, fut un témoignage important. Elle fait écho à l'une de nos préoccupations majeures : la transmission de l'hôtellerie familiale, aujourd'hui mise à mal, entre autres, par les référentiels bâtimentaires.

Aujourd'hui, nous célébrons ce classement de qualité, voire d'excellence. Il a été mis en exergue précédemment par les résultats d'un AMI financé par le Plan de Relance et piloté par Atout France. Le témoignage de la ville de Forges-les-Eaux a démontré que la digitalisation de la communication touristique peut offrir une résonance incroyable, surtout lorsque l'objectif est de devenir « incontournable ».

La France, avec 102 millions de touristes, semble mondialement incontournable, mais ce statut se mérite par un travail constant. L'appui de l'État, par la reconnaissance des stations classées, est essentiel. La réforme de 2020 a transféré la compétence de classement, auparavant par décret, aux préfets. Le système ne fonctionne pas si mal, mais nous manquons d'une connaissance centralisée de tous les arrêtés préfectoraux. Nous en comptabilisons 541 à ce jour, sans être certains de l'exactitude de ce chiffre. Nous pouvons toutefois nous réjouir de l'adaptation des critères, menée à l'initiative de la DGE et de la sous-direction du tourisme, qui intègrent désormais le développement durable, la mobilité durable, la sobriété énergétique et l'accès facilité aux services de santé. Un point de vigilance demeure cependant : la modification du critère des 70 % d'hébergements classés. Cette décision soulève la question de la prolifération des hébergements non classés, qui pourrait à terme déprécier la valeur du label.

Néanmoins, c'est aujourd'hui un moment d'honneur pour les stations que vous allez distinguer, et je vous invite à prendre la parole.

Serge PAPIN

Merci beaucoup, Monsieur le Président de l'Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques, cher Philippe SUEUR. Mesdames et Messieurs les Maires, mes chers amis, en tant que Ministre du Tourisme, je suis évidemment très heureux d'être avec vous ce soir. Avant d'aborder la cérémonie, je souhaite réagir à vos propos, Monsieur le Président, et vous remercier de votre attention. Je suis sensible au fait que vous reconnaissiez mon implication dans les transmissions d'entreprises, notamment à travers

la défense du Pacte Dutreil. En effet, 700 000 entreprises changeront de main d'ici cinq à dix ans, dont 350 000 dans les cinq prochaines années. La moitié de ce volume concerne des hôtels et des restaurants, donc le tourisme au premier chef.

C'est pourquoi, dans le cadre du Projet de Loi de Finances pour 2027, et si vous avez une quelconque influence en la matière, j'aimerais défendre une mesure analogue au Pacte Dutreil pour la transmission d'entreprises familiales aux salariés. Nous observons que les salariés de TPE et PME sont de plus en plus intéressés par la reprise, parfois même davantage que les familles. Plutôt que de vendre à des tiers, ce qui n'est pas toujours simple, la transmission aux salariés dans des conditions fiscalement avantageuses constituerait une formidable opportunité de développement pour cette économie de proximité. Cela soutiendrait le tourisme et s'inscrirait parfaitement dans l'air du temps. Je ferme cette parenthèse.

Une cérémonie de remise de classement juste avant les vacances scolaires, il faut reconnaître que la synchronicité est belle et le calendrier bien choisi. On pourrait presque se croire à une remise de prix de fin d'année scolaire. Aujourd'hui, il est question de tourisme, non pas parce que j'étais moi-même un élève plutôt touriste, mais parce que ce sont vos communes qui sont récompensées pour leur parcours remarquable. C'est votre mobilisation, chers Maires, qui permet d'obtenir la distinction exigeante et prestigieuse qu'est le classement en « station de tourisme », un classement qu'il est important de valoriser.

Pour l'année 2025, vous formez une promotion de 62 communes, dont 26 sont présentes aujourd'hui et que je vais mettre singulièrement à l'honneur. Ces 26 destinations racontent la diversité et la richesse de notre pays. J'insiste sur cette diversité, car je défendais la semaine dernière la position de la France à l'ONU Tourisme. Nous sommes revenus au sein de cette organisation, et nous avons soutenu les engagements de la nouvelle secrétaire générale en faveur de la diversité de notre offre. Au-delà de nos destinations de premier plan comme la Riviera, la France regorge de trésors à découvrir. Ce tourisme plus discret, porteur de sens et de lien, intéresse de plus en plus de visiteurs, français comme étrangers. Le classement en « station de tourisme » est un élément structurant pour orienter leurs choix. Ces 26 communes évoquent des souvenirs de vacances pour beaucoup de Français, moi le premier, et pourront désormais afficher avec fierté le panneau « station de tourisme » à leur entrée.

