

## **TOURISME LITTORAL**

Le littoral constitue une destination majeure pour l'économie touristique française : il concentre en particulier autour de 40 % de l'offre d'hébergement touristique. Le littoral attire aussi bien une clientèle française qu'étrangère : la direction du tourisme estime ainsi qu'en 2004, plus de 289 000 nuitées ont été passées sur le littoral à l'occasion de séjours personnels, soit 36,1 % de l'ensemble des nuitées correspondant à des séjours personnels de Français sur le territoire métropolitain ; de même, on estime à 230 000 le nombre de nuitées passées sur le littoral par les étrangers, soit 30 % du total des nuitées étrangères passées en France.

Par ailleurs, les comptes satellites du tourisme permettent d'apprécier le poids économique du littoral par rapport aux autres espaces : sur les 105,9 milliards d'euros de dépenses effectuées par l'ensemble des touristes en France en 2004, 27,9 milliards l'ont été sur le littoral, soit 26,3 %. Seules les dépenses effectuées en milieu touristique urbain ont été plus importantes : 41,5 milliards d'euros, soit 39,2 % de l'ensemble de la consommation touristique sur le territoire.

### **BILAN DES AIDES APPORTEES AUX STATIONS TOURISTIQUES LITTORALES DEPUIS 5 ANS ET PERSPECTIVES POUR L'ANNÉE 2006**

Plusieurs programmes ont été mis en place depuis ces dernières années pour contribuer à la modernisation des stations balnéaires et améliorer leur image, accroître la compétitivité des produits touristiques, développer les activités et les retombées en termes d'emplois :

1. la mise en œuvre d'un programme national de projets de station,
2. l'opération « Printemps littoral »,
3. l'amélioration de la connaissance de l'offre touristique des communes du littoral et l'organisation de leur économie touristique,
4. la valorisation touristique des plages,
5. l'information sur la propreté et la salubrité des plages,
6. des opérations de communication, suite au naufrage du Prestige,
7. la réhabilitation de stations balnéaires vieillissantes,
8. le classement en station balnéaire.

#### **9. Programme national de projets de station sur le littoral**

Ce programme a été lancé par le CIADT (Comité Interministériel de l'Aménagement et de Développement du Territoire) du 10 février 1993, et devant sa réussite, prolongé par une décision du CIMER (Comité interministériel de la mer) du 26 octobre 1995. La démarche s'appuyait sur des modes d'organisation et de commercialisation facilitant la création de gammes de produits touristiques attractifs. Elle intégrait une démarche-qualité susceptible de satisfaire les consommateurs et les intermédiaires de la commercialisation.

Le projet de station visait à consolider et à stabiliser l'emploi, à augmenter le chiffre d'affaires des entreprises locales et à renforcer l'identité de la station, sans nécessiter de dépenses d'investissements supplémentaires.

Il comprenait la réalisation d'un audit stratégique (état des lieux/diagnostic) et la définition d'un programme d'actions.

Une enveloppe de crédits de 2,28 millions d'euros a été mobilisée, en partenariat avec la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR), pour financer 17 projets de station au cours des années 1995-2000.

Les dix-sept stations sélectionnées ont été : Neufchâtel-Hardelot, Cucq-Stella-Plage, Le Tréport, Honfleur, Bénodet, Pornic, La Tremblade-Ronce-les-Bains, Saint-Jean-de-Luz, Canet-en-Roussillon, Cap d'Agde, Saint-Tropez, Cap d'Ail, Saint-Florent (pour la 1<sup>ère</sup> génération 1995-1998) et Ploemeur-Guidel, Saint-Gilles-Croix-de-Vie, Fouras-Ile d'Aix, Porto-Vecchio (pour la 2<sup>ème</sup> génération 1997-2000).

Le bilan du programme national des projets de station, tel qu'il est ressorti du séminaire des 14 et 15 mars 2000 à Pornic, a été publié à l'automne 2000. Ce mouvement, impulsé par les pouvoirs publics nationaux, s'est poursuivi sur l'initiative des stations elles-mêmes.

