

DÉBAT PUBLIC CENTER PARCS LE ROUSSET

20 AVRIL AU 4 SEPTEMBRE 2015

CAHIER D'ACTEUR
N°7 - Août 2015



Savoir-Comprendre-Agir (SCA) est une association loi de 1901 fondée en 2010. Elle a pour objet de favoriser toutes formes de réflexions, de concertations et d'actions permettant la mise en place et le développement de projets écologiques, cette notion étant prise dans son sens politique comme dans son sens scientifique. Elle milite pour que les projets qu'elle estime la concerner en fonction de leur localisation ou de leur sujet soient menés selon des procédures et des processus de décisions ouverts et démocratiques, impliquant les citoyens et respectant en particulier la Charte de l'Environnement et la Convention d'Aarhus.

Contact : sca@styblog.net

DE QUOI CENTER PARCS EST-IL LE NOM ?

Le projet de construction d'un centre de vacances de type Center Parcs pouvant recevoir plus de deux mille personnes sur la commune rurale du Rousset en Saône et Loire s'inscrit dans le projet plus large de la société Pierre & Vacances (P&V) de multiplier ses domaines aqualudiques sur le territoire national.

En ce mois d'août 2015 quatre dossiers sont avancés simultanément alors qu'un Center Parcs vient tout juste d'être inauguré dans la Vienne.

Les questions qui se posent à propos du projet au Rousset sont donc d'une portée générale et dépassent sa conception précise, en ce lieu-là, qui le distinguerait des autres parcs envisagés à Roybon, Poligny ou Pindères et Beauziac.

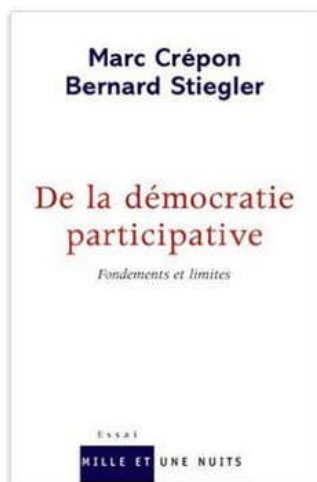
Il s'agit pour nous au contraire de *rechercher les principes qui le sous-tendent et définissent le concept* en lui-même ainsi que *la forme de décision* qui l'accompagne dans chaque cas de figure.

UNE DEMOCRATIE DE CONNIVENCE

La proximité du promoteur avec le personnel politique

Le 10 juillet dernier, devant une foule de notables de la région, M. Raffarin ancien 1er ministre après s'être incliné devant son « *cher Gérard Brémont* » déclarait que sa participation à l'inauguration du Center Parcs du Bois aux Daims était *le plus beau jour de [sa] vie de Sénateur*. Quelques mois plus tôt, c'était *la Présidente de Région Ségolène Royal*, avant qu'elle ne devienne ministre de l'écologie, qui se hâtait de poser la première pierre de ce parc en compagnie du multimillionnaire président de Pierre & Vacances.

Ce même Gérard Brémont avait été aperçu en octobre 2012 dans les couloirs de Bercy pour une rencontre avec *le ministre du budget J. Cahuzac* qui, miraculeusement, ajoutait quelques jours plus tard un amendement de dernière minute à la loi de finances. Celui-ci avait pour effet de prolonger de quatre ans le dispositif de *niche fiscale Censi-Bouvard* dont bénéficient les acquéreurs de cottage dans les Center Parcs.



Ce niveau de proximité entre le patron de P&V et le personnel politique de haut niveau se répercute dans les régions où les élus locaux accueillent P&V avec la plus grande bienveillance. Les premiers contacts et les recherches initiales de terrains propices à l'entreprise se font discrètement à l'écart

de la population, presque entre amis ⁽¹⁾. Le grand public est informé tardivement quand les accords sont sur le point d'être conclus et que les opérations de communications peuvent commencer pour *annoncer la bonne nouvelle*.

