

SEPT 2008

Le fil

DES GRANDS SITES

ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

DES GRANDS SITES

GRANDS SITES

RÉSEAU DES GRANDS SITES DE FRANCE

FIL DES GRANDS SITES N°3

ÉVALUER LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES GRANDS SITES

Le Fil des Grands Sites vise à stimuler les échanges d'expériences entre les Grands Sites sur un thème précis. C'est un échange, organisé autour d'un ou deux témoignages de gestionnaires de Grands Sites, retranscrit puis diffusé au sein du Réseau et sur le site Internet du Réseau des Grands Sites de France. Les thèmes portent sur tout ce qui a trait à la valorisation et à la préservation des paysages, à l'accueil du public, à la gestion de la fréquentation touristique et à l'aménagement de l'espace.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
1ERE PARTIE : LES RESULTATS	4
PONT DU GARD ET DU PUY DE DOME	4
Conditions de réalisation des études et méthode d'évaluation des retombées	4
Principaux résultats	5
Quels enseignements ?	7
Les prolongements à venir	8
2EME PARTIE : APPROFONDISSEMENT METHODOLOGIQUE	8
Conditions de réalisations des études	8
Présentation des résultats des 3 études	11
ZOOM PONT du GARD	14
ZOOM PUY DE DÔME	15
Éclairage sur les points de méthode	16
Quels enseignements pour tous les Grands Sites ?	21
Conditions de réalisation sur des sites étendus et diffus	22
Conclusion	24

Remerciements à :

• **EPCC du Pont du Gard**
contact@pontdugard.fr

SITE
PONT DU GARD

• **Conseil général du Puy de Dôme**
Marie-Cecile.BARD@ca63.fr


CONSEIL GENERAL
PUY-DE-DOME

• **Odif France**


OBSERVATION, DÉVELOPPEMENT ET INGÉNIERIE TOURISTIQUES FRANCE

Avec la collaboration de :

• **Cabinet Figesma**

Et les soutiens de :

- MEEDDAT
- Ministère du tourisme
- Ministère de l'agriculture et de la pêche
- La Caisse des Dépôts



INTRODUCTION

Si les actions de protection, de réhabilitation, de mise en valeur et de gestion des Grands Sites ont un coût parfois élevé, leur impact économique est peu connu et mérite d'être bien mieux cerné.

Deux études récentes ont été menées avec une méthodologie commune, mise en œuvre par le bureau d'étude FIGESMA sur deux sites : le Pont du Gard et le Puy de Dôme.



Baignade au Pont du Gard
© LM/RGSF

Ces deux études apportent aujourd'hui des réponses sur le niveau des retombées économiques générées par ces espaces protégés emblématiques.

Elles montrent, chiffres à l'appui, que les **Grands Sites engendrent des retombées économiques directes et indirectes majeures sur le territoire environnant ces sites.**

Surtout connus pour leur valeur environnementale et culturelle, les Grands Sites, porteurs des valeurs du développement durable, apparaissent aujourd'hui aussi dans leur dimension économique et sociale.

L'EPCC du Pont du Gard et le Conseil général du Puy de Dôme ont bien voulu mettre à disposition les résultats et les enseignements de ces études auprès des autres sites membre du Réseau des Grands Sites de France (RGSF). Par ailleurs, ODT France a autorisé le RGSF à utiliser les résultats d'une étude menée sur le site du Mont St Michel à la demande de l'Etat en 2003.

Avec le soutien du Ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables, du

Ministère du tourisme, du Ministère de l'agriculture et de la pêche, et de la Caisse des Dépôts, le RGSF a souhaité valoriser ces études et faire connaître aux sites du Réseau la méthodologie utilisée pour ces études. En effet, de nombreux sites souhaitent mesurer les retombées économiques qu'ils génèrent et envisagent, dans les mois à venir, de lancer ce type d'études.

Le présent document a donc deux objectifs :

- Rapprocher les résultats de ces études et les faire connaître. C'est l'objectif de la 1ère partie du présent document, qui présente une synthèse rapide des chiffres clés issus de ces études.
- Donner aux gestionnaires du RGSF, des clés de compréhension des fondements méthodologiques qui sont à la base de ces deux études et des chiffres produits. Ceci a pour objectif de renforcer leur capacité à initier à leur tour des études de retombées économiques et les conditions du dialogue avec les experts et bureaux d'études spécialisés. C'est l'objectif de la 2ème partie de ce document, qui s'efforce, sous une forme accessible aux non spécialistes, de décortiquer la méthode utilisée.



Cartes postales au Mont Saint Michel © LM/RGSF

1ÈRE PARTIE : Les résultats

Pont du Gard et Puy de Dôme

Conditions de réalisation des études et méthode d'évaluation des retombées

Commanditaires des études :

- *Site du Pont du Gard* : Etablissement public de coopération culturelle du Pont du Gard (EPCC du Pont du Gard), gestionnaire du site.
- *Site du Puy de Dôme* : Conseil général du Puy de Dôme, propriétaire de la route d'accès au site et d'une partie du sommet, et gestionnaire du site

Bureau d'étude retenu après consultation :

FIGESMA conseil, société indépendante créée en 1975, spécialisée dans les études quantitatives et qualitatives d'impacts économiques et sociaux des politiques publiques (politiques territoriales et politiques touristiques) et conseil en développement.
www.figisma.com

Enquêtes

- *Pont du Gard* : du 15 juin au 15 septembre 2005. Enquête auprès d'un échantillon représentatif de 1100 visiteurs sur la base de questionnaires administrés sur le site en face à face. 550 questionnaires avant la visite du site et 550 après la visite
- *Puy de Dôme* : du 1^{er} août au 18 septembre 2006. Enquête auprès d'un échantillon représentatif de 1009 visiteurs sur la base de questionnaires administrés sur le site en face à face. 500 avant la visite du site et 509 après la visite du site. Enquête auprès des prestataires présents sur le site.

Ces enquêtes approfondies (40 minutes d'entretien en face à face en 75 questions) sont menées :

- **Auprès des touristes**, c'est-à-dire des personnes dont le domicile habituel est situé hors de la région et qui font en séjour touristique dans la région,
- **Auprès des excursionnistes locaux**, c'est-à-dire des personnes de la région venant visiter le site et dormant dans leur résidence principale ou secondaire la nuit précédant la visite et la nuit suivant la visite.

Elles portent sur des **aspects quantitatifs et qualitatifs** :

- Le **profil des visiteurs** permettant une bonne connaissance des publics,
- Le **point de vue des visiteurs** sur le site et leur satisfaction
- Leurs **dépenses et leurs activités** durant leur séjour ou leur excursion dans la région.

Ces études ont pris en compte :

- **Les retombées directes** : les dépenses générées par les activités offertes sur le site et directement engagées par la visite du site (exemple : la navette d'accès au sommet du Puy de Dôme, le stationnement à l'entrée du site du Pont du Gard et l'entrée au musée, le souvenir acheté à la boutique du site, etc.)
- **Les retombées indirectes** : les dépenses réalisées par les visiteurs hors du site (exemple : dépenses d'hôtel, restauration, achats, visites d'autres lieux, etc.). Les dépenses de transport n'ont pas été incluses.

Il faut noter que n'ont volontairement pas été prises en compte les retombées induites c'est-à-dire les richesses produites par l'injection de flux financiers dans l'économie locale dues au site (ce que l'on appelle "l'effet boule de neige"), dont la quantification est jugée sujette à caution par les experts. Cette précaution méthodologique vise à éviter tout risque de surestimation des retombées.

Il faut également noter que ces études ne prennent en compte que les retombées injectées chaque année



par les visiteurs des sites ; elles **ne prennent pas en compte les retombées des investissements importants réalisés par les pouvoirs publics**, financés par les collectivités locales et l'Etat. Les travaux de réhabilitation et de mise en valeur ont, eux-aussi, un impact significatif sur l'économie locale et l'emploi.

Méthode d'évaluation des retombées attribuables à "l'effet site"

Sur la base d'une connaissance fine des dépenses effectuées par les visiteurs durant leur séjour dans la région (pour les touristes) ou à l'occasion de leur visite du site (pour le public local), est calculée la part de ces dépenses que l'on peut affecter au site ("l'effet site").

L'affectation des dépenses en fonction de l'attractivité du site, repose sur une question posée au visiteur quant aux motivations de son séjour dans la région.

Pour les touristes en séjour dans la région :

Si le visiteur est **venu spécialement dans la région** pour visiter le site, la totalité de la dépense touristique de son séjour est légitimement considérée comme générée par l'existence du site et par sa notoriété : **100% de cette dépense est donc attribuée au site.**

A l'opposé, si un visiteur **ne connaissait pas l'existence** du site avant d'arriver dans la région, **l'affectation de ses dépenses est égale à 0%**, quand bien même il est finalement venu visiter le site parce qu'il en a découvert l'existence une fois arrivé à destination.