## **10. Opération « Printemps littoral », club littoral de Maison de la France**

La fréquentation sur le littoral tend à stagner pendant la période estivale. Elle n'est plus soutenue que par la hausse des séjours au printemps (+20 % entre 1992 et 2002, soit 9 millions de nuitées). La clientèle est plus âgée à cette saison (les 50 ans et plus réalisent 44 % des séjours, contre 27 % l'été) ; les 2/3 des séjours se font sans enfants ; la moyenne de séjour est de 5 nuitées ; et la clientèle du printemps est fidèle (60 % de ces clients sont déjà venus, soit au printemps, soit en été). Les étrangers peuvent représenter un poids déterminant au printemps : 28 % des clients étrangers fréquentent la France au printemps, contre 27 % pour la période estivale.

Le début de saison constitue donc une véritable opportunité pour valoriser les territoires littoraux, rentabiliser les investissements, pérenniser les emplois touristiques, dans une approche différente et complémentaire de l'offre balnéaire estivale.

En 1999, suite à une réflexion menée avec ODIT-France (Observation, développement et ingénierie touristique, anciennement AFIT), des directeurs d'offices de tourisme de stations du littoral métropolitain ont décidé de se mobiliser pour faire découvrir au grand public leurs atouts en période creuse. Cette initiative s'est traduite dès juin 2000 par la création du Club littoral de Maison de la France qui réunit aujourd'hui 36 stations.

Les objectifs sont de lutter contre la saisonnalité, de favoriser une ouverture des stations le plus tôt possible dans la saison, afin d'en augmenter la fréquentation et d'en faire bénéficier l'économie et l'emploi locaux, et de modifier les comportements des vacanciers.

Les stations s'engagent au printemps :

- à garantir l'ouverture de commerces, de services et d'hébergements,
- à organiser des activités culturelles et sportives,
- à accueillir le touriste dans un office de tourisme ouvert toute l'année.

ODIT France a achevé en mars 2004 une étude complémentaire, en partenariat avec sept comités départementaux du tourisme (Charente-Maritime, Gironde, Landes, Manche, Pyrénées Atlantiques, Pyrénées Orientales, Var), dans l'objectif de mieux connaître la clientèle d'avant-saison et d'avoir en conséquence une politique offensive en matière d'offre touristique sur le littoral à cette période.

Cette étude a eu elle-même un prolongement avec la parution d'un guide spécifique aux balades printanières sur le littoral, pour répondre à une demande de découverte, structurer l'offre, mettre en valeur la richesse du littoral et fédérer les acteurs en réseau. Dix-sept balades ciblant les couples de 25 ans et plus, sans enfant, sont accessibles sur le site de Maison de la France.

Un guide méthodologique, intitulé « Carnet de route du littoral au printemps », est également paru, visant à mieux sensibiliser les élus et des directeurs d'office de tourisme sur la nécessité d'engager des actions pour valoriser l'avant-saison.

Une opération événementielle commune « le littoral fête le printemps » a été lancée entre le 19 mars et le 20 juin 2005. Les vacanciers se sont vu offrir des activités gastronomiques, culturelles ou sportives, avec une carte Pass, retirée à l'office du tourisme des villes participantes sur présentation d'un justificatif d'hébergement marchand dans la station.

Le budget consacré au Club littoral en 2005 est de l'ordre de 255 600 € HT, répartis pour moitié entre les cotisations des adhérents et la contribution de Maison de la France. Il concourt concrètement au développement et à la diversification des campagnes de communication : celles-ci ont ciblé presque exclusivement le marché français en 2005, mais devraient cibler également les marchés allemand, britannique et suisse en 2006.

