

Conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques

Session plénière du 14/02/2019

Délibération 03-010 : Promotion et développement touristique

Intervention d'André Berdou

Conseiller départemental de Oloron Sainte-Marie

Au nom du groupe de la gauche départementale

Monsieur le Président,

Mes chers collègues,

Vous avez décidé de renouveler pour 3 années supplémentaires à plus d'un million d'€ le contrat avec la Société du Tour de France, malgré les nombreuses critiques d'un telle dépense d'argent public et ce, pour une communication, un marketing territorial qui ne relève pas d'une communication ou d'un marketing touristique.

Je ne conteste pas l'utilité d'un marketing territorial institutionnel avec comme vecteur le Tour de France ou tout autre support médiatique. Je conteste le fait que vous déshabillez Paul (marketing touristique) pour rhabiller Pierre (marketing territorial et institutionnel). Mais alors pourquoi tant d'entêtement ? Et si les vrais gagnants du Tour de France n'étaient pas que les coureurs et que les marques commerciales ?

A regarder de près l'architecture budgétaire du groupe Amaury, propriétaire du Tour de France, on observe que :

- 35 à 45% de contributeurs sont les marques mastodontes commerciales (Cochonou – Evian – Carrefour, etc) au milieu desquelles sont noyées nos 4 petits véhicules du Béarn.
- 50 à 55% des recettes le sont par les droits de retransmission TV et autres medias.
- Seulement 10% le sont par les collectivités locales (villes d'arrivée, de départs, comme traversées) et les départements représentés d'ailleurs par une association des départements recevant le Tour de France, belle vitrine institutionnelle avec des contributions conséquentes.

Il est évident que le groupe Amaury pouvant de loin se passer de ces contributions pour une manifestation « sportive » gratuite pour le public alors que ce même public paye son ticket d'entrée dans les manifestations sportives comme le rugby, le foot et le hand, déjà par ailleurs soutenus par les finances départementales. Situation paradoxale en effet.

De grâce Monsieur le Président de l'AàDT, cessez de nous faire prendre les vessies pour des lanternes.

Cessez de nous faire croire, et vous le savez très bien, que cette opération marketing territoriale coûteuse et inopérante à la place d'une opération marketing touristique ciblée est la même chose !

Les objectifs ne sont pas les mêmes et vous le savez bien. Avec le Tour de France et depuis de nombreuses années déjà, la promotion du Béarn était largement faite en raison de deux caractéristiques particulières de notre territoire :

- L'existence du parc hôtelier important de la ville de Pau capable de l'accueillir, y compris au-delà de notre département

- L'existence des cols mythiques des Pyrénées (Soulor, Aubisque..), passage obligé pour l'intérêt sportif de la course.

Assumez donc clairement votre choix politique de ce gaspillage d'argent public comme vous le faites, quand vous privilégiez votre aide aux collègues privés au détriment des collègues publics.

L'illustration de cette communication institutionnelle, je l'ai vécue à l'arrivée du Tour de France à Laruns l'an passé. La course au podium n'est pas uniquement celle des coureurs cyclistes, c'est aussi celle des élus locaux. Normal me direz-vous avec la contribution financière conséquente apportée par les collectivités, et pour laquelle, Monsieur le Président du Conseil départemental, je souhaiterai avoir le montant exact en sus de celle de l'AàDT.

A l'arrivée sur le podium de Laruns, plus exactement situé sur la commune de Béost, un de nos grands élus béarnais (il n'est pas dans cette salle !) s'est octroyé la première place en lieu et place de Madame le maire de Béost. Mais la chef du protocole du TDF, en bonne professionnelle, veillait au grain et a rétrogradé impeto, à la place qui lui revient, cet élu qui se croyait Place de Verdun !

Cette anecdote illustre bien la démonstration d'une communication marketing du Département avec des crédits destinés au tourisme.

Si Monsieur le Président de l'AADT, vous êtes en manque d'idées pour l'usage de ces crédits, je vous propose, Monsieur le Président, de regarder ce que notre département voisin, les Hautes-Pyrénées, et de l'effort qu'il consent à la promotion commerciale des stations de ski des Hautes-Pyrénées, qui elles, ne sont pourtant pas départementales.

J'ai ici des documents touristiques promotionnels distribués par voie de presse jusque dans le 64 et qui donc, n'ont pas dû vous échapper, concernant la promotion de ces stations. J'aurai aimé, Monsieur le Président de l'AADT, qu'ici comme vous le savez le faire pour les collègues et sans complexes, qu'en bon démocrate-chrétien que vous êtes, vous appliquiez ici le précepte « charité bien ordonnée commence par soi-même ».

En effet, notre département est propriétaire du domaine skiable de Gourette et de la totalité du domaine de LPSM, nos 2 stations départementales se battent dans un contexte extrêmement concurrentiel malgré l'effort soutenu de notre Conseil départemental.

Les communes concernées sont à la peine pour faire face à leur promotion pendant que notre institution se campe de manière rigide à un immobilisme destructeur. Pour autant, je connais les efforts effectués par le Président de l'EPSA à faire valoir les droits de nos stations au sein du groupe N'Py qui persiste à faire de la résistance et de la rétention d'informations dans la réalisation de la place de marché départementale et régionale en gestation. Cet exemple illustre bien la guerre concurrentielle entre les stations de ski de la chaîne des Pyrénées.

Voilà Monsieur le Président de l'AADT 64, un bel exemple de notre voisin des Hautes-Pyrénées, dont j'aimerais que vous vous inspiriez, qui eux soutiennent des stations de sports d'hiver communales alors que nous-mêmes ne sommes même pas capable de soutenir nos deux stations départementales de manière beaucoup plus professionnelle en termes de marketing touristique.

Je vous remercie.

André Berdou