Les principales spécificités des « résidences de tourisme»

« La résidence de tourisme est un établissement commercial d'hébergement classé, faisant l'objet d'une exploitation permanente ou saisonnière. Elle est constituée d'un ensemble homogène de chambres ou d'appartements meublés disposés en unités collectives ou pavillonnaires, offerts en location pour une occupation à la journée, à la semaine ou au mois à une clientèle touristique qui n'y élit pas domicile. Elle est dotée d'un minimum d'équipements et de services communs. Elle est gérée dans tous les cas par une seule personne physique ou morale. » (arrêté modifié du 14 février 1986)

Elle comporte une obligation durable de location pour au moins 70% des chambres ou des appartements meublés, pendant au moins 9 ans grâce à un contrat de louange ou mandat qui lie l'exploitant au propriétaire.

Le concept de résidence de tourisme est né dans les années 1980 à l'initiative de constructeurs d'immobilier de loisir. Une réglementation particulière, différente de celle des hôtels, a régi son fonctionnement et ses obligations. Le principe de fonctionnement est le suivant : Un promoteur réalise un programme de logements (souvent en Vente en l'état futur d'achèvement) qui sont vendus à des investisseurs (souvent des particuliers) qui signent un contrat (souvent un bail commercial de 9 ans) avec un exploitant qui loue à des touristes et qui s'engage à verser un loyer aux propriétaires investisseurs.

Ce système, basé sur la mutualisation de la propriété des murs, évite aux exploitants la charge de l'investissement. Il a clairement permis de créer une offre spécifique d'hébergement, en appartements et plus récemment en maisons, accompagnée de services hôteliers, qui complète l'offre touristique traditionnelle de l'hôtellerie et de la location classique. Il s'agit d'un hébergement à forte intensité d'occupation (65% en moyenne annuelle) qui contribue fortement à l'animation des stations et qui génère des retombées importantes en termes de consommation, d'attractivité d'un site, et de fréquentation des infrastructures touristiques (remontées mécaniques, équipements publics).

Si les résidences de tourisme présentent des avantages certains, **il faut rester très vigilant sur la pérennité du produit**. Les collectivités locales doivent être tout particulièrement attentives à leurs conditions d'implantation et d'exploitation pour éviter que les résidences de tourisme ne se transforment rapidement en résidences principales ou en résidences secondaires classiques. Du point de vue aménagement et urbanisme, les résidences de tourisme sont implantées dans les zonez « tourisme », les résidences hôtelières, par contre ne peuvent s'installer qu'en zones « hôtelières » des documents de l'urbanisme (POS et PLU), zones interdisant le logement[1]. C'est ce critère d'urbanisme qui semble permettre réellement de les différencier des résidences de tourisme.

[1] Ce qui empêche la revente en découpage.

Quels sont les principaux acteurs intervenant dans les résidences de tourisme ?

Le montage d'une résidence de tourisme, de sa création à sa gestion, nécessite l'intervention de trois acteurs différents :

- **Le promoteur immobilier** sélectionne un site, conçoit le projet de résidence de tourisme et le construit ou réhabilite un bien immobilier. Ce sont en général des filiales immobilières de grands groupes de BTP ou de promoteurs locaux.

- **Le ou les commercialisateurs** vendent les logements du promoteur à des investisseurs privés. Il s'agit souvent d'agences spécialisées, si le promoteur n'a pas lui même une structure de vente, dans la mesure où la vente est réalisée auprès de particuliers français intéressés par les mesures de défiscalisation ou étrangers intéressés par l'achat avec loyer garantit.

- **L'exploitant touristique** loue les logements à ses clients pour le compte des investisseurs. Il est chargé d'assurer le versement de loyers aux investisseurs. Il y a en France environ 300 exploitants de résidences de tourisme, qui vont des grands groupes aux exploitants-propriétaires de petites unités.

Les métiers de promoteur immobilier et d'exploitant touristique sont totalement différents. Leurs intérêts sont mêmes divergents dans le sens où, le promoteur, profitant de l'attractivité des mesures fiscales, a intérêt a concevoir un produit le plus rentable pour lui (par exemple minimiser les surfaces communes, minimiser les coûts de construction), alors que l'exploitant, de son côté souhaite un produit le plus adapté à ses contraintes (avoir des surfaces communes accueillantes et spacieuses, avoir des matériaux de qualité résistants). Cependant, étant donné que le produit immobilier ne peut être vendu sans système d'exploitation, le promoteur est obligé de concevoir un projet en tenant compte des attentes de l'exploitant. Certains groupes ont ainsi fait le choix d'intégrer ces deux métiers tels que Pierre & Vacances, Maison de Biarritz, Mer et Golf, par exemple.