Entre ces deux extrêmes, le taux d'affectation des dépenses est fonction de la place du site dans le déclenchement du choix de la région comme lieu de séjour.

Pour les excursionnistes locaux :

Sont prises en compte 100% des dépenses engagées dans la journée de visite, sur le site lui-même ou dans ses environs (exemple : parking, entrées visites, restauration, achats de souvenirs, etc.

Principaux résultats

Le Pont du Gard génère par an :

- 135 millions € de retombées économiques sur la région
- correspondant à 1209 emplois
- engendrant 21,5 millions € de recettes fiscales

Le Puy de Dôme génère par an :

- 76 millions € de retombées économiques,
- correspondant à 696 emplois
- engendrant 11 millions € de recettes fiscales.

En millions d'Euros	Pont du Gard	Puy de Dôme
Nombre de visiteurs annuels	1,1	430 000
Dépenses totales des visiteurs durant leur séjour (touristes) ou la journée de visite (locaux)	263	150
Dépenses affectables au site	135	76
Retombées sociales : nombre d'emplois directs et indirects créés (en ETP)	1209 emplois	696 emplois
Retombées fiscales totales (nationales et locales)	21,5	11
Dépenses hors coûts de transport. Source : EPCC du Pont du Gard, Conseil général du Puy de Dôme / Flgesma		

Retombées directes et retombées indirectes : la répartition géographique des retombées économiques dues au site

L'essentiel des retombées économiques générées par les sites se fait au **bénéfice du tissu économique alentour.**

Ainsi au Pont du Gard, les dépenses des visiteurs réalisées sur le site du Pont du Gard lui-même s'élèvent à **3,6 millions €, soit 2,6% des retombées générées par le site.** Ce montant correspondant aux recettes directes de l'EPCC du Pont du Gard, gestionnaire du site et des services présents sur le site. 97,4% des retombées économiques du site se font sur le territoire alentour : 32% sur le département du Gard, 49% sur toute la région Languedoc-Roussillon, 38% sur la région PACA.



Chaque visiteur du Pont du Gard dépense 3,27 € sur le site et 123 € à l'extérieur du site.

Pont du Gard	Total	%	Par visiteur
Retombées directes : dépenses des visiteurs sur le site	3,6 millions €	2,6%	3,27 €
Retombées indirectes : dépenses des visiteurs en dehors du site	135 millions €	97,4%	123 €

Au Puy de Dôme, les dépenses des visiteurs réalisées sur le site lui-même représentent **1,5 million d'euros, soit 1,97% des retombées générées par le site**. Ce montant correspond aux recettes des services de navettes, du restaurant, de la boutique et des activités de parapente proposées au sommet du site. Près de 98% des retombées du site concernent l'ensemble du département du Puy de Dôme et de la région Auvergne.

Ainsi, chaque visiteur du Puy de Dôme dépense près de 3,48 € sur le site et 176,7 € à l'extérieur du site.

Puy de Dôme	Total	%	Par visiteur
Retombées directes : dépenses des visiteurs sur le site	1,5 millions €	1,97 %	3,48 €
Retombées indirectes : dépenses des visiteurs en dehors du site	76 millions €	98,03 %	176,7 €

On note donc une certaine constance du rapport entre retombées directes et retombées indirectes d'un site à l'autre.

De même la dépense par visiteur est proche entre les deux sites (3,27/3,48 €) alors même que l'offre sur les sites est différente. Le montant moyen s'élève à 3,38 € par visiteur.

Rapport entre dépense publique et retombées économiques

Les collectivités locales sont fortement impliquées dans la réhabilitation, la mise en valeur et la gestion de ces sites emblématiques.

Ces études apportent des réponses aux interrogations légitimes sur l'efficacité des efforts financiers consentis chaque année par les collectivités pour soutenir la bonne gestion et l'animation de ces sites.

L'EPCC du Pont du Gard, gestionnaire du site, a un budget de 7 millions € et emploie près de 100 emplois ETP. Son budget est abondé à hauteur de 2,4 millions € par an par le Conseil général du Gard et de 1 million € par le Conseil régional Languedoc-Roussillon, soit un apport total de 3,4 millions € des collectivités locales.

L'étude montre que ces 3,4 millions € permettent au site lui-même de dégager 3,6 millions € de dépenses directes des visiteurs sur le site (restaurants, parkings, musée, boutiques, etc. gérées par l'EPCC), et 135 millions d'euros de retombées indirectes sur le tissu économique alentour.

Ainsi, à 1€ de dépense des collectivités finançant la gestion du Pont du Gard correspond un peu plus de 1€ de dépenses directes des visiteurs sur le site et 40 € sur la région proche.

Pour le site du Puy de Dôme, le Conseil général du Puy de Dôme consacre environ 492 000 € par an au financement de la gestion du site (personnel, entretien, fonctionnement...).

L'étude montre que ces 492 000 € par an génèrent 1,5 million € en retombées directes pour les prestataires présents sur le site lui-même (le transport en navette, le restaurant et la boutique situés au sommet, les activités de parapentes...), et 76 millions € en retombées indirectes sur le département du Puy de Dôme et les départements limitrophes.

Ainsi, à 1 € de dépense du Conseil général du Puy de Dôme pour la gestion du site correspondent environ 3 € de dépenses directes des visiteurs sur le site et 154 € de retombées pour le tissu économique environnant.



Quels enseignements ?

Grands Sites et paysage : une valeur économique

Ces deux études réalisées sur le site du Pont du Gard et le site du Puy de Dôme mettent pour la première fois en évidence **la valeur économique de grands paysages protégés**.

Elles montrent que non seulement il faut protéger ces sites pour leur valeur paysagère et patrimoniale remarquable, mais aussi pour leur valeur économique et l'atout exceptionnel qu'ils représentent pour les territoires dans lesquels ils s'inscrivent.

Le secteur du tourisme est aujourd'hui le premier pourvoyeur de devises en France (12,1 milliards € en 2006) et représente 6,6 % du PIB. Or, une grande partie de son attractivité touristique, la France la doit à la qualité et à la diversité de ses paysages et de son patrimoine.

Témoins emblématiques de l'extraordinaire diversité paysagère de la France, les Grands Sites contribuent à faire de notre pays la 1^{ère} destination touristique mondiale.

Situés le plus souvent dans des territoires à dominante rurale, ces hauts lieux sont aussi porteurs de développement économique et culturel.

Grâce aux équipes qui œuvrent à la préservation et à la valorisation de ce patrimoine, les Grands Sites sont un attrait qui permet d'irriguer les réseaux socioculturels et économiques de leur territoire d'attache. En s'appuyant sur la valorisation du patrimoine et de savoir-faire locaux, les Grands Sites consolident les liens entre les habitants, leur territoire et leur histoire. Ils peuvent être aussi un atout fort de développement et d'attractivité pérenne d'un territoire, par les emplois, les activités de services, le dynamisme culturel et touristique qu'ils génèrent.

C'est d'ailleurs pour cette raison que plusieurs Grands Sites ont été retenus au titre des Pôles d'Excellence Rurale de la DIACT : Roches de Solutré-Pouilly-Vergisson (Saône et Loire), Saint Guilhem le Désert (Hérault), Gorges du Tarn et de la Jonte (Lozère-Aveyron), Puy-Mary (Cantal), Aven d'Orgnac (Ardèche), Pointe du Raz (Finistère).

Un capital à préserver et entretenir

Etat et collectivités locales consentent des efforts importants pour la protection, la réhabilitation et la mise en valeur des Grands Sites.

En termes d'investissement, les Opérations Grands Sites permettant la réhabilitation des sites dégradés, engagent des montants parfois élevés : près de 42 millions € au Pont du Gard entre 1996 et 2000, 10 millions € au Puy de Dôme entre 2003 et 2007, l'équivalent à la Pointe du Raz entre 1991 et 1995, 5 millions € actuellement en Camargue gardoise, etc.

En termes de fonctionnement, gérer les Grands Sites et y accueillir des millions de visiteurs par an supposent l'existence de structures locales de gestion, dotées de moyens et de personnel. L'entretien des sites, l'accueil des visiteurs, les services, ont un coût certain. Les budgets annuels des structures de gestion varient fortement suivant les caractéristiques physiques des sites, leur niveau de fréquentation, les services et activités culturelles qu'ils proposent. Ces budgets sont couverts par les collectivités, avec une participation plus ou moins importante du public au financement des services qu'il utilise (parking, navettes, guidages, achats dans les maisons de sites, etc.).

