

L'appel de l'Umih 84 aux candidats aux municipales

En prévision des élections municipales en mars prochain, l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie de Vaucluse (Umih 84) s'invite dans la campagne en publiant 'Destination tourisme', un livret en forme d'appel aux candidats pour favoriser l'activité touristique dans les communes.

« Les acteurs du secteur se mobilisent pour aller à la rencontre des candidats afin de porter nos idées, souligne Patrice Mounier, président de l'Umih 84. Nous lançons un appel aux maires à travailler ensemble, main dans la main, pour être force de propositions afin que chacun puisse bénéficier toute l'année du dynamisme économique généré par l'activité touristique. »

■ Taxe de séjour et maîtrise du parc d'hébergement

Dans un département qui regroupe 1 607 restaurants, 340 hôtels, 356 cafés/bars, 84 traiteurs et 12 discothèques, l'Umih souhaite interpeller les candidats sur des sujets porteurs comme l'attractivité touristique, l'emploi, la fiscalité, les réglementations ou encore l'amélioration de l'empreinte écologique des établissements et le développement des circuits courts. « On souhaite une position claire des maires sur des questions telles que la collecte de la taxe de séjour ou la maîtrise du parc d'hébergement face aux plate- formes de location comme Airbnb, explique le président de l'Umih 84. Demain, les nouvelles prérogatives des maires vont les amener à prendre des dispositions importantes, explique le président vauclusien. Qu'il s'agisse de fiscalité ou de règlementation (vie nocturne, ouverture de débit temporaire de boisson), leurs choix vont influencer le développement des cafés, hôtels et restaurants et auront un effet sur l'activité économique dans chaque commune. »

« Un délégué au tourisme dans chaque mairie du Vaucluse. »

Et pour faire du tourisme un facteur de valorisation pour toutes les communes, l'Umih invite les futurs maires à nommer des adjoints entièrement délégués à ce secteur d'activité.



■ Valoriser et accompagner l'activité touristique

« Sur le plan national on n'a pas de ministre du tourisme et il en est de même dans les mairies où il n'y a aucun relais, se désole Patrice Mounier. Or dans le Vaucluse, il n'y a pas une ville qui n'accueille pas du tourisme. Parmi nos propositions, nous souhaiterions qu'il y ait un délégué au tourisme dans chaque mairie du Vaucluse qui puisse trans- mettre aux établissements publics de coopération intercommunale (ndlr : détentrices de la compétence Tourisme) les volontés des acteurs du secteur et qui ait surtout une vraie marge de manœuvre pour valoriser et accompagner l'activité touristique, qui reste la première industrie dans notre département. »

La CPME au cœur des élections municipales

La Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME) de Vaucluse invite ses adhérents à venir échanger avec les candidats aux élections municipales des principales communes du Vaucluse.

L'occasion pour les chefs d'entreprise de débattre sur les enjeux économiques du territoire avec les futurs élus qui seront notamment questionnés sur les thèmes de la fiscalité locale, du commerce et de l'animation ainsi que de l'attractivité des centres-villes, des marchés publics et de la commande publique, de la mobilité et des trans- ports, du numérique et de l'accès au très haut débit ainsi que de la collecte des déchets. Autant de problématiques que la CPME 84 a souhaité mettre en avant lors de cette rencontre qui, en raison de la jauge de la salle, sera limitée aux 100 premiers inscrits.

Vendredi 21 février. 8h30. Campus de la CCI. Allée des Fenaisons. Avignon. contact@cpme84.org. 04 90 14 90 90. www.cpme84.com



Dépôt des déclarations de candidature

La <u>préfecture de Vaucluse</u> informe que les déclarations de candidature pour les élections des conseillers municipaux et communautaires des dimanches 15 et 22 mars 2020 seront reçues du mardi 11 février au jeudi 27 février (jours ouvrés uniquement) pour le 1er tour, et du lundi 16 mars au mardi 17 mars 2020 pour le second tour.

Quelle que soit la population de la commune où ils souhaitent se présenter, les candidats devront obligatoirement déposer et faire enregistrer leur candidature préalablement au scrutin. Pour les communes de l'arrondissement d'Avignon, elles sont à déposer aux lieux et horaires suivants : à la préfecture de Vaucluse, 2 avenue de la folie à Avignon, de 8h30 à 11h30 et de 13h30 à 16h30. Pour les communes de l'arrondissement de Carpentras, les démarches se déroulent à la sous-préfecture de Carpentras, 62 avenue de la sous-préfecture à Carpentras, de 8h30 à 11h45 et de 13h30 à 16h30. Enfin, pour les communes de l'arrondissement d'Apt, il faut se rendre à la sous-préfecture d'Apt, place Gabriel Peri à Apt : de 8h30 à 11h45 et de 13h30 à 16h30. Les trois sites voient exceptionnellement les horaires étendus à 18h les jeudi 27 février 2020 et mardi 17 mars 2020.