## **11. Amélioration de la connaissance de l'offre touristique des communes du littoral et l'organisation de leur économie touristique**

En partenariat avec le ministère chargé de l'environnement et l'Institut français de l'environnement, ODIT France a lancé une étude pour mieux connaître les données de base du tourisme littoral (ressources touristiques des communes, offre d'hébergement, équipements touristiques, accessibilité et dessertes notamment), ainsi que les atouts touristiques des communes, les politiques locales, les financements et l'environnement communal. La première étape du travail a consisté à constituer une base de données sur l'offre touristique de ces communes. Un guide intitulé « Offre et organisation touristique des communes du littoral métropolitain » est paru en avril 2004.

## **12. Valorisation touristique des plages**

Les plages accueillent chaque année près de 35 millions de personnes, touristes et résidents, pour une consommation de plus de 200 millions de nuitées. Elles sont un élément essentiel de la politique touristique pour une destination littorale.

Conscientes du potentiel que les plages représentent pour l'économie locale mais aussi du coût engendré par les investissements en termes de sécurité (postes de secours, balisage, matériel et personnel de surveillance et d'intervention), de nettoyage des plages et de gestion des déchets, d'équipements et de réseaux sanitaires..., de nombreuses collectivités locales s'attachent à mettre en place une politique de gestion globale de ces espaces

spécifiques. Parmi les mesures prioritaires, la principale concerne la qualité des plages, forte préoccupation des touristes.

Afin de les aider dans leurs démarches, ODIT France a réalisé plusieurs travaux :

- une enquête sur la fréquentation touristique des plages du littoral métropolitain, à partir de l'été 1999, qui a fait l'objet d'une publication en juillet 2000 ;
- un guide des savoir-faire en matière de gestion et de valorisation touristique de la plage, publié au premier semestre 2000, dont l'objectif est d'aider les élus à mieux définir la stratégie de développement de leurs plages.
- une enquête complémentaire de fréquentation touristique des plages, durant l'été 2001, ciblée sur les plages les plus fréquentées du littoral métropolitain.

### **13. Information sur la propreté et la salubrité des plages : enquêtes et labels existants**

Il existe actuellement plusieurs sources d'information, nationale et privées, pour s'informer sur la qualité des eaux de baignade en France :

- **la campagne gouvernementale** annuelle de contrôle, de surveillance sanitaire et d'information « **Eaux de baignade** », qu'elles soient d'eau douce ou d'eau de mer, est conduite par le ministère chargé de la santé pendant la saison balnéaire, en application d'une directive communautaire.

Le site de la santé permet d'accéder à l'intégralité du rapport national sur la qualité des eaux de baignade pendant la saison balnéaire précédente, à des cartes établies au niveau national comme à l'échelon local, ainsi qu'à de nombreuses informations utiles. Il présente également les résultats des analyses effectuées tous les quinze jours pendant la saison balnéaire, disponibles trois ou quatre jours après le prélèvement d'eau.

En 2004, la campagne du ministère chargé de la santé a concerné 3 278 points de contrôle (1 872 en eau de mer et 1 406 en eau douce) répartis sur 1 844 communes de métropole et d'outre-mer qui ont fait l'objet de 32 657 prélèvements, soit environ 90 000 analyses microbiologiques.

Le pourcentage de plages conformes aux normes de la directive européenne était de 95,3 % en 2004 (95,7 % pour les eaux de mer, 94,9 % pour les eaux douces).

Le rapport conclut qu'il y a une stabilité de la qualité microbiologique des eaux de baignade, une nette amélioration en matière de respect de la fréquence d'échantillonnage de contrôle des sites de baignade et un nombre important de sites où la maîtrise des causes de pollution par les collectivités locales doit être renforcée en 2005.

- le label privé « **Pavillon Bleu d'Europe** » est géré en France par l'Office français de la Fondation pour l'Education à l'Environnement en Europe (F.E.E.E.). Ce label va au-delà de la seule qualité des eaux de baignade. Il est attribué à des communes du littoral, à des ports de plaisance maritimes, ainsi qu'à des plans d'eau et à des ports de plaisance fluviaux qui font des efforts pour améliorer l'environnement et qui se portent candidats à l'obtention de ce label.