Un débat sans impact

Le Débat Public sur les projets Le Rousset/Poligny est une première pour P&V et les élus locaux qui y sont liés par des protocoles d'accord. La règle du jeu en est claire : *le promoteur en tirera les conclusions qu'il voudra bien en tirer*, sans aucune contrainte et quelle que soit la teneur du rapport de la commission du débat. Il ne s'agit donc que d'un habillage (pseudo)démocratique dont le seul intérêt est de pouvoir dire qu'il a eu lieu et que les opposants au projet peuvent s'y exprimer ... avec la quasi certitude de n'être pas entendus. Nous ne doutons pas que P&V saura en tirer des bénéfices en termes de communication et vantera ses *capacités d'écoute* !

L'effacement du travail antérieur

Center Parcs efface tout !

Les perspectives de développement du département, construites préalablement pour asseoir son identité économique et culturelle, particulièrement celles du domaine touristique, passent désormais au second plan. Balayée *la culture de l'itinérance* que l'Agence Départementale du Tourisme de S&L essayait d'instiller en soutenant des projets modestes répartis sur le territoire, désormais supplantés par le parc central et dominateur.

Caducue la démarche participative du projet SIRIUS qui n'avait pas prévu dans les besoins du département

l'émergence d'un centre de vacances fermé pouvant accueillir plus de deux milles personnes toute l'année.

Quant aux Voies Vertes et pistes cyclables, leur intérêt pour le tourisme régional s'écroule face au flot bihebdomadaire de voitures dirigé vers le Rousset. Les citoyens devront s'adapter et comprendre que « *pour une fois que quelqu'un s'intéresse au monde rural ...ça ne se refuse pas* » (2).

L'IDEOLOGIE DE LA CROISSANCE ET LE MOT D'ORDRE « TINA »

Le règne de l'économisme

Un Center Parcs est censé doper le département d'un point de vue économique : les élus qui se succèdent à la tête du département se rejoignent pour apporter un soutien sans faille à P&V sur cette base, considérée comme leur mission essentielle voire unique. Le *développement du PIB et la création d'emplois* sont à leurs yeux des objectifs si incontournables qu'aucune discussion n'a lieu d'être à leur sujet. La partie de la population qui les remet en cause est présentée comme étant composée de *terroristes verts* rassemblés dans des *groupuscules d'ultra idéologistes* ⁽³⁾. Aucune prise de distance avec cette fausse évidence ne peut être envisagée de la part des décideurs et surtout pas l'émergence de la conscience qu'elle serait elle-même le fruit d'une idéologie. *Il n'y a pas d'alternative*, il faut investir, construire, bétonner, embaucher sinon ce serait la mort du territoire ! *La finalité n'est pas importante, la promesse de chiffres qui augmentent emporte tout*.

Tout au long du débat public les élus locaux ont multiplié leurs déclarations de soutien au projet sur la base de cette croyance : « TINA » ⁽⁴⁾.

L'art de vendre des promesses

Dès lors Pierre & Vacances a carte blanche pour raconter une belle histoire. Spécialiste de la vente de rêves de bonheur à ses clients, l'entreprise peut déployer ses talents pour faire rêver les élus et les acteurs économiques du territoire. Le *Dossier du Maître d'Ouvrage* est une superbe plaquette marketing dont la mise en page soignée masque la fragilité des arguments ... aux yeux de tous ceux qui sont convaincus d'avance. Le Center Parcs du Rousset ne sera pas comme les autres !

DÉBAT PUBLIC Center Parcs Le Rousset

CNDP - 244 boulevard Saint-Germain - 75007 Paris - Tél +33 (0) 800 30 41 01
cpdp-centerparcslerousset@debatpublic.fr - <http://cp-lerousset.debatpublic.fr>

Les clients ne seront pas captés par les activités du parc mais iront dépenser leur budget loisir dans les commerces du Charolais. Une vague enquête d'opinion menée par P&V auprès de ses clients le promet : s'ils viennent dans le Center Parcs du Rousset se sera avec l'intention d'en sortir plus. La conclusion coule de source : il y aura une multitude d'emplois induits ... puisqu'une extrapolation tout à fait hasardeuse faite à partir des comportements constatés en Moselle ⁽⁵⁾ affirme que des millions d'euros seront dépensés hors du domaine.