Il est vivement conseillé de prendre rendez-vous pour déposer un dossier de candidature. La prise de rendez-vous ne concerne cependant que le 1er tour de scrutin. Le planning de rendez-vous est accessible sur le site internet de la préfecture.

Les imprimés CERFA, les modèles de mandat, le guide du candidat et toutes les informations utiles sont disponibles en ligne sur le site internet de la préfecture de Vaucluse <u>www.vaucluse.gouv.fr</u> (rubrique 'élections municipales 2020 – candidatures').

Elections municipales : faire bonne impression

En mars 2020 les élections municipales vont mobiliser toutes les énergies. D'ici là, tracts,





affiches, professions de foi, jusqu'aux bulletins de vote, rien ne sera laissé au hasard pour séduire l'électorat. Au Thor, l'imprimerie Quadrifolio est d'ores et déjà à l'œuvre et prodigue ses conseils aux candidats. Implantée depuis bientôt 20 ans sur la commune, l'entreprise bénéficie du savoir faire et de l'expérience acquise en plus 40 ans de métier par ses deux créateurs.

Sur la route de l'Isle-sur-la- Sorgue, la grande enseigne multicolore interpelle souvent les automobilistes. Une gigantesque baie vitrée ouverte sur l'extérieur accueille les clients professionnels et particuliers. L'atelier de création PAO (Publication assistée par ordi- nateur) est en accès direct au côté de l'accueil et du secrétariat. En arrière, la zone dédiée à l'impression numérique est équipée des dernières technologies en la matière.

En fond de bâtiment, les connaisseurs retrouvent l'odeur caractéristique des 'Offsets 4 couleurs' et des presses feuille à feuille destinées aux travaux de haute qualité. Les puristes retrouvent avec nostalgie, l'éclat des vieilles Heidelberg toujours performantes malgré leur âge parfois avancé. D'ici quelques semaines, tout ce matériel tournera à plein régime pour répondre aux exigences des impressions destinées aux campagnes électorales.

■ Le premier partenaire des candidats

A travers tous les méandres des règlements officiels et des contraintes techniques, le premier partenaire des futurs maires demeurera leur imprimeur qui prendra en charge toutes cette communication visuelle et souvent les conseils qui l'accompagnent. Un rôle primordial souvent méconnu et un enjeu économique de taille. Pour Quadrifolio, comme pour beaucoup de ses confrères, c'est déjà le temps des premiers devis et des conseils avisés. Car même si pour l'heure tous les candidats ne sont pas déclarés, leurs équipes sont déjà à la manœuvre pour préparer 6 mois de communication intense. Pour les nouveaux, il va falloir se faire connaître et afficher ses ambitions. Pour les sortants, la Loi interdisant l'utilisation des moyens de la collectivité pour faire sa promotion, il va falloir revendiquer un bilan et présenter un nouveau programme.

■ Une élection pas comme les autres

Le scrutin municipal conserve toujours dans le cœur des électeurs une place toute particulière. Pour la majorité des habitants, l'enjeu n'est quasiment plus politique mais relève plus de l'affectif et des intérêts de proximité. Ils ne sont pas rares les candidats qui rassemblent bien au-delà de leur convictions politiques. On choisit une personnalité bien plus qu'un parti et une réputation tout autant qu'un programme. De plus, pour 2020, la tendance actuelle des listes d'alliances recomposées et néanmoins sans étiquette favorisera les leaders charismatiques (fussent il des plus iconoclastes) bien plus que les porteurs d'une



parole raisonnée et durable. Dans cet imbroglio d'idées et de projets, il sera difficile de faire émerger une parole claire et visible. Au-delà des réseaux sociaux et de leur affichage toujours suspecté de fausseté et de manipulation, seule la chose écrite semble garder la confiance de l'électeur moyen. Ainsi la 'propagande' électorale imprimée traditionnelle a-t-elle encore de beaux jours devant elle. Il faudra partir à l'assaut des boites aux lettres et dispenser la bonne parole.

■ Le choix de la proximité

Si dans les grandes villes, les candidats font souvent appel à des équipes de spécialistes de la communication, il en est tout autre dans les communes de tailles plus modestes. Regroupée autour du candidat tête de liste, c'est une petite équipe de bénévoles qui s'affairent à mettre au point la stratégie et la promotion de leur champion. Ainsi se profilent au fils des semaines, ceux qui seront, de par leur implication et leur travail reconnu, en mesure d'assumer, une fois élus, les charges d'adjoints et des délégations qui s'y rattachent. Mais le conseiller le plus avisé, celui qui fera profiter de sa grande expérience du terrain et des pratiques, reste assurément un homme de l'ombre : l'imprimeur local. Chez Quadrifolio, c'est Gérard Tomei qui assume cette lourde charge et qui depuis des années au fil des mandats et des changements d'équipes municipales conseille et adapte les demandes des futurs élus. Une expérience très précieuse pour tous les clients.