C'est toutefois un jury européen qui attribue en définitive les Pavillons Bleus. 97 communes du littoral français, 271 plages et 86 ports de plaisance ont hissé en 2005 le Pavillon Bleu d'Europe.

- le label « Pavillon Noir » est géré par l'association de droit privé Surfriider Foundation Europe qui décerne annuellement un « Pavillon Noir » à des zones d'activités nautiques qui se caractérisent par une mauvaise qualité de leurs eaux de baignade. Ces « Pavillons noirs » visent à faire pression sur les communes concernées pour qu'elles réalisent les travaux jugés nécessaires à l'amélioration de cette qualité lorsqu'elle est insuffisante. En 2005, comme en 2004, l'association a choisi de ne pas publier sa carte annuelle de « Pavillons noirs », et de concentrer son action sur la future directive eaux de baignade qui représente un enjeu majeur à son avis.

### **Désengagement de l'état de l'attribution de « pavillon bleu », groupe de travail interministériel et expérimentations en matière d'information du public sur la qualité des eaux de baignade**

- **Désengagement de l'Etat de l'attribution de « Pavillon Bleu »**

Une démarche conjointe des cinq ministères concernés (ministères chargés de la santé, de l'environnement, de l'équipement, de l'intérieur et du tourisme), faisant suite à une mission commune de leurs inspections (leur rapport a été rendu fin 2002) a abouti à la nécessité de clarifier le rôle de l'Etat dans la procédure privée d'attribution du label « Pavillon Bleu » et dans son subventionnement. La décision a été prise d'un désengagement total dans l'attribution du label et d'un désengagement financier progressif sur 4 ans.

Les nouvelles règles ont fait l'objet d'une circulaire aux préfets coordonnateurs de bassin et aux préfets de département datée du 24 avril 2003 et signée conjointement par la ministre de l'écologie et du développement durable et par le ministre chargé du tourisme, ainsi que d'une note aux directeurs des agences de l'eau, de l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie et du conservatoire du littoral et des rivages lacustres, datée du 9 mai 2003 et signée par le directeur de l'eau. Dans ces circulaires, il était demandé aux services de l'Etat de ne plus prendre part à l'instruction des dossiers.

L'attribution des « Pavillons Bleus » ne cesse pas pour autant et conserve sa vocation de label général de qualité environnementale et d'accueil touristique. Mais l'association est entièrement responsable de l'attribution du label.

- **Mise en place d'un groupe de travail sur la simplification et l'amélioration de l'information communiquée par l'Etat sur la qualité des eaux de baignade**

L'Etat doit communiquer au public une information sur la qualité des eaux de baignade. La campagne annuelle conjointe du ministère chargé de la santé et du ministère chargé de l'environnement répond à cette obligation. Elle fait en effet connaître au public, par voie d'affichage en mairie et sur les lieux de baignade, les résultats des analyses et contrôles effectués par les directions départementales des affaires sanitaires et sociales en coordination avec les services communaux d'hygiène et de la santé, ainsi que des rapports sur les causes de pollution et actions de lutte mises en oeuvre.

L'Etat a toutefois souhaité compléter et améliorer le dispositif d'information actuel, en rendant les résultats plus visibles et plus compréhensibles, et en uniformisant l'information sur le territoire français.

Un groupe de travail, comprenant des représentants des départements ministériels concernés et de leurs inspections générales, des experts, ainsi que des élus et des représentants d'associations d'élus, a été constitué à cet effet en juin 2003. Le ministère délégué au tourisme pilote ce groupe.

A l'issue de ses travaux, le groupe a préconisé de mener au cours des étés 2004, puis 2005 une expérimentation sur un dispositif d'information, associant fanion et panneau. Afin de ne pas multiplier la signalisation en place, il a été décidé, sur les lieux de baignade surveillée, de combiner l'information sur le risque sanitaire gradué en quatre niveaux de cotation avec l'utilisation du fanion vert, jaune orangé et rouge existant, instauré en application de la circulaire n°86-204 du 19 juin 1986 du ministère de l'intérieur adressée aux préfets, réglant la surveillance des plages et des lieux de baignade d'accès non payant. Les messages contenus dans le panneau ont été rédigés par des entreprises de communication et validés par le groupe de travail.