L'équilibre entre financement public et contribution du visiteur est un enjeu important pour la préservation des sites. Leurs organismes de gestion n'ont pas vocation à devenir des centres de profit dont la survie reposerait sur les seuls visiteurs, avec les risques de sur-aménagement et de surexploitation commerciale qui en découleraient. L'économie des Grands Sites doit s'apprécier plus largement, comme ces études le **montrent, dans les retombées indirectes pour les**

territoires dans lesquels ils s'inscrivent et plus largement pour le pays tout entier.

Ces chiffres montrent que les efforts financiers consentis pour leur protection, leur mise en valeur et leur bonne gestion ont un sens, y compris du strict point de vue économique, ce qui invite à soutenir ces actions de façon pérenne et à montrer l'intérêt qu'il y aurait à les étendre à d'autres sites majeurs de notre patrimoine paysager.

Les prolongements à venir

Avec le soutien de l'Etat (Ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables, Ministère de l'agriculture et de la pêche et Ministère du Tourisme), ainsi qu'avec le concours de la Caisse des Dépôts, le Réseau des Grands Sites de France entend poursuivre la réflexion sur les retombées économiques des Grands Sites.

Fin 2007 et en 2008, des études complémentaires seront menées sur d'autres Grands Sites membre du Réseau, et notamment sur des sites diffus, géographiquement plus vastes, incluant des villages. Une étude spécifique sur le Grand Site Sainte Victoire est en cours de lancement (Bouches du Rhône) et d'autres suivront (notamment dans des sites concernés par les Pôles d'excellence rurale).

Ces nouvelles études se proposeront également d'évaluer d'autres types d'externalités positives des Grands Sites, tels que l'impact sur les valeurs de l'immobilier, sur l'image et la valeur des produits agro-alimentaires, ou encore tels que l'influence éventuelle sur l'implantation de nouveaux résidents, permanents ou secondaires, et d'entreprises. Les externalités positives de ces espaces, même peu quantifiables, seront explorées : qualité de vie des résidents et riverains, effet sur la santé et bien-être générés par les visites et la pratique de ces espaces.

Par la réalisation de ces études, les Grands Sites renforceront leur participation aux réflexions qui mobilisent ces dernières années l'ensemble des responsables des politiques de protection des espaces patrimoniaux, dans une perspective de développement durable.

2^{ème} Partie : Approfondissement méthodologique

Conditions de réalisations des études

Pourquoi une étude des retombées pour le site du Pont du Gard ?

Le Site du Pont du Gard accueille en moyenne 1,1 million de visiteurs chaque année se répartissant ainsi : les touristes étrangers (34,4%), les touristes français (40,6%), les excursionnistes locaux (25 %).

Le Site comprend le monument du Pont du Gard et ses abords (visite gratuite), un musée, une médiathèque-bibliothèque, un « parcours dans la garigue », des restaurants, des boutiques de souvenirs et un parking payant.

Il est inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et, depuis 2004, s'est vu décerner le label "GRAND SITE DE FRANCE ®" par le Ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables.

L'établissement public de coopération culturelle (EPCC), qui gère depuis 2004 le Site du Pont du Gard et l'ensemble de ces services et équipements, intègre le département du Gard et les communes concernées ainsi que, depuis 2006, le conseil régional Languedoc-Roussillon.

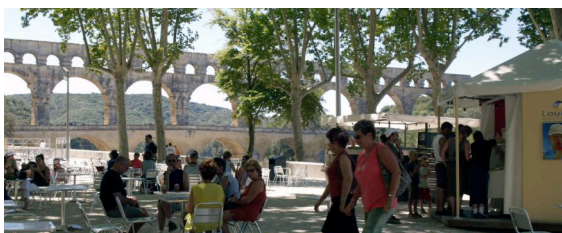
L'EPCC a souhaité avoir les réponses aux questions suivantes : Combien un site comme le Pont du Gard génère-t-il en retombées locales ? Quel « effet levier »



des financements publics importants du Conseil Général du Gard ? Quelle est l'aire géographique du rayonnement économique du site ?

Aux vues des résultats, la conclusion est que le poids du site du Pont du Gard dans l'attractivité et dans l'économie de la région justifie l'investissement public sur le site.

Terrasse au Pont du Gard
© LM/RGSF



Pourquoi une étude des retombées pour le site du Puy de Dôme ?

Le Site du Puy de Dôme est écologiquement fragile : 430 000 visiteurs (estimation) fréquentent annuellement l'espace réduit du sommet.

Le Site du Puy de Dôme, éponyme du département, se situe au cœur de la région Auvergne (Puy-de-Dôme, Allier, Cantal, Haute-Loire) et est le premier site touristique régional. Il constitue également le principal lieu de promenade pour les habitants de Clermont-Ferrand, 1ère ville et métropole de l'Auvergne.

L'accès n'est pas possible l'hiver du fait du gel et de l'enneigement. Les particuliers peuvent atteindre le sommet au printemps et à l'automne grâce à leur propre véhicule. En revanche, l'accès se fait obligatoirement en autocar-navette l'été pour les 5 derniers kilomètres (4€ / personne) et le parking est gratuit.

Le Conseil général du Puy-de-Dôme a le projet de mettre en œuvre un train électrique panoramique à crémaillère qui fonctionnera toute l'année, qui préservera la faune, la flore et qui augmentera la sécurité des visiteurs.

Les habitants de la région Auvergne sont sensibilisés à la rentabilité des investissements lourds : Vulcania, tramway, médiathèque et aéroport de Clermont-Ferrand...

L'investissement, d'un montant total de 80 m €, représenterait une charge annuelle (amortissement et fonctionnement) de l'ordre de 3 m € pour le Conseil Général.

Le Conseil Général du Puy de Dôme a souhaité avoir les réponses aux questions suivantes : **Est-il raisonnable pour le département du Puy de Dôme de faire un investissement très important pour aménager l'accès au sommet par un train panoramique à crémaillère fonctionnant toute l'année ?**

Le Conseil Général a fait réaliser l'étude des retombées du fonctionnement actuel du site pour éclairer sa décision d'investissement. Il a par ailleurs fait réaliser une étude pour connaître l'opinion des visiteurs, des habitants et des professionnels du tourisme sur l'opportunité du projet.

Aux vues des résultats de l'étude, la décision du Conseil général s'est orientée vers le lancement d'études préalables à cet investissement pour augmenter l'attractivité du Site et favoriser la rediffusion des flux touristiques vers les autres territoires du département.

Maison de site au Puy de Dôme
© LM/RGSF



Pourquoi une étude des retombées économiques pour le Mont Saint-Michel ?

Le Site du Mont Saint-Michel se compose de la Baie, du village du Mont St Michel (3 millions de visiteurs chaque année), d'un parking payant et de l'abbaye du Mont Saint-Michel (1,2 million de visiteurs payants).

L'État et les collectivités territoriales ont décidé en 2006, après dix ans d'études, de lancer les travaux du " Rétablissement du caractère maritime » du Mont.

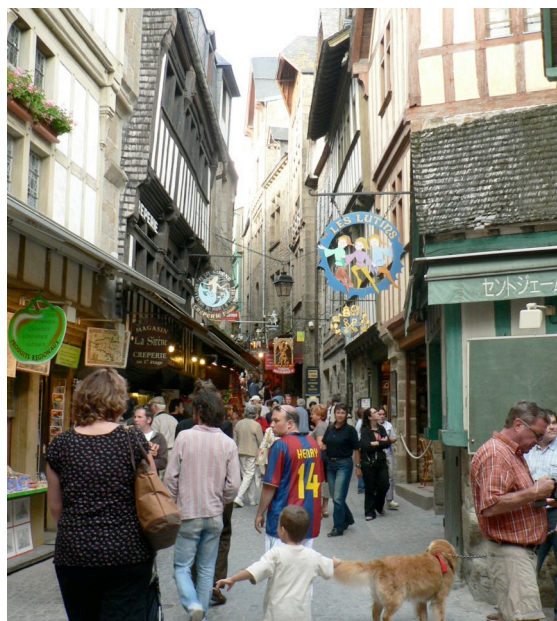
L'objectif est de redonner le caractère insulaire du Mont :

- En favorisant le passage de la mer autour du Mont.
- En organisant un système hydraulique de " chasse d'eau" permettant de projeter le plus loin possible les alluvions de la rivière Couesnon.
- En transformant la dernière partie de l'actuelle digue en pont-passerelle.
- En déplaçant les parkings, actuellement situés sur le Mont, sur le continent à deux kilomètres.
- En créant une navette de liaison entre les nouveaux parkings et le village.

L'étude des retombées commandée par le Ministère de l'équipement et Odit France-Ministère du Tourisme avait pour but de faire un état très précis de la fréquentation du site, des comportements actuels des visiteurs (dont leurs dépenses), et de leurs comportements futurs après mise en place du projet de la navette (qui leur était présenté durant les entretiens d'enquête).