C'est l'établissement du prix de vente et des revenus versés aux propriétaires investisseurs qui est le point le plus délicat entre le promoteur et l'exploitant : alors que le promoteur a plutôt intérêt à rechercher le meilleur prix de vente, l'exploitant a intérêt à minimiser l'engagement de rentabilité qu'il a vis à vis des propriétaires, or cette rentabilité représente un pourcentage du prix de vente (plus le prix de vente est élevé, plus le loyer à verser est important).

Qui sont les investisseurs dans les résidences de tourisme ?

Trois types d'investisseurs peuvent être identifiés dans les résidences de tourisme :

- **Les investisseurs uniques** (non exploitants) qui sont, le plus souvent, des investisseurs institutionnels. Ils n'interviennent quasiment plus sur ce marché car les projets de type « résidence de tourisme » ne sont pas assez rentables (4% contre un minimum de 7% requis)

- **Les investisseurs exploitants**, propriétaires des murs et du fonds, qui sont généralement des exploitants régionaux indépendants et qui possèdent des résidences de taille relativement petite. Quelques opérateurs de taille plus importantes ont fait le choix de rester propriétaires de leurs murs (Citadines par exemple)

- **Les promoteurs investisseurs :** il faut s'en méfier car il 'agit en général d'acteurs qui ne recherchent que le meilleur produit financier sans se soucier de la logique touristique.

- **Les investisseurs particuliers en copropriété**, avec deux catégories en fonction des motivations d'achat :
    - le propriétaire « investisseur », intéressé par les mesures fiscales et par un placement financier garanti par un loyer annuel, il est souvent moins attentif à la qualité du produit
    - le propriétaire « patrimonial » qui prévoit dans le bail une jouissance personnelle du bien pendant quelques semaines durant l'année

Le mécanisme d'investissement dominant aujourd'hui est celui du portage par des investisseurs particuliers en copropriété qui représenterait 70% du marché des résidences de tourisme.

Ce mécanisme présente des risques pour la collectivité locale d'accueil. En effet, rien ne garantit que les particuliers envisagent un projet locatif à long terme qui dépasserait la durée de 9 ans du bail commercial signé avec l'exploitant. Il semblerait qu'entre 8 à 10% des lits en fin de bail sortiraient du parc des résidences de tourisme chaque année, chiffre qui ne pourra qu'augmenter dans les années à venir compte tenu d'un nombre de plus en plus important de logements concernés par une arrivée de fin de bail, et de la pression croissante du marché immobilier, en Hérault notamment.

Un contexte de hausse des prix d'achat de l'immobilier tend à inciter les propriétaires à réaliser leur actif d'autant plus que des travaux de réhabilitation sont souvent à prévoir au moment des renouvellements de baux. Certains propriétaires « patrimoniaux » sont les plus susceptibles de ne pas renouveler le bail dans la mesure où ils souhaitent occuper eux-mêmes le bien immobilier, phénomène plus marqué en littoral.,.

Le risque de non renouvellement du bail est encore accru en l'absence d'un vrai professionnalisme commercial de la part de l'exploitant. Si l'exploitation est rentable, l'exploitant se bat pour conserver de bons taux de renouvellement des baux.

Pourquoi les collectivités locales sont-elles favorables aux résidences de tourisme ?

Les collectivités locales sont en général favorables à la création de lits banalisés dans l'objectif de maintenir ou de développer la fréquentation touristique qui dynamise l'économie locale. Les résidences de tourisme présentent de nombreux avantages à leur yeux :

- La création d'emplois locaux.
- Des revenus fiscaux.
- la **gestion professionnelle** des résidences de tourisme assurent des taux d'occupation nettement supérieurs aux autres formes d'hébergement touristique.
- De part le réseau de **commercialisation performant** de l'exploitant, la collectivité locale est assurée d'être présente dans des catalogues, des sites Internet, en France comme à l'étranger (plus de 30% de la clientèle des résidences de tourisme est étrangère).
- La capacité à drainer les marchés étrangers assurent des **remplissages hors saison** qui permettent de maintenir l'activité dans la station tout au long de l'année.
- L'exploitant soucieux de maintenir l'attractivité du site, poursuit généralement une **politique sérieuse d'entretien** du bâti. Malgré la structure en copropriété, la collectivité locale est assurée de n'avoir **qu'un seul interlocuteur** durant la période d'engagement des propriétaires.