P&V promet également que Center Parcs sera un équipement hautement écologique qui bénéficiera à l'environnement et à la biodiversité des lieux ... et nous demande simplement d'oublier le déboisement, le bitume, la consommation d'eau, le chauffage permanent de la bulle tropicale, le trafic routier, etc...

Un bilan sur une seule colonne

Même dans le cadre de leur vision économiste les supporters du projet ne se positionnent pas de façon équilibrée. Borgnes, ils ne voient qu'une seule colonne au bilan, celle de l'actif constitué et oublie de mettre en face le coût du projet et les pertes induites par leur décision. Investir des fonds publics de cette importance (plusieurs dizaines de millions d'euros) n'est pas neutre pour les finances du département déjà en équilibre instable. L'argent investi dans le Center Parcs en lieu et place de P&V ⁽⁶⁾ manquera automatiquement dans d'autres domaines ayant besoin de soutien. Le retour sur investissement est prévu sur vingt ans. Pendant ce laps de temps, les élus comptent sur le coup de fouet que Center Parcs donnera à l'activité locale, en omettant complètement de prendre en compte la dépression créée simultanément par cette ponction sur les budgets publics. Qui leur dira le nombre d'emplois perdus parce que le coup de pouce nécessaire pour les sauver n'est pas venu ? Qui mesurera l'effet négatif de la mauvaise qualité des réseaux internet et mobile sur les entreprises installées en milieu rural, elles qui devront attendre le Haut Débit de nombreuses années encore ⁽⁷⁾ faute d'investissement suffisant du département ? ⁽⁸⁾. L'eldorado que croient voir ces décideurs s'évanouit dès que l'on ouvre les yeux sur la face noire du projet, les destructions qui accompagnent sa création.

Les égoïsmes en jeu

Bien sûr, Center Parcs génère des profits. S'ils sont principalement engrangés par Pierre & Vacances, il y a incontestablement des retombées dans la proximité directe des parcs. Celles-ci sont à la base d'un grand nombre des soutiens qui se manifestent avec le plus de virulence. Loin de toute considération d'ensemble, tel maire d'une commune proche ou tel président de communauté de communes qui en espère des retombées fiscales ⁽⁹⁾ à son profit se battra pour l'implantation du village de vacances, en faisant mine d'oublier le mode de financement qui implique l'ensemble de ses collègues du département. De même, les acteurs économiques privés directement intéressés par les commandes liées à la construction du parc clament leur soutien ⁽¹⁰⁾ au projet en reprenant sans scrupule l'intégralité de l'argumentaire délivré par P&V dans une sorte de forcing destiné à ne laisser s'échapper en aucun cas la poule aux œufs d'or. Le Débat Public est en grande partie orienté par ces acteurs décidés à ne considérer la question que par le petit bout de leur lorgnette et qui s'organisent en groupes de pressions.



L'AVEUGLEMENT PAR RAPPORT A LA CRISE CLIMATIQUE

Avec Center Parcs le saccage de l'écosystème humain se poursuit

Au-delà de l'emballage pseudo environnemental que P&V donne à ses projets il reste qu'ils consistent à artificialiser des centaines d'hectares d'espaces naturels dans un but commercial. Les zones humides sont détruites ou perturbées de même que la faune locale. Des quantités considérables d'eau sont utilisées et des rejets abondants sont susceptibles de perturber les cours d'eau, particulièrement en période de sécheresse. Le

chauffage des équipements de loisirs pour simuler le climat tropical constitue une *gabegie de calories*. Du CO₂ est émis en masse pendant la construction du site puis à flot continu pendant toute la durée de son exploitation via les centaines de millions de kilomètres cumulés qu'effectuent les clients pour se rendre sur les sites. ⁽¹¹⁾

Le choix volontaire d'une direction contraire aux urgences de l'époque

La *recherche du profit* ne peut pas s'embarrasser de considérations d'ordre général, de préservation des biens communs, de bien vivre des populations. Le

Hervé Kempf
Comment
les riches détruisent
la planète



POINTS

business doit continuer même lorsque *l'alerte est donnée concernant les risques majeurs pour l'humanité* qu'engendre ce mode de fonctionnement basé sur la croissance. L'accroissement du nombre de projets Center Parcs en témoigne. Les élus au pouvoir, *quelle que soit*

leur étiquette politique, sont rangés derrière cette même conception affirmant que ce sont les marchés qui doivent donner la direction. Ils ont dès lors le sentiment de *bien faire leur travail* lorsqu'ils appuient des *Grands Projets Inutiles et Imposés* quelles qu'en soient les conséquences écologiques et sociales à court ou moyen terme.