■ Subrogation : c'est l'Etat qui paye

Parmi les missions méconnues de l'imprimeur, la prise en charge des démarches de subrogation de paiement est assurément celle qui séduit bon nombre de candidats. Ainsi, toute la propagande officielle, profession de foi, affiches électorales et bulletins de vote seront directe- ment pris en charge par l'Etat via la préfecture. Le candidat devra signer un acte de subrogation et la facture sera payée plus tard sans qu'il ait besoin de faire l'avance ce qui pourrait constituer un frein non négligeable à sa candidature. Les sommes en jeu sont proportionnelles au nombre d'habitants et peuvent parfois monter à plusieurs milliers d'euros. Mais le cadre est strict et l'administration électorale n'a guère le sens de l'humour lorsqu'il s'agit de passer à la caisse. L'imprimeur devra tout d'abord être agréé par les services de la Préfecture. Il devra ensuite se conformer très précisément aux données techniques liées à l'impression des documents. Un papier et une épaisseur codifiés, des assemblages de couleurs interdits (le bleu blanc rouge par exemple est réservé à l'Etat pour ses documents officiels), des dimensions respectées au millimètre près notamment pour les bulletins de vote qui devront rentrer dans les fameuses petites enveloppes le jour du scrutin. Dans ce domaine l'expérience et le savoir-faire de l'imprimeur sont irremplaçables. Quant à la concurrence des imprimeurs en ligne, Gérard Tomei est assez philosophe: « Vous



savez, certains ont été tentés de succomber aux charmes des sirènes des sites d'impression sur internet et à leurs tarifs souvent très compétitifs pour cause de fabrication en Chine ou autres paradis à dumping social. Hélas, les résultats ne sont souvent guère à la hauteur des espérances. La fiabilité et le sérieux restent notre force principale ». Force est de constater que les erreurs dans les mises en pages ou les choix de couleurs, les délais de livraison plutôt chaotiques et l'absence de conseils ou d'interlocuteur sérieux ont tôt fait de refroidir les partisans parmi les plus ardents des prix sacrifiés.

■ « On ne badine pas avec l'imprimerie »

« On ne badine pas avec l'imprimerie » pourrait-on dire en paraphrasant la célèbre pièce de Musset. D'autant que le rôle de l'imprimeur ne s'arrêtera pas à cette simple transmission de factures. En effet, ce dernier pourra aussi assister voire déposer au nom du candidat les documents de campagne qui devront passer obligatoirement devant une commission de propagande qui se réunit traditionnellement en préfecture et valide leur conformité. Idem pour l'image visuelle du candidat qui sera son identité graphique reconnaissable sur tous ses supports matériels ou numériques. Souvent l'imprimeur conseille et ajuste une charte de couleurs et un choix de police de caractères qui constitueront la charte graphique de la liste. Pour Quadrifolio : « La notion de conseil est essentielle dans les relations qui se bâtissent petit à petit entre le candidat et son imprimeur. Il en est de même pour la confiance qui doit s'établir entre eux car la confidentialité professionnelle de l'imprimeur est proche de celle d'un médecin ou d'un avocat : ne rien communiquer sur son client ni même parfois en confirmer l'identité, cela fait aussi partie de notre éthique »

■ Une réactivité à toute épreuve

Enfin, dernier atout d'importance dans la manche de l'imprimerie du Thor: une vraie capacité à réagir rapidement aux demandes du candidat. Face à un tract polémiste de l'adversaire, il faut parfois être en mesure de répondre dans les heures suivantes. Seule la proximité et le professionnalisme de l'imprimeur pourront assurer ce rôle. Gérard Tomei confie d'ailleurs à l'occasion quelques anecdotes croustillantes sur des élections passées où la bataille des tracts en réponse aux réponses obligeaient son équipe à passer des nuits complètes pour livrer au petit matin suivant les tracts vengeurs. De même, lorsque les incontournables imprévus surgissent, il faut être en mesure de s'adapter. Plusieurs listes ont dû réimprimer dans la nuit des bulletins de vote jugés impropres à la distribution par la Préfecture pour cause de tâches ou de malfaçons. Plus classique, la célèbre période de l'entre- deux-tours où se nouent souvent les alliances de listes ou les changements de programme et où l'imprimeur doit passer des nuits blanches pour que bulletins de vote et professions de foi soient livrés en temps et en heure afin que tous les candidats fassent bonne impression.

15 novembre 2025 |



Ecrit par le 15 novembre 2025

Alphonse Pasturel