Composante de l'étude globale, l'étude des retombées a permis de valoriser avec précision les retombées économiques et sociales du Mont, en particulier celles concernant les entreprises familiales situées sur le Mont (mais aussi sur le continent...) dont les activités risquent d'être modifiées par le déplacement des parkings.

Suite à l'étude réalisée, l'Etat est conforté dans sa décision de lancer les travaux d'aménagement du Rétablissement du caractère maritime du Mont Saint-Michel.



Visiteurs dans les rues du Mont Saint-Michel
© LC/RGSF

Quelles sont les différentes retombées économiques prises en compte dans ces trois études ?

DIRECTES



Dépenses et/ou recettes générées par les activités offertes sur le site et liées directement à la visite du site.

INDIRECTES



Dépenses et/ou recettes réalisées hors du site

INDUITES



Richesses produites par l'injection de flux financiers dans l'économie locale dues au site. Effet « boule de neige »

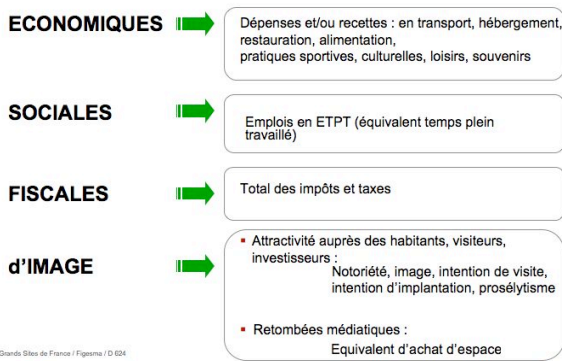
Ces études ont évalué les retombées directes et indirectes des sites. Elles n'ont pas traité les retombées induites.

A noter que ces études ont évalué les retombées annuelles liées à la fréquentation des sites, c'est à dire les retombées liées aux dépenses réalisées chaque année par des visiteurs des sites.

Elles n'ont pas porté sur les retombées des investissements réalisés sur les sites en phase travaux

(comme cela a été réalisé par exemple pour l'étude réalisée par la Cité de l'espace à Toulouse).

Quelles sont les retombées directes et indirectes mesurées ?



Il existe d'autres retombées, d'ordre qualitatif, qui ne sont pas mesurées dans ces études, soit parce qu'elles sont difficilement mesurables, soit parce que leur corrélation avec les activités pratiquées sur les sites sont impossibles à appréhender : bien-être physique, psychologique, bénéfice sociologique, etc. De même, les retombées environnementales sur ces sites, doivent être aussi prises en compte.

Par ailleurs, il serait intéressant d'évaluer les bénéfices (ou coûts) pour les riverains qui habitent dans, ou à proximité, de ces sites protégés (impact sur la valeur des biens, sur le coût de l'immobilier, etc.).

Présentation des résultats des 3 études

Nature des enquêtes et budget

	Budget - délai	Enquête auprès des visiteurs	Enquête auprès des prestataires	
			directs	Indirects
Pont du Gard	20 000€ 4 mois	1100 questionnaires sur le Site en face à face.	Oui : un prestataire l'EPCC du Pont du Gard	Non
Puy de Dôme	33 000 € 3 mois	• 1009 questionnaires sur le Site en face à face • 408 questions par téléphone • 3 tables-rondes	Oui : les prestataires opérant au sommet du Puy de Dôme	Non
Mont Saint Michel	120 000 € 12 mois	• 4000 enquêtes sur le Site • 400 enquêtes par correspondance • 200 enquêtes par téléphone	Non	Non

La mesure des retombées peut être effectuée en questionnant les visiteurs sur leurs dépenses et/ou les prestataires territoriaux sur leurs recettes et/ou en analysant les bilans des prestataires.

Les déclarations des visiteurs, par expérience, sont plus fiables que les déclarations des prestataires, y compris les liasses fiscales.

Les données macro-économiques sont trop globales pour pouvoir être utilisées.

L'intérêt d'interroger les prestataires directs et indirects présents sur le Site est, d'une part, de corroborer les déclarations de dépense et, d'autre part, de les sensibiliser aux problématiques socio-économiques du Site.

Les enquêtes ont été réalisées sur 4 mois (juin, juillet, août et septembre) pour le Pont du Gard, sur 3 mois (juillet, août, septembre) pour le Puy de Dôme et 12 mois pour le Mont Saint Michel.

Lieux des enquêtes quantitatives sur le Site en face à face

	Nombre de questionnaires	Enquête par questionnaire sur Site auprès des visiteurs
Pont du Gard	1100 dont 550 avant dont 550 après	4 points d'enquête : •Arrivée après les parkings •Cœur du Site avant visite •Cœur du Site après visite •Départ avant les parkings
Puy de Dôme	1000 dont 500 avant dont 500 après	6 points d'enquête : •Arrivée après le parking principal, avant la navette d'accès •Arrivée au cœur du Site •Départ par le chemin des muletiers •Arrivée au chemin des chèvres •Départ avant le parking principal, après la navette d'accès. •Départ du cœur du Site avant la navette Départ
Mont Saint Michel	4500 dont 2250 avant dont 2250 après	8 points d'enquête : Répartis des parkings sur le continent à l'Abbaye

Les questionnaires sont administrés en face à face aux visiteurs par des enquêteurs à leur arrivée sur le Site pour moitié avant, pour mesurer l'intensité du « désir touristique », pour moitié après, pour mesurer les satisfactions.

Cette approche permet, en outre, de comparer la stabilité des déclarations de dépense et de motivation de présence.

Les résultats pour le Pont du Gard et le Puy de Dôme sur 4 et 3 mois ont été extrapolés sur 12 mois (année pleine) sur la base d'une connaissance statistique préalable des catégories de visiteurs identifiées par les plaques d'immatriculation des véhicules.

Retombées économiques directes et indirectes totales et affectables au Site

	Dépenses totales des visiteurs	Taux d'affectation	Dépenses affectables au Site
Pont du Gard	Hors transp. 263 millions €	51 %	Hors transp. 135 millions €
Puy de Dôme	Hors transp. 150 millions € Avec transp. 176 millions €	49 %	Hors transp. 74 millions € Avec transp. 89 millions €
Mont Saint Michel	Hors transp. 80 millions €	54 %	Hors transp. 43 millions €

Bien que les enquêtes permettent de connaître le mode d'acheminement des visiteurs, les dépenses pour le transport sont faiblement locales, sauf en ce qui concerne le carburant, les péages, les réparations, les locations de véhicules dont la valeur ajoutée est majoritairement transférée en Île-de-France.

C'est la raison pour laquelle, dans ce tableau, ces retombées sont calculées sans dépense de transport.

On notera la grande disparité des dépenses des visiteurs d'un site à l'autre. Ceci montre que **les retombées économiques ne sont pas corrélées au nombre de visiteurs d'un site, mais aux éléments de contexte géo-touristique**. Au Mont St Michel, la durée moyenne de séjour est de 1,8 nuités, elle est de 9 jours pour les visiteurs du Pont du Gard.

Si l'on divise les dépenses affectables au site par le nombre de ses visiteurs, on obtient la dépense moyenne directe et indirecte par visiteur qui s'élèverait donc à :

123 € pour le PONT du GARD

176,7 € pour le PUY de DOME

Retombées économiques sur le territoire de référence pour le commanditaire de l'étude

	Territoire de référence pour le commanditaire de l'étude	Dépenses totales affectables au Site	% des dépenses affectables des visiteurs sur le territoire de référence	Dépenses affectables des visiteurs sur le territoire de référence
Pont du Gard	REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON	135 millions €	49 %	66 millions €
Puy de Dôme	DEPARTEMENT DU PUY DE DÔME	76 millions €	70 %	53 millions €
Mont Saint Michel	La commune du MONT SAINT MICHEL et les deux communes des abords immédiats ARDEVON et BEAUVOIR	43 millions €	61 %	26 millions €

Ce tableau affine le raisonnement en évaluant les retombées sur le territoire pertinent pour le maître d'ouvrage :

- le département du Gard et la région Languedoc-Roussillon dans le cas du Pont du Gard,
- le département pour le conseil général du Puy de Dôme
- la commune du Mont Saint Michel et les 2 communes des abords concernées par le changement du mode d'accès au Mont, dans le cas du Mont Saint Michel

Ainsi, les résultats sont les suivants :

- 49% des retombées économiques affectables au Pont du Gard se portent sur la région Languedoc-Roussillon,
- 70% des dépenses restent sur le département du Puy de Dôme,
- 61% des dépenses du Mont Saint-Michel restent concentrées sur les 3 communes des abords.