Parmi elles, je citerai, par ordre alphabétique : Aix-les-Bains, Allevard-les-Bains, Cap-d'Ail, Casteljalous, Chartres, Châtelailon-Plage, Cheverny, Douarnenez, Gérardmer, Gravelines, Lamalou-les-Bains, Le Pouliguen, Le Touquet-Paris-Plage, Les Orres, Lisieux, Marseille, Menton, Molsheim, Neufchâtel-Hardelot, Paimpont, Pénestin, Pléneuf-Val-André, Port-Vendres, Saint-Flour, Sanary-sur-Mer et Vichy.

Ces 26 communes mises en lumière aujourd'hui sont le fruit de la mobilisation de leurs Maires, équipes municipales, partenaires et habitants. Vous pouvez être fiers de cette reconnaissance, qui salue un engagement fort autour de trois exigences fondamentales. Premièrement, l'hospitalité : être une station de tourisme signifie savoir accueillir, héberger, mais aussi donner envie de rester et de revenir. Deuxièmement, la diversité de l'offre : il s'agit de révéler la richesse naturelle, patrimoniale et culturelle d'un territoire. C'est là, je crois, que réside l'avenir du tourisme. Si je devais vous encourager à aller plus loin, ce serait en vous incitant à valoriser toutes les formes de tourisme dans vos stations et à créer des ponts avec les communes voisines, que ce soit pour le cyclotourisme, l'œnotourisme, l'agritourisme ou même le tourisme de savoir-faire.

Enfin, la durabilité. La France est la première destination touristique mondiale avec 102 millions de visiteurs. C'est un *leadership* dont nous devons être fiers. L'Espagne nous concurrence : ils reçoivent moins de visiteurs mais génèrent plus de revenus. Des classements comme « station de tourisme » peuvent inciter les visiteurs à rester plus longtemps et donc à dépenser davantage. Pour faire référence à mon ancien métier, il nous faut augmenter la dépense moyenne par visiteur. Mon objectif est que notre nation devienne aussi la première destination de tourisme durable. Ce sera un critère de choix de plus en plus segmentant. Cela ne pourra se faire sans vous et sans un travail conjoint pour concevoir des transports plus durables, des infrastructures moins énergivores, préserver notre patrimoine naturel et valoriser les circuits courts et l'économie circulaire. Vous parliez de moi comme d'un homme de réseau ; les stations de tourisme forment aussi un réseau. Servez-vous-en pour partager les bonnes pratiques et faire de l'exemplarité un moteur de développement.

À l'approche de la période estivale, des signes positifs apparaissent. L'accord de paix qui vient d'être signé permettra à nos concitoyens de partir l'esprit plus tranquille, et la baisse des prix du carburant est une bonne nouvelle pour notre activité. Je suis optimiste pour la saison à venir. Malgré un certain attentisme dans les réservations, la situation devrait se débloquer. La France offrant de nombreux atouts touristiques et une grande sécurité, je fais le pari que nous vivrons une belle saison. Je vous souhaite de nombreux visiteurs, et surtout, des visiteurs qui reviendront. Je vous remercie.

Les représentants des communes d'Aix-les-Bains, Allevard-les-Bains, Cap-d'Ail, Casteljalous, Chartres, Châtelailon-Plage, Cheverny, Douarnenez, Gravelines, Gérardmer, Lamalou-les-Bains, Le Pouliguen, Le Touquet-Paris-Plage, Les Orres, Lisieux, Marseille, Menton, Molsheim, Neufchâtel-Hardelot, Paimpont, Pénestin, Pléneuf-Val-André, Port-Vendres, Saint-Flour, Sanary-sur-Mer et Vichy sont tour à tour appelés. Ils se voient remettre le label « station de tourisme » pour leur commune, par le ministre Serge Papin.

Brice DUTHION

J'invite à présent l'ensemble des récipiendaires à les rejoindre sur scène pour une photo de groupe, afin de montrer la force de ce formidable réseau qu'est l'Association Nationale des Élus des Territoires Touristiques. Philippe, vous pouvez également nous rejoindre. Maintenant, comme dans toute cérémonie, vous pouvez lancer vos chapeaux et vos diplômes ! Merci à toutes et à tous. Le congrès ANETT 2026 est clos.