Pourquoi les collectivités locales doivent-elles être vigilantes ? quels sont les risques ?

Si la résidence de tourisme apparaît comme un bon moyen de développer des capacités de lits touristiques banalisés, elle présente néanmoins des risques que la collectivité locale doit mesurer :

- Le contexte économique et réglementaire actuel en matière d'immobilier de loisirs met les collectivités en situation d'être **séduites par de nombreux promoteurs**, en recherche active de terrains[2], souhaitant profiter des mesures fiscales et des opportunités de vendre des logements à des prix élevés[3]. Ces promoteurs, dont la vision est plutôt orientée vers le court terme, ne partagent pas forcément l'objectif de développement économique et touristique de long terme de la collectivité locale.
- Les collectivités locales doivent être conscientes de la **très forte concurrence actuelle** entre destinations touristiques au niveau national mais aussi international (Croatie, Espagne ...). Toutes les collectivités locales ne pourront pas avoir leur résidence de tourisme, si l'accès n'est pas très bon (sur ce point elles ne peuvent pas vraiment agir mais il n'est pas raisonnable d'envisager un projet si l'accessibilité est mauvais), si l'attractivité touristique du site n'est pas affirmée, si les équipements de loisirs et l''animation de la station ne sont pas bons.

[2] Le prix du terrain en zone « tourisme » étant beaucoup moins élevés qu'en zone « à urbaniser » des documents d'urbanisme.

[3] Le particulier investisseur est prêt à acheter cher un logement pour optimiser sa défiscalisation et à accepter une rentabilité faible car elle n'est pas le centre de son optimisation économique

- Une introduction de lits banalisés nouveaux n'a pas forcément comme conséquence de créer des flux nouveaux de touristes mais peut ne faire que **détourner des flux existants** et vider les hébergements touristiques plus anciens de leur clientèle (apparition de friches touristiques, paupérisation d'une partie de l'immobilier de la station).
- Une forte attractivité d'un site ne garantit pas en soi la pérennité de la fonction locative de la résidence de tourisme ; en effet la **perspective d'une forte plus-value peut convaincre le propriétaire de vendre** même avant sa période d'engagement selon la pression du marché immobilier local, il peut aussi faire pression sur l'exploitant .afin d'augmenter les loyers grevant ainsi la marge exploitant et fragilisant l'équilibre économique de la résidence.

Que faire ?

La collectivité doit vérifier, sans concession et avec réalisme, **le contexte économique** :

- L'**accessibilité** : la commune est-elle située sur des flux touristiques ? est-elle facilement accessible des principaux flux touristiques ?
- **l'attractivité touristique** est-elle avérée ?
- les terrains disponibles, les **questions environnementales et paysagères** : un nouveau développement ne va-t-il pas porter atteint à l'intérêt touristique de la commune, ses ressources en eau, son patrimoine paysager ?
- la pression locale du marcher foncier et immobilier.
- Le contenu de son règlement d'urbanisme pour la zone concernée.

La collectivité locale doit également vérifier que les conditions favorables à la **pérennité de la fonction touristique** de la résidence sont remplies :

- **qualité et solidité de l'exploitant** : surface consacrée aux équipements de loisirs ?
- possibilité de négocier des **durées d'engagement plus longues** que 9 ans en contre partie d'une participation de la collectivité locale aux équipements de loisirs ou des animations[4] ?
- existence d'une véritable **politique locale d'accueil et d'animation touristiques** ?
- la collectivité locale arrive-t-elle a établir un vrai **dialogue** avec l'exploitant/promoteur.
- **qualité du produit** envisagé : surface des logements, préoccupations environnementales
- **statut de la résidence (résidence de tourisme/hôtelière)**

[4] Dans la mesure où l'équipement est réellement ouvert au public et n'est pas réservé à l'usage exclusif de la Résidence.
Dans le cas inverse, l'aide de la collectivité est soumise au cadre réglementaire des aides aux entreprises.

