

Compte-rendu Atelier n°1 : Pôles Touristiques Structurants
Lundi 3 juin - Conseil Général

Etaient présents :

Laurent Beaussoubre – Chargé de mission tourisme – Conseil Région d'Aquitaine
Hélène Bizeul – U.D.O.T.S.I.
Jean-Michel Bouillerot – Président de l'U.D.O.T.S.I.
Olivier Chabreyrou – Pays du Périgord Vert
Florent Delbos – Chargé de mission Pays du Périgord Vert
Annie Drouilhet – Présidente de l'O.T Lascaux Vallée Vézère
Pascal Dupouy – Directeur de l'O.T Bergerac Sud Dordogne
Pauline Gasseling – Chargée de mission Tourisme - Communauté de Communes Bastides Dordogne Périgord
Gilbert Geral – Président de l'O.T d'Hautefort
Nathalie Girol – Chargée de mission Pays du Grand Bergerac
Anthony Goreaud-Ponceau – I.U.T. Tourisme
Isabelle Hyvoz – Président de l'O.T Périgord Gourmand, Communauté de Communes du Pays Thibérien
Estelle Lachaud – Directrice générale adjointe Communauté de Communes Bastides Dordogne Périgord
Pierrette Laffitte – Chargée de mission Pays Périgord Noir
Carole Lavaud – Responsable du service Tourisme - Communauté de Communes du Ribéracois
Lydie Laviale – Chargée de mission Pays de l'Isle en Périgord
Christian Léothier – Président de l'OT de Belves
Marjolaine Manein – O.T de Périgueux
Claude Martinot – Président de l'O.T Périgord Dronne Belle
Marie Moulène – Conseillère municipale de la Ville de Périgueux déléguée aux questions relatives au développement économique, au tourisme, au commerce, à l'artisanat et à l'emploi
Jérôme Neveu – Directeur du S.D.H.P.A.
Boualhem Rekkas – Directeur de l'O.T Sarlat Périgord Noir
Vincent Renard – Service économique Communauté de Communes du Pays de Jumilhac le Grand
Jean-Philippe Sautonie – Directeur général adjoint du Conseil général, en charge de l'Organisation et du Développement Territorial
Gérard Soulié – Président de la Commission Tourisme - Communauté de