Retombées sociales directes et indirectes

Hors transport	Emplois directs (en ETPT)	Emplois indirects (en ETPT)	Total AFFECTABLES (en ETPT)	Dont sur le territoire de référence
Pont du Gard	136	1073	1209	716
Puy de Dôme	35	Hors transp 661 Avec transp 775	Hors transp 696 Avec transp 810	Hors transp 492
Mont Saint Michel	-	378	378	228

Les retombées sociales indirectes reposent sur le calcul suivant :

- La part des salaires avec leurs charges représentent 29 % du C.A. HT
- Le montant moyen d'un salaire avec les charges s'élève à 33 000 € dans l'industrie du tourisme. Il suffit donc d'appliquer la formule suivante : $CA \times 29\% / 33\ 000\ € = \text{nombre d'emplois}$

Les retombées sociales directes correspondent aux emplois existants sur le site, c'est à dire :

- Les salariés de l'EPCC du Pont du Gard (il emploie 136 équivalents temps plein - ETPT)

-Les personnels du conseil général et des prestataires situés au sommet pour le Puy de Dôme (35 personnes ETPT)

Pour le Mont St Michel, seuls les emplois indirects été évalués, les emplois directs se confondant avec les emplois communaux.

Les retombées sociales indirectes sont les emplois générés par l'effet site sur les entreprises touristiques des environs.

Retombées fiscales directes et indirectes affectables

Hors transport	Directes	Indirectes	Total AFFECTABLES	Dont sur le territoire de référence
Pont du Gard	1,5 millions €	20 millions €	21,5 millions €	11,0 millions €
Puy de Dôme	0,3 millions €	10,7 millions €	11,0 millions €	6,3 millions €
Mont Saint Michel	-	6,2 millions €	6,2 millions €	3,3 millions €

Les retombées fiscales indirectes, à l'instar des retombées sociales indirectes, reposent sur le calcul des retombées économiques.

En 2005, les impôts et taxes représentent 14,4% de la production nationale (c'est-à-dire du C.A. HT).

L'EPCC du Pont du Gard paie 1,5 millions d'euros de taxes et impôts. 20 millions d'euros correspondent aux taxes et impôts acquittés par les entreprises sur leurs activités liées à « l'effet Pont du Gard ».

Retombées d'images directes et indirectes

	Equivalent Achat Espace	Intention ferme de visite renouvelée	Intention ferme de prosélytisme	Intention d'acquisition d'une Résidence principale	Intention d'acquisition d'une résidence secondaire	Intention d'implantation d'une activité de création ou de développement
Pont du Gard	2,8 millions €	94 %	100 %	-	-	-
Puy de Dôme	-	94 %	99 %	-	-	-
Mont Saint Michel	-	95 %	99 %	-	-	-



Ce tableau retrace l'ensemble des retombées d'image directes ou indirectes que l'on pourrait en théorie prendre en compte.

Les retombées médiatiques n'ont pu être évaluées que pour le Pont du Gard qui dispose d'une revue de presse exhaustive.

ZOOM PONT du GARD

Les retombées économiques

Les RETOMBÉES ECONOMIQUES du Site du PONT du GARD sont de 134,7 millions € ainsi répartis :

En millions d'euros	Arrdt de Nîmes	Gard	Languedoc-Roussillon	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Ailleurs	Total
Dépenses en hébergement	17,7	23,8	35,5	29,7	5,9	4,7	75,9
Dépenses en restauration et alimentation	11,2	15,6	24,6	17,6	2,7	2,7	47,6
Dépenses en activités culturelles	0,4	0,7	1,0	0,7	0,1	0,1	1,9
Dépenses en activités sportives	0,3	0,4	0,5	0,4	0,1	0,1	1,0
Dépenses en loisirs	0,3	0,4	0,7	0,5	0,1	0,1	1,3
Dépenses en souvenirs	1,5	2,5	3,7	2,5	0,4	0,4	6,9
DEPENSES TOTALES	31,4	43,3	66,0	51,3	9,2	8,0	134,7

Il est à noter que les retombées économiques affectables au Site du Pont du Gard se répartissent seulement pour moitié dans la Région Languedoc-Roussillon.

Les retombées en termes d'emploi

	Arrdt de Nîmes	Gard	Languedoc-Roussillon	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Ailleurs	Total
Retombées sociales directes	92	100	103	7	2	0	112
Retombées sociales indirectes des retombées touristiques	184	281	478	445	79	70	1073
Retombées sociales touristiques totales	276	381	581	452	81	70	1185
Retombées sociales générées par les achats de l'EPCC	6	14	19	2	0	2	24
RETOMBÉES SOCIALES TOTALES	282	395	600	454	81	72	1209

Les retombées sociales sont calculées sur la base d'un coût annuel d'un emploi dans le secteur du tourisme à 33 000 € (INSEE 2005).

Les retombées sociales générées par les achats de l'EPCC durant l'année considérée ont été calculées sur la base du coût annuel moyen d'un emploi français à 42 000 € (INSEE 2005).

Un examen précis de la localisation des fournisseurs de l'EPCC a permis de ventiler ces retombées sociales par sous-territoire d'étude.

Les retombées fiscales

Rappel : En 2004, le poids des impôts et taxes représente 14,8 % de la production (source : INSEE 2004)

L'ensemble des retombées économiques imputables au Site du Pont du Gard, de 134,7 millions €, génèrent :

20 millions € d'impôts

Répartis comme suit :

En millions d'euros	Arrdt de Nîmes	Gard	Languedoc-Roussillon	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Rhône-Alpes	Ailleurs	Total
Montant des impôts générés	4,6	6,4	9,8	7,6	1,4	1,2	20

Ces informations sont très utiles pour les services de l'Etat, en particulier pour l'élaboration des Contrats de Projet Etat-Régions.

En 2004, l'EPCC du Pont du Gard a versé 1.516.698 euros d'impôts et taxes et versements assimilés.

Les retombées médiatiques

Durant l'année 2004, le Site du Pont du Gard apparaît 1 261 fois dans la presse écrite - citations, brèves ou articles de plusieurs pages-, à la radio ou à la télévision :

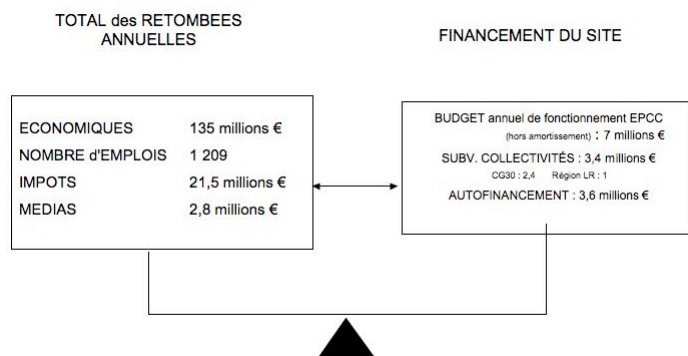
Presse écrite : 1 189 apparitions
Radio : 49 apparitions
Télévision : 23 apparitions

La comptabilisation des retombées médiatiques consiste à valoriser chaque apparition en équivalent publicité dans chacun des médias.

Le montant des retombées médiatiques calculé est de :

2,8 millions € en 2004

Synthèse sur le Pont du Gard



Le budget de l'EPCC chargé de la gestion du site du Pont du Gard s'élève hors amortissement en 2006 à 7 millions d'€.

Ce budget est financé à hauteur de 3,4 millions d'€ par les collectivités locales, le conseil général du Gard pour 2,4 millions d'€ et par le conseil régional Languedoc Roussillon pour 1 million d'€.

L'autofinancement du site, reposant donc sur les dépenses des visiteurs du site s'élève à 3,6 millions d'€.