En 2004, l'expérimentation de deux panneaux d'information, un pour les baignades surveillées, un pour celles non surveillées, a concerné 28 lieux de baignade en eau de mer ou en eau douce situés dans 11 communes volontaires dont la liste avait été proposée par l'association nationale des élus du littoral (ANEL) et l'association nationale des maires des communes touristiques et des stations classées (ANMSCCT).

En 2005, un seul panneau a été proposé et le message simplifié. Une charte graphique a été mise à la disposition des maires, le principe étant que chaque collectivité choisissait librement d'utiliser le dispositif, mais que, dans ce cas, elle appliquait strictement les règles énoncées dans la charte d'utilisation pour prétendre à la subvention apportée par l'Etat. Elle sélectionnait, parmi les entreprises aptes à fabriquer les panneaux, celle de son choix.

L'opération devait s'appliquer à une centaine de communes dont la liste était proposée par les associations d'élus, soit 300 plages, mais il a été décidé que d'autres communes pourraient prétendre à une subvention, si les premières ne se déclaraient pas intéressées. Plusieurs élus ont manifesté leur intérêt pour le dispositif, mais ils ont déclaré ne pas disposer des délais nécessaires de décision et de fabrication pour mettre en place les panneaux durant la saison balnéaire 2005.

Une dizaine seulement de panneaux devraient être effectivement installés en 2005. En conséquence, et à l'issue du bilan définitif de l'expérimentation à l'automne, il s'avérerait pertinent de mettre en œuvre une campagne de communication énergique sur le dispositif. Il est espéré que l'opération remportera un meilleur succès en 2006.

#### **14. Opérations de communication suite au naufrage du Prestige**

Le gouvernement a porté la plus grande attention aux conséquences du naufrage du « Prestige » (qui a eu lieu le 19 novembre 2002) sur le tissu économico-touristique local de l'ensemble des côtes de l'Atlantique et a tout mis en œuvre pour les limiter dans leur ampleur et leur durée.

Dès l'annonce de l'arrivée de fioul sur les côtes françaises et afin de suivre l'évolution des réactions des marchés de proximité les plus sensibles à ce type d'événement,

Maison de la France a mis en place, au cours des mois de février et mars 2003, un suivi des réactions des médias étrangers, ainsi que des demandes d'information émanant des professionnels et de la clientèle.

Parallèlement, la priorité a été de fournir aux touristes, au travers du site Internet de Maison de la France et d'un numéro vert, des informations mises à jour régulièrement sur l'état des côtes et des plages.

Par ailleurs, Maison de la France a été chargée de la mise en œuvre d'un ambitieux plan d'actions de communication visant à revaloriser les côtes et à aider le tourisme aquitain. Cette campagne de sortie de crise a eu pour objectif de rassurer les touristes potentiels sur la destination.

L'ensemble des efforts déployés a permis de mobiliser 1,4 million d'€ pour cette campagne de communication qui s'est inscrite dans la continuité des efforts de promotion et de communication déjà entrepris avec les différents acteurs locaux du secteur touristique.

## **15. Programme de réhabilitation des stations balnéaires vieillissantes**

L'immobilier touristique des stations françaises construites dans les années 1960 à 1980 dans l'euphorie du « tout développement » est composé essentiellement d'appartements meublés appartenant à des particuliers privés. Ce parc a vieilli et n'est plus suffisamment entretenu (surfaces trop faibles, vétusté des équipements, mauvaise isolation,...). Cette dégradation générale de l'offre fait apparaître qu'un peu moins de la moitié des 2,8 millions de lits existants sont sur le marché, alors que la demande augmente, qu'elle est de plus en plus exigeante et que la concurrence est de plus en plus forte.