La collectivité locale dispose de moyens de négociation :

- d'éventuelles aides à l'aménagement des terrains d'assiette (dans la limite des possibilités réglementaires d'aides aux entreprises), ou financement d'équipements de loisirs[5].
- Développement d'un terrain favorable à l'activité touristique sur l'année par des aménagements publics et des animations
- son règlement d'urbanisme

Les collectivités doivent rechercher le meilleur équilibre entre leurs efforts et ceux des promoteurs/exploitants.

Dix conseils pour réussir une résidence de tourisme :

L'opportunité de faire	**1 - S'assurer de l'accessibilité**: La commune doit être située sur des flux touristiques et avoir des facilités d'accès..
	2 - Existence de réels attraits touristiques locaux: Il faut vérifier au préalable l'existence d'attraits divers sur la zone de pertinence du projet.
	3 - Se poser les questions de l'environnement et du paysage: La disponibilité du terrain et de l'éventuelle destruction de l' « intérêt » touristique de la zone sont des points auxquels il faut réfléchir
	4 - Prendre en compte la pression locale du marché foncier et immobilier: Une forte pression immobilière aura pour effet d'encourager les investisseurs à revendre leurs biens
	5 - Vérifier le contenu de son règlement d'urbanisme pour la zone concernée: alors qu'une zone dite « hôtelière » empêche la construction de logements privatifs, et assure donc la nature touristique du projet, une zone « tourisme » permet la transformations de résidences de tourisme en hébergement classique.
Pérennité de la fonction touristique	**6 - S'assurer de la qualité et de la solidité de l'exploitant:** Il faut s'intéresser à la surface consacrée aux équipements de loisirs; plus celle-ci sera importante, plus le projet à de chance d'être un « vrai » projet touristique.
	7 - Négocier des durées d'engagement plus longues: Il faut essayer de dépasser la durée du bail de neuf ans, par exemple, en participant aux frais d'équipement.
	8 - Existence d'une véritable politique locale d'accueil et d'animation touristique
	9 - Présence d'un réel dialogue entre l'exploitant et le promoteur: L'exploitant connait les exigences des touristes et sait quels équipements sont les plus susceptibles d'attirer de nouveaux clients. La construction de la résidence doit donc répondre aux attentes de l'exploitant.
	10 – Miser sur la qualité: La qualité de l'hébergement (surface des logements, préoccupations environnementales..) est un élément clé de la réussite du projet.

[5] A usage de la population locale par exemple

Les chiffre clés (source SNRT):

- Les résidences de tourisme représentent 17,3% de l'hébergement touristique marchand en « dur » en France

- Les ¾ ont moins de 20 ans, 1/3 moins de 8 ans

- 70% appartiennent à des investisseurs particuliers en copropriété, 20% appartiennent à des exploitants propriétaires et 10% à un investisseur unique non exploitant

- 50% de la clientèle est familiale (90% en période de vacances scolaires)

- 1/3 de la clientèle est étrangère

- Pour les ¾ des lits, ce sont des chaînes nationales ou régionales qui exploitent (Pierre et Vacances, Citadines, Transmontagne, Eurogroup, France Location, Mer et Golf, Lagrange, Odalys, Citéa …)

- La taille moyenne d'une résidence est de 81 appartements (soit près de 350 lits)

- Les prévisions de création pour les trois années à venir : rythme de 25 000 lits par an

Pour en savoir plus sur les opérateurs et les montages efficients :

Résidences de tourisme, Acteurs du marché et processus de montage financier, Mini-Guide, ODIT France, Août 2006 (Disponible sur le site ODIT France: http://www.odit-france.fr/)

Résidences de tourisme, cahier Espaces, avril 2007

Site pro du CDT: http://www.cdt-herault.fr/

Textes officiels :

Arrêté du 14 février 1986 (J.O. du 6 mars 1986), modifié par les arrêtés du 27 avril 1988 (J.O. du 8 mai 1988), du 7 avril 1989 (J.O. du 27 avril 1989), du 10 avril 1991 (J.O. du 18 avril 1991), du 18 juin 1992 (J.O. du 3 juillet 1992). fixant les normes de classement des résidences de tourisme.