L'artificialisation de la relation aux choses naturelles

La création de besoins artificiels et la marchandisation de la nature sont la base du *développement du tourisme industriel* que prône Pierre & Vacances. Tout est fait pour fausser la relation de l'homme avec son environnement. Center Parcs prétend abolir les distances et les saisons en simulant toute l'année des plages sous ambiance tropicale dans le Charolais ou le Jura. Sous la pression de la publicité et du marketing *cette artificialisation s'ancre dans les cerveaux et les imaginaires* au point que les modes de vie et de consommation qu'elle engendre

sont perçus comme la normalité. Selon les projets en cours, des millions de personnes vivant à proximité des immenses espaces naturels de la région Rhône-Alpes sont susceptibles de se déplacer sur des centaines de kms pour bénéficier de l'entrée que P&V leur vendra dans des *domaines naturels préfabriqués* de quelques hectares.

Pour un retour à l'authenticité

L'élaboration de Center Parcs en ce début de XXIème siècle est *le reflet des dérives* nombreuses que subit notre société sous l'emprise des marchés et des marchands. Les mots y ont perdu leur sens et le langage est dévoyé. La consultation démocratique des citoyens n'est en réalité que la couverture qui valide les *volontés d'une oligarchie*. L'investissement dans le développement d'un territoire justifie *l'accaparement des budgets publics* au profit d'entreprises privées. Les démarches de qualité environnementale sont destinées à faire accepter la privatisation et la *destruction d'espaces naturels* jusqu'alors préservés. Nous refusons Center Parcs et son concept de *tourisme hors-sol et hors-temps* pour revendiquer un retour à plus d'authenticité dans nos styles de vie, de production et de consommation.

Notes :

- (1) Cf. les propos introductifs du maire de Cluny le 13 mai 2015 à l'Atelier Tourisme <http://bit.ly/1hFSPKB>
- (2) Déclaration d'un élu local le 6 juin lors de la visite du site
- (3) Communiqué de presse signé MC Jarrot et G. Gordat le 26/12/14 et proposition de vœu de l'AMSL-71 du 8/04/15 <http://amsl-71.fr>
- (4) « There Is No Alternative » slogan politique prononcé par M. Thatcher en 1980 pour justifier sa politique ultra libérale <http://bit.ly/1TJOIhM>
- (5) Etude réalisée pour P&V par le cabinet Utopies. Des liens de proximité entre ce cabinet et P&V sont avérés.
- (6) En Allemagne P&V sans concours publics peine à rassembler les fonds privés nécessaires à l'investissement (240M€) pour le CP d'Allgau fr.wikipedia.org/wiki/Center_Parcs
- (7) Les 60 M€ que doit investir le CD71 doivent être échelonnés sur 7 ans. De plus 25 M€ sont laissés à la charge des Com. de Communes et autres EPCI.
- (8) Voir la présentation « Center Parcs un équipement qui appauvrirait le Département » - Archives de la réunion publique du 8/06/15 <http://bit.ly/1jMMN89F>
- (9) Voir le Point de Vue n°25 du Président de la CC « Entre la Grosne & le Mont St-Vincent » cp-lerousset.debatpublic.fr/points-de-vue
- (10) Cf. les nombreuses pages de publicité vantant le projet passées cet été dans le JSL par les Chambres Consulaires et Syndicats Professionnels.
- (11) Voir sur le site du débat public le Point de Vue n°17 « Center Parcs et la crise climatique » cp-lerousset.debatpublic.fr/center-parcs-crise-climatique