Face à ce constat, l'Etat est intervenu à deux niveaux :

- par l'intermédiaire de procédures destinées à encourager la réalisation de travaux dans l'immobilier de loisir dégradé ;
- dans le cadre des contrats de plan Etat/région, afin de soutenir les actions menées par les régions qui faisaient de cette opération une de leurs priorités.

### **Réhabilitation et commercialisation de l'immobilier de loisirs**

L'objectif de l'Etat est d'inciter les propriétaires à réhabiliter leurs appartements et à les mettre sur le marché locatif.

S'inspirant des Opérations Programmées d'Amélioration de l'Habitat, la loi SRU du 13 décembre 2000, dans son article 186, a institué les Opérations de Réhabilitation de l'Immobilier de Loisir (ORIL). Ces opérations visent à définir un périmètre de requalification de l'immobilier de loisirs dans une commune, faisant suite à une réflexion plus globale sur la requalification de la station, incluant l'environnement, l'animation et la présence de services.

Les ORIL complètent le dispositif fiscal des Villages Résidentiels de Tourisme (VRT), mis en place par l'article 34 de la loi de finances de 1999. Cette disposition permet la récupération de la TVA sur les travaux de réhabilitation entrepris dans le cadre des VRT, sous certaines conditions : un exploitant unique pour la réhabilitation et la commercialisation, un contrat de location entre le propriétaire et l'exploitant d'au moins 9 ans, le classement en VRT.

Pour tester et faciliter la mise en œuvre de ce dispositif dans son ensemble et pour s'impliquer aux côtés des collectivités locales, l'Etat, à travers le ministère délégué au tourisme (MDT) et la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR), ainsi que la Caisse des dépôts et consignations (CDC) ont lancé une expérimentation sur 13 sites pilotes, retenus pour leur représentativité et la motivation des décideurs locaux. Une convention tripartite entre les partenaires, signée le 21 décembre 2001, a fixé les règles du dispositif et la procédure à suivre. Le secrétariat de la démarche a été confié à ODIT France.

Le principe de ce programme a été acté par le CIADT du 9 juillet 2001 pour les communes du littoral.

Les sites pilotes retenus sur le littoral ont été Berck-sur-Mer (Pas-de-Calais), La Grande-Motte (Hérault) et Saint-Jean-de-Monts (Vendée).

En ce qui concerne le financement des opérations pilotes, l'Etat (MDT+DATAR à 50/50), la CDC et les collectivités locales ont participé pour 1/3 chacun sur un montant total évalué à 100 620 € en moyenne alloué à chaque station. S'agissant du MDT, le financement a été pris sur les crédits centraux de la direction du tourisme pour La Grande Motte, sur les CPER pour Saint-Jean-de-Monts et pour Berck.

Le programme de diagnostics des stations pilotes s'est terminé formellement fin avril 2004. Les collectivités les moins avancées continuent toutefois à bénéficier d'un accompagnement de la part d'ODIT France jusqu'à la clôture de leur convention.

Une réunion plénière finale s'est tenue avec tous les partenaires concernés le 22 mars 2005. Elle a donné lieu à la présentation d'un bilan sur les bases du rapport effectué par l'Union Régionale de la Protection, Amélioration, Conservation, Transformation de l'Habitat (URPACT) Aquitaine, chargé par ODIT France d'appuyer les acteurs locaux pour réaliser les diagnostics et pour mettre en place et suivre l'expérimentation.

Toutes les stations n'ont pas déroulé le projet de la même façon, les caractéristiques des stations et leur degré de maturité étant divers. L'expérimentation ORIL a en tout cas été un lieu de réflexion et de créativité et a créé une dynamique. Elle a permis aux stations de définir une véritable stratégie de territoire dans un contexte de requalification de la station selon les trois volets : marketing, urbanisme, immobilier. Elle a favorisé également l'instauration d'un dialogue entre les acteurs autour d'un projet commun sur la filière locative. L'adhésion des propriétaires n'a toutefois pas été suffisamment recherchée.

