

ASSEMBLÉE NATIONALE

31 octobre 2019

RELATIF À L'ENGAGEMENT DANS LA VIE LOCALE ET À LA PROXIMITÉ DE L'ACTION
PUBLIQUE - (N° 2357)

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° CL269

présenté par

Mme Lardet, Mme Degois, M. Blanchet, Mme Riotton, Mme O'Petit et Mme Pascale Boyer

ARTICLE 6

I. – À la première phrase de l'alinéa 5, substituer aux mots :

« érigées en stations classées de tourisme en application des articles L. 133-13 et L. 151-3 »

les mots :

« en application de l'article L. 133-11 »

II. – En conséquence, procéder à la même substitution à la première phrase des alinéas 8, 11, 14 et 17.

III. – En conséquence, à l'alinéa 6, substituer aux mots :

« du classement en station de tourisme »

les mots :

« de la dénomination de commune touristique »

IV. – En conséquence, procéder à la même substitution aux alinéas 9, 12, 15, 18 et 32.

V. – En conséquence, à la fin de l'alinéa 31, substituer aux mots :

« son classement en station de tourisme »

les mots :

« sa dénomination de commune touristique ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à étendre la possibilité de conserver ou retrouver l'exercice de la compétence « promotion du tourisme, dont la création d'offices du tourisme » à l'ensemble des communes touristiques.

L'ensemble des communes touristiques devraient en effet pouvoir choisir librement l'organisation touristique la plus adaptée à leur situation : exercer leur compétence et conserver un office de tourisme communal, ou la transférer de façon volontaire au niveau intercommunal, dans le cadre d'un projet de territoire partagé et d'une stratégie touristique globale commune. Le modèle intercommunal, aussi vertueux soit-il, n'a pas nécessairement vocation à s'appliquer à tous les territoires. Il se révèle d'ailleurs particulièrement inadapté à certaines communes touristiques. Celles-ci sont souvent isolées au sein de leurs intercommunalités. Dissoutes dans un ensemble de collectivités n'ayant pas les mêmes orientations touristiques, elles n'ont aucune marge de manœuvre pour défendre les intérêts touristiques et sont donc privées de mener à bien une stratégie appropriée.

Or, les spécificités des communes touristiques peuvent nécessiter de conserver un pilotage de leur promotion et une gouvernance au plus près des réalités locales (identité touristique très forte, marque territoriale - parfois internationalement renommée). L'expérience et le savoir-faire de ces destinations touristiques contribuent à leur succès et à la renommée de la France. Dans un contexte international de plus en plus concurrentiel, il est donc essentiel de préserver leurs capacités d'action et d'intervention en matière de promotion touristique. L'office de tourisme est un outil fondamental indispensable à leur compétitivité. Il permet d'impliquer acteurs publics et privés pour assurer la promotion, l'animation et la commercialisation.