La dépense moyenne par visiteur sur le site (parkings, entrées musée, animations, boutiques du site, restauration sur le site, etc.) s'élève à 3,27 € (3,6 million €/nombre de visiteurs)

La dépense moyenne par visiteur indirecte sur le territoire s'élève à 122,7 €

ZOOM PUY DE DÔME

Dépenses par ménage selon leur origine

En euros	Puy de Dôme	Allier, Cantal, Haute-Loire	Région Auvergne	Autres régions	Total France	Total étrangers	Ensemble
Dépenses en hébergement	-	47,3	7,3	459	478	1087	559
Dépenses en alimentation	1,0	7,2	2,0	414	413	667	441
Dépenses en restauration et en fast-food	1,3	4,3	1,8	215,7	211,7	297	218,7
Dépenses en activités sportives	0,6	2,2	0,8	7,0	4,2	8,0	5,2
Dépenses en loisirs	0,5	1,7	0,7	2,7	2,0	1,3	2,0
Dépenses en activités culturelles	3,6	2,5	3,4	11,9	9,2	12,9	9,5
Dépenses en souvenirs	2,0	7,1	2,8	23,6	16,9	26,4	17,7
Dépenses en transport	14,5	70,4	24	174,5	121,1	405,7	107,5
TOTAL par MENAGE (€)	23,5	142,7	42,8	1 308,4	1 285,1	2 505,3	1360,6
TOTAL GLOBAL en milliers d'euros	1 370	792	2 162	123 649	125 811	49 960	175 771

Retombées sociales indirectes

En nombre d'emplois ETPT	2006 sans transport	2006 avec transport
Production en millions €	74	89
Poids des salaires : 29,4 %	21,7	26,1
Nombre d'emplois ETPT (à raison de 33 000 € par ETPT)	685	810

Retombées sociales annuelles

En millions d'euros	2006 sans transport	2006 avec transport
Retombées fiscales annuelles	11 millions €	12,8 millions €
Dont produits des 4 taxes (transferts compris)	1,8 millions €	1,8 millions €

Synthèse sur le Puy de Dôme

TOTAL des RETOMBÉES ANNUELLES actuelles des visiteurs	
Sans transport	Avec transport
ECONOMIQUES 74 millions €	ECONOMIQUES 89 millions €
NOMBRE d'EMPLOIS 685	NOMBRE d'EMPLOIS 810
IMPOTS ET TAXES 11,0 millions €	IMPOTS ET TAXES 12,8 millions €
MEDIA NON EVALUÉ	MEDIA NON EVALUÉ

À quoi servent les études de retombées économiques ?

Les études de retombées économiques visent différents objectifs. Mais avant tout, **ces études sont des outils de développement de la politique territoriale**. Elles servent d'outils d'analyse a posteriori et a priori des investissements. Elles permettent de prévoir l'efficacité des investissements (la connaissance, la conservation et la valorisation), d'évaluer la médiatisation des actions et au final peuvent devenir un réel potentiel avec un effet de levier.

Elles deviennent la référence qui permet de déterminer les apports et les besoins en termes d'emploi et de savoir-faire.

Leurs principes de base est de mesurer l'impact actuel. Dans un premier temps, avec une vision à MOYEN TERME en mettant en perspective les différents investissements (LOLF, budgets territoriaux), Elles mesurent aussi les RETOMBÉES DIRECTES et INDIRECTES mais non INDUITES.

Pour mesurer l'impact actuel, elles utilisent des référentiels comme les comptes de la nation et l'Union européenne. Elles définissent aussi des zones pertinentes d'évaluation des retombées avant même le début de l'enquête. Ces études opèrent avec des critères de fiabilités des sources très importants par rapport aux enquêtes effectuées auprès des publics.

Pour mesurer l'impact futur, elles présentent le projet d'aménagement et les différentes intentions avec les prévision d'impact sur la fréquentation du Site, les prévision d'impact sur le temps de présence sur le Site ainsi que sur le temps de présence sur le territoire

Comment mesurer les retombées ?

FREQUENTATION : ENTREES, COMPTAGES, PARKINGS, TRAFICS
des touristes ET des excursionnistes

DEPENSES et /ou RECETTES :

- **DECLARATIF des VISITEURS**
- **ACTIVITES des PRESTATAIRES**
- **COMPTES SECTORIELS de la NATION**

Les déclarations des visiteurs constituent, après expérience, les informations les plus fiables.

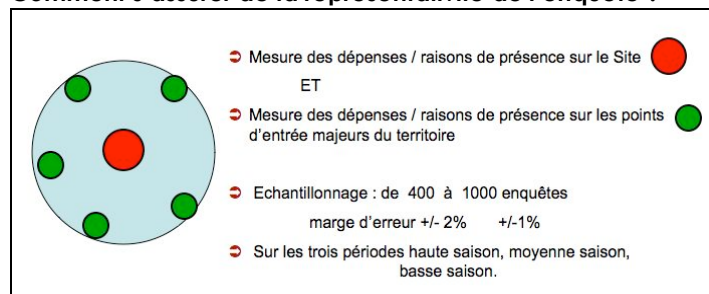
Les conjointes (!) en particulier ont une très bonne connaissance du budget des ménages.

Le questionnaire d'enquête doit être très soigné et l'enquête se fait en face à face.

Les prestataires ont tendance à surestimer les charges et sous-estimer les recettes...

Les Comptes de la nation ne sont pas assez précis pour être utilisés dans ce type d'étude.

Comment s'assurer de la représentativité de l'enquête ?



Comment s'assurer de la fiabilité de l'échantillon ?

La marge d'erreur est fonction de la taille de l'échantillon

Taille de l'échantillon	Confiance relative 667/1000
50	+ ou - 9 %
100	+ ou - 5 %
200	+ ou - 3,5 %
400	+ ou - 2 %
800	+ ou - 1 %
1 600	+ ou - 0,7 %
3 200	+ ou - 0,5 %
6 400	+ ou - 0,4 %

La réalisation de 800 enquêtes permet de faire des analyses en théorie sur 16 segments ou types différents de 50 personnes soit 4 dichotomies successives (2⁴).

En pratique, la taille des sous-échantillons varie de 40 à 60 personnes, c'est pourquoi par précaution, l'échantillon global est souvent voisin de 1000 personnes.

Comment définir la clé d'affectation des dépenses liées au Site ?

Les questions de base

TAUX d'AFFECTION DE LA DEPENSE A « L'EFFET SITE »

Vous êtes venu dans la région spécialement pour visiter ce Site	100 %
Vous êtes venu dans la région prioritairement pour visiter ce Site	80 %
La visite de ce Site est /était un objectif certain de votre séjour	60 %
La visite de ce Site est /était un objectif éventuel de votre séjour	40 %
Vous connaissiez l'existence de ce Site mais vous n'aviez pas l'intention de le visiter	20 %
Vous ne connaissiez pas l'existence de ce Site avant d'arriver dans la région	0 %

À partir du moment où l'on dispose du montant de la dépense touristique d'un visiteur d'un site, comment faire la part de « l'effet site » permettant d'évaluer la part de la dépense qui est attribuable au site ?

Au cours de l'enquête, le visiteur est invité à répondre aux questions figurant sur la diapositive (ci-dessus).

C'est LA question clé qui détermine une grande partie du raisonnement et des résultats.

Pour les excursionnistes (habitants de la région venant visiter le site), on attribue le coefficient 100% à leur dépense de la journée.

Clé d'affectation des Sites peu connus

Les hypothèses de taux d'affectations sont sans effet sur l'évaluation de l'impact

MOTIVATION de PRESENCE	Hypothèse A	Hypothèse B	Site peu connu		
			Répartition des réponses	Hypothèse A	Hypothèse B
SPECIALEMENT	100%	100%	0%	0%	0%
PRIORITAIREMENT	80%	90%	5%	4%	4,50%
PROBABLEMENT	60%	50%	10%	6%	5%
EVENTUELLEMENT	40%	50%	15%	6%	7,50%
CONNAISSANCE SANS INTENTION	20%	10%	20%	4%	2%
NON CONNAISSANCE	0%	0%	50%	0%	0%
TOTAL ATTRIBUTION				20%	19%

Le total des attributions varie peu : 20% ou 19% selon les valeurs conférées aux différents niveaux de motivation.

Clé d'affectation des Sites très connus

Les hypothèses de taux d'affectations sont sans effet sur l'évaluation de l'impact

MOTIVATION de PRESENCE	Hypothèse A	Hypothèse B	Site très connu		
			Répartition	Hypothèse A	Hypothèse B
SPECIALEMENT	100%	100%	10%	10%	10%
PRIORITAIREMENT	80%	90%	15%	12%	13,5%
PROBABLEMENT	60%	50%	30%	18%	15%
EVENTUELLEMENT	40%	50%	20%	8%	10%
CONNAISSANCE SANS INTENTION	20%	10%	15%	3%	1,5%
NON CONNAISSANCE	0%	0%	10%	0%	0%
TOTAL ATTRIBUTION				51%	50%

Le total des attributions varie peu : 51% ou 50% selon les valeurs conférées aux différents niveaux de motivation.

Faut-il considérer de façon identique les dépenses des excursionnistes et celles des touristes ?

- Dépenses des touristes = apport net au territoire
- Dépense des excursionnistes (habitants de la région) = on peut considérer que la dépense aurait sans doute eu lieu sur un autre poste, mais toujours dans le territoire

En toute orthodoxie macro-économique, on pourrait considérer qu'il faut donc ne pas prendre en compte les dépenses des excursionnistes car elles ne constituent pas une retombée économique nette pour le territoire. Mais les prendre en compte peut se justifier par certaines raisons :

- Cette dépense aurait pu aller à l'épargne et non à d'autres dépenses
- Parmi les excursionnistes, il y a aussi des personnes qui accompagnent des amis ou parents touristes dans la région
- Les chiffres sont faibles

Ainsi, pour ces enquêtes, on a pris le parti de prendre en compte les dépenses des touristes et celles des excursionnistes.



Quels sont les risques de sur évaluation ou de sous évaluation des retombées ?

RISQUES DE SUR EVALUATION :

Les visiteurs sur le Site surestiment par enthousiasme leur motivation de présence

CORRECTION :

- Réaliser les enquêtes AVANT et APRES la visite
- Réaliser des enquêtes aux ENTREES du TERRITOIRE

SOUS EVALUATION :

- Certaines dépenses exceptionnelles des excursionnistes et des touristes ne sont pas comptées
- Les retombées induites ne sont pas mesurées

CORRECTION :

- Considérer la totalité de la « production » des gestionnaires et des prestataires et non leur valeur ajoutée.

Dans quelques cas, il est possible qu'un visiteur vienne prioritairement pour visiter 2 ou 3 sites bien que le deuxième niveau de motivation, « prioritairement », intègre cette éventualité.

Il existe deux moyens d'approcher encore mieux la réalité de cette situation :

- Demander si d'autres sites, pendant le séjour, sont également prioritaires et quels sites ?
- Organiser la moitié des enquêtes aux portes d'entrée des territoires.

Comparaison des attributions des retombées économiques

	Objectif prioritaire	Objectif certain	Objectif éventuel	Pas d'intention de visite	Non Connaissance	Moyenne pondérée
Région Pont du Gard	28%	29%	28%	13%	2%	51%
Département Puy de Dôme	10%	49%	36%	2%	3%	49%
Communes Mont Saint Michel	54%	-	-	-	-	54%

La moyenne pondérée est la somme des produits de la multiplication du coefficient d'attribution par pourcentage des réponses de chaque classe de motivations.

La problématique de la mesure des retombées posée pour le Mont Saint Michel ne concernait que les dépenses sur la commune alors que celle du Puy de Dôme concernait le territoire départemental et celle du Pont du Gard le territoire des régions Languedoc-Roussillon, P.A.C.A. et Rhône-Alpes.

Comment mesurer les retombées en termes d'emplois ?

Les salaires et charges représentent 29 % de la production nationale. Un emploi correspond à 33 000 € dans l'hôtellerie et la restauration (42 000 € tous secteurs confondus) (INSEE 2005).

Pour évaluer les retombées en termes d'emplois, on divise 29% du montant des recettes attribuées au site par le coût d'un emploi du secteur du tourisme (33 000 euros).

LES RETOMBEES SOCIALES :

-Emplois directs : la structure de gestion du site

-Emplois indirects : Transformation des retombées indirectes, dont amortissements territoriaux, en E.T.P.T. (Equivalent Temps Plein Travaillé).

Comment calculer les retombées fiscales ?

Par retombées fiscales, on entend :

- Impôts et Taxes directs acquittés par les gestionnaires du Site et les prestataires présents sur le Site
- Impôts et Taxes indirects : Valorisation par l'application du taux total des impôts et taxes - soit 14,4 % (INSEE 2005)- constaté dans les comptes de la nation.

Avez-vous le projet d'acquérir une résidence principale sur ce site ou à proximité ?

Avez-vous le projet d'acquérir une résidence secondaire sur ce site ou à proximité ?

Avez-vous le projet d'exercer une activité professionnelle sur ce site ou à proximité ?

Au-delà des retombées directes et indirectes , qu'appelle-t-on les retombées induites ?

RETOMBÉES DIRECTES

- Les gestionnaires du ou des équipements présents sur le site
- Les prestataires présents sur le Site

RETOMBÉES INDIRECTES

Dépenses des excursionnistes et des touristes affectables à l'attraction du Site

Hébergement
Alimentation
Restauration
Activités sportives
Loisirs
Activités culturelles
Souvenirs
Transport (coût kilométrique moyen pour un voyage "Aller")

RETOMBÉES INDIRECTES

Réinvestissements dans l'économie territoriale et/ou nationale. Effet « boule de neige »

Ces études n'ont pas pris en compte les retombées induites. D'ailleurs, les retombées induites ne sont pas mesurées dans les comptabilités européennes ou nationales.

Elles sont très souvent contestées.

La difficulté de fixer leur périmètre implique l'application d'un taux (lui-même contestable). Pour information, le coefficient multiplicateur moyen national est de 1,4. Il varie suivant la densité économique du département, variant de 0,8 à 1,9.

Il existe des coefficients multiplicateurs plus fins selon la densité économique du département et la taille de la population de la commune/ville/agglomération considérée.

(source : « Pourquoi et comment mesurer l'impact des sites, équipements et événements touristiques et culturels ? Schéma de principe, ODIT France, 2006)

Toutes les retombées sont-elles mesurées ?

Pour les Grands Sites, les retombées physiologiques, psychologiques et sociologiques, d'ordre qualitatif, sont vraisemblablement très importantes.

Les retombées physiologiques pourraient être cernées par des questions du type de celles posées dans une étude réalisée par Figesma pour les activités de sports de nature :

« Parmi les raisons suivantes, quelle est la raison principale qui vous a motivé à venir ici ? Voulez-vous :

- pratiquer une activité sportive sans forcer ?
- pratiquer une activité sportive intensive ?
- entretenir votre forme physique ?
- générer des bienfaits sur votre santé ?

Les retombées non mesurées :

Les retombées physiologiques : Activités physiques, marche, vélo, randonnée, alpinisme, natation, Entretien des systèmes cardio-vasculaire et respiratoire, Entretien des articulations et de la tonicité musculaire, tendineuse, ligamentaire, Amélioration de la mobilité générale (réfutation du "capital-santé")

Les retombées psychologiques : Sensation de bien-être, Relation renouée au réel (distanciation du virtuel), Relation renouée avec la nature (distanciation de la technique), Renforcement de la confiance en soi

Les retombées sociologiques : Insertion dans un groupe : famille, amis, Facilitation des échanges, Partage des sensations, des émotions, des expériences, des connaissances, Renforcement du lien social, Renforcement du sentiment d'appartenance à un territoire.

Quels enseignements pour tous les Grands Sites ?

Les extrapolations sont-elles possibles d'un Site à l'autre ?

On ne peut prétendre extrapoler à partir de ces 2 études, ainsi que celle du Mont St Michel, une estimation des retombées économiques des 33 sites du Réseau des Grands Sites de France.

En effet, nous l'avons vu, les retombées économiques ne semblent pas corrélées au nombre de visiteurs, mais au contexte géo-touristique dans lequel il s'inscrit.

Il faudrait alors construire une typologie des sites du Réseau en fonction de laquelle sont cernées les retombées économiques des sites.

Cependant, il serait nécessaire de compléter ces données par des démarches sur un échantillon complémentaire de sites.

Ces 3 études concernent des « sites monuments », circonscrits dans l'espace, et qui sont pour l'essentiel des sites de visite et non des territoires habités. Il serait utile de réaliser une étude similaire sur un site ouvert, étendu, incluant des villages, du type Sainte Victoire, massif du Canigou, ou Gorges du Tarn, par exemple.

Les contextes sont rarement comparables :

- nature des sites
- ancienneté des sites et de leur notoriété
- notoriété et image des sites et de leur région
- concurrence de proximité d'autres sites
- proximité de métropoles
- proximité de lieu de vacances ou de week end
- facilités d'accès longue distance / de proximité
- facilités d'hébergement et de restauration
- potentialités de développement
- nombre de visiteurs

Le RGSF a décidé de lancer une démarche sur un échantillon représentatif des Grands Sites complémentaire aux sites déjà étudiés, afin d'envisager le plus grand nombre de cas de figure

Repères économiques / tourisme en France

Le secteur tourisme est le premier pourvoyeur de devises.

Une grande partie de son attractivité touristique, la France la doit à la qualité et à la diversité de ses paysages et de son patrimoine.

Espaces culturels et naturels emblématiques, les Grands Sites y contribuent largement.

Les études de retombées économiques montrent que non seulement il faut les protéger pour leur valeur exceptionnelle, mais aussi pour leur valeur économique.

Les Grands Sites ne sont pas des « centres de coût », les efforts financiers consentis pour leur protection, leur mise en valeur et leur bonne gestion ont un sens y compris du strict point de vue économique.

Simplement, il ne faut pas chercher une rentabilisation « en circuit fermé », reposant sur le financement par les seuls visiteurs des coûts de gestion des sites, avec les risques de sur-aménagement et de surexploitation commerciale qui en découleraient. L'économie des sites protégés doit s'apprécier plus largement dans les retombées indirectes pour le territoire dans lequel ils s'inscrivent.

Balance des paiements 2006 :	TOURISME :	+ 12,1 milliards €
	AUTOMOBILE :	+ 5,5 milliards €
	AGRO-ALIMENTAIRE :	+ 7,2 milliards €
	ENERGIE :	- 21 milliards €

Tourisme / P.I.B 2006 :	15,2 % en Languedoc-Roussillon
	7,7 % en Auvergne
	2,9 % en Haute-Normandie
	...
	6,6% en France

COMMENT ACCROITRE LES RETOMBÉES ?

L'hébergement non-marchand (famille, amis, camping sauvage, campings cars) représente pour l'hébergement 70% en région Languedoc-Roussillon.

Transformer les résidents principaux et secondaires en ambassadeurs de leur territoire est donc un puissant levier d'accroissement des retombées.

Une action particulière auprès des résidences secondaires (dont la moyenne annuelle d'occupation est de 40 jours par an) est aussi à conduire.

La marge de développement du pouvoir d'attraction des Grands Sites est très importante : ainsi par exemple, le taux de pénétration annuelle du Puy de Dôme est de 0,4% du nombre des ménages français (100 000 ménages sur 25 millions) et de 0,01% sur le nombre de ménages européens (196 000 millions)...

Le label GRAND SITE DE FRANCE ®

Dans le cadre de l'Etude du PUY de DÔME sur 1000 visiteurs en 2005, une question a été posée sur la Connaissance du label Grand site de France ®.

Elle dénote une faible notoriété du label Grand Site de France® (14%) mais permet de mettre en exergue le fait que c'est une initiative jugée utile (91%) et que ce label a un pouvoir d'attractivité accru pour les sites (73%).

Cette question n'a été posée à ce jour que dans l'enquête du Puy de Dôme.

Le label Grand Site de France® bénéficie d'une notoriété assistée correspondant à un label émergent.

À terme, les taux idéaux de notoriété spontanée (question : quels labels de qualité appliquée aux monuments, aux sites urbains et naturels connaissez-vous ne serait-ce que de nom ?) et de notoriété assistée (question : je vais vous citer des labels de qualité, quels sont ceux que vous connaissez ?) seront à définir.

Conditions de réalisation sur des sites étendus et diffus

Quels pré-requis pour une étude de retombées ?

LA CONNAISSANCE DES PUBLICS

Le dénombrement des visiteurs doit se faire régulièrement, mois par mois.

L'origine géographique connue par les plaques d'immatriculation des véhicules, est une information précieuse, qui permet d'identifier les excursionnistes et les touristes... étrangers (distingo supplémentaire pour les véhicules de location...).

La consommation d'eau potable ou d'électricité et la production d'ordures ménagères constituent d'excellents indicateurs mensuels de séjour.

POUR LES VISITEURS

Si la fréquentation annuelle est connue : Mise en place d'une enquête pour recueillir les dépenses, par « déclaratif », éventuellement sur quelques semaines de l'année.

Si la fréquentation annuelle est inconnue : Mise en place d'une enquête sur toute la période de fréquentation avec comptage des visiteurs (parking, comptage visuel...), déclaratif des dépenses (cf. supra).

POUR LES PRESTATAIRES

-Dénombrement des prestataires : existence ou création d'un fichier de toutes les activités présentes sur le site

-Activités des prestataires (Chiffre d'affaires, emplois) : Réalisation d'une enquête auprès de tous les prestataires présents sur le site et sur un échantillon



représentatif pour ceux présents sur le territoire de référence considéré.

Comment mesurer les retombées d'un Site diffus ?

Exemples : Gorges du Tarn, Sainte Victoire, massif du Canigou, etc.

Problème :

- Plusieurs points d'accès
- Plusieurs points de visites
- Visites sans dépenses locales constatables

Solutions :

- Multiplication des lieux d'enquêtes :
- portes d'entrées des territoires
- échantillonnage des lieux représentatifs
- comptage des flux (éco-compteurs routes, chemins, gares...)
- Nécessité de réaliser une enquête auprès de tous les prestataires du territoire
- Bien identifier les comportements avant et après l'enquête : lieux déjà visités et lieux allant être visités.

Le Réseau des Grands Sites de France a lancé une étude sur Le Grand Site Sainte Victoire dont les résultats seront connus à l'automne 2008.

Contexte spatio-temporel

EXEMPLES :

- SITE CENTRAL / MONUMENTAL** Ex : PONT du GARD – MONT SAINT MICHEL- PUY de DÔME - CARCASSONNE
- ESPACE DIFFUS, SITES DISPERSÉS** Ex : PNR RHONE-ALPES : SPORTS de NATURE (18 sports et 40 lieux d'enquête)
- ESPACE GEOPOLITIQUE** Ex : REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON : PATRIMOINE (800 monuments et musées)
- EVENEMENTS** Ex : TOUR de FRANCE – VENDEE GLOBE – PRINTEMPS de BOURGES



Sainte Victoire, Massif du Canigou, etc. : Grands Sites diffus

Grands Sites de France / Figeoma / D 624

L'enquête sur les dépenses des visiteurs est-elle à refaire à chaque enquête ? Ne peut-on appliquer un ratio ?

Les risques de sur-affectation ou de sous-affectation sont donc importants si on ne possède pas de données fiables sur les publics et leur dépense.

En effet, les Comités régionaux et départementaux connaissent en général les dépenses des visiteurs par jour et le nombre de jours de séjour, essentiellement pour la période de juillet et août et plutôt centrées sur l'hébergement en hôtellerie marchande (qui ne représente que 6% des nuitées)

- Ils ont une connaissance partielle du tourisme intra-régional et intra-départemental (excursionnistes)
- Une connaissance partielle du comportement des résidents secondaires.
-

La collecte des données sur les dépenses des visiteurs du site étudié paraît donc incontournable.

Les dépenses des ménages peuvent être assez différentes d'une région à l'autre, d'un public à l'autre. La dépense d'un ménage étranger qui passe 10 jours en France grâce à l'attractivité d'un site sera dix fois supérieure à celle d'une famille du département.

La question de fond demeure celle de l'affectation des retombées résultant de l'intensité de motivation de présence sur le Site.

Conclusion

La mesure des retombées s'inscrit dans l'esprit de la LOLF (programmes objectifs, indicateurs) dont l'esprit et la lettre est d'optimiser, de comparer et de mesurer les effets à court terme des dépenses publiques.

De plus, elle apporte des éléments chiffrés qui rationalisent les décisions et induisent une projection dans le temps.

Au total, la mesure des retombées, dans le cas des Grands Sites de France, permet de mettre en perspective les impératifs écologiques, les projets d'aménagement et de développement durables avec l'attractivité des territoires en mettant en perspective les analyses de court, de moyen et de long terme.

Le Réseau des Grands Sites de France

Le RGSF regroupe les organismes locaux chargés de la gestion des Grands Sites, paysages emblématiques du territoire français (comme La Pointe du Raz, le Pont du Gard, les Gorges du Verdon, le Cirque de Navacelles ...).

Les Grands Sites ont en commun d'être des sites protégés au titre de la loi du 2 mai 1930 sur "la protection des monuments naturels et des sites de caractère artistique, historique, légendaire ou pittoresque", et de bénéficier d'une très forte notoriété (les 33 sites membres du RGSF accueillent 27 millions de visiteurs) : ce sont pour la plupart les "trois étoiles" des guides touristiques, de véritables emblèmes pour les territoires dans lesquels ils s'inscrivent. Ils ont également une valeur sociale et symbolique extrêmement forte pour les habitants des sites et des régions.

Le RGSF compte à ce jour 33 Grands Sites. Il est un lieu très vivant de partage d'expérience concrète et d'innovation. Il organise l'échange de savoir-faire entre les sites, la diffusion des bonnes pratiques entre les membres et avec les autres réseaux d'espaces protégés ; il développe des outils d'information et de communication externe pour les Grands Sites ; il intervient aussi en appui auprès des membres ; il s'efforce de mobiliser des partenariats techniques et financiers en faveur des sites (mécénat) ; il est un interlocuteur reconnu des pouvoirs publics. Le Réseau participe aussi à la réflexion nationale et internationale sur le devenir de ces hauts lieux patrimoniaux, confrontés au défi de leur préservation à long terme dans le contexte d'une pression touristique croissante.

www.grandsitedefrance.com

Prochains Fils des Grands Sites :

Valoriser les espaces forestiers dans les projets des Grands Sites
Comment harmoniser la signalétique sur les Grands Sites ?

Publications, dans la collection *Le Fil des Grands Sites* :

- « Créer et valoriser un observatoire photographique du paysage sur les Grands Sites, avril 2008
- « Mieux gérer les activités de pleine nature sur les Grands Sites »



Dans la collection

Les Cahiers du Réseau des Grands Sites de France :

- "Agriculteurs, forestiers et Grands Sites : quels partenariats?", 2007
- "Grands Sites et stratégies touristiques des territoires", 2006
- "Maisons de sites et interprétation dans les Grands Sites", 2005