Les conventions locales, qui fixent les conditions d'élaboration et le budget du projet d'ORIL, ont été signées par les partenaires locaux le 30 avril 2003 pour La Grande-Motte et le 17 octobre 2003 pour Saint-Jean-de-Monts.

Saint-Jean-de-Monts a d'ores et déjà engagé une ORIL. La Grande Motte bâtit un projet de station dont le volet urbanisme apparaît clairement, mais n'est qu'en phase pré opérationnelle sur le volet immobilier. La station de Berck ne s'est pas clairement engagée dans la démarche en raison du projet de ville que la municipalité a souhaité mener, en priorité et de manière globale, indépendamment de l'expérimentation nationale.

Pour ce qui est de la mise en œuvre opérationnelle, La Grande-Motte et Saint-Jean-de-Monts s'orientent vers une aide directe aux propriétaires. L'effort de ces collectivités porte en effet sur l'animation et l'organisation de la démarche, sans déléguer à un opérateur général le soin d'assurer, pour le compte de la collectivité, ces missions, plus l'exploitation.

En ce qui concerne les VRT, l'outil est apparu très complexe à appliquer et le passage de la TVA à 5,5 % sur les travaux d'entretien et de grosses réparations a rendu le dispositif peu attractif.

Le gouvernement, dans le cadre du Comité interministériel d'aménagement du territoire littoral organisé le 14 septembre 2004, a chargé les inspections des ministères des finances et du tourisme d'effectuer un bilan qualitatif de l'expérimentation et de formuler des propositions permettant de rendre le dispositif ORIL/VRT plus incitatif.

Les réflexions devraient permettre de décider de la suite à donner à l'outil qu'est l'ORIL, par exemple en terme de précision et d'adaptation des textes juridiques, d'obligations à ajouter concernant le logement des saisonniers, de suggestion de création de clubs d'échanges, d'approfondissement éventuel de l'expérimentation sur les sites les plus avancés.

### **- Financement par les contrats de plan (2000-2006)**

Les priorités du ministère chargé du tourisme en matière de politiques communes d'intérêt régional qui ont été contractualisées s'organisent autour de cinq axes, qu'il s'agisse de la poursuite d'actions en cours ou d'actions nouvelles.

La première priorité « amélioration de la qualité et de la commercialisation des hébergements touristiques » permet aux régions concernées d'inscrire dans leur contrat de plan des mesures pour la requalification des stations littorales.

A cette priorité, s'est ajoutée une mesure portant aussi sur la requalification des hébergements dans le cadre des avenants « tempête » et « inondation » aux contrats de plan. Pour les régions et zones littorales, ces crédits doivent permettre d'insuffler une nouvelle dynamique par la conduite d'actions de requalification des stations littorales et de l'arrière-pays, la gestion de la fréquentation touristique des plages, la requalification paysagère et environnementale dans les villages de vacances et l'hôtellerie de plein air, ainsi que la promotion des classes de mer.

Quatre régions ont inscrit une mesure destinée à la requalification des stations littorales dans leurs contrats de plan : Languedoc-Roussillon, Haute-Normandie, Pays de la Loire et Aquitaine. Les montants engagés entre 2000 et 2005 sont :

- 4,37 M € pour l'Aquitaine
- 1,50 M € pour le Languedoc-Roussillon
- 0,23 M € pour la Haute-Normandie
- 0,88 M € pour les Pays de la Loire

### **16. Classement en station balnéaire**

Il convient de noter qu'au cours des cinq dernières années, dans le cadre d'une politique qualitative de valorisation du littoral, 6 communes ont obtenu leur classement en stations balnéaires (La Croix-Valmer, Noirmoutier-en-l'Île, Courseulles-sur-Mer, Saint-Cyr-sur-Mer, Barneville-Carteret et Saint-Tropez). Une dizaine de demandes est en cours d'examen dans les services du ministère délégué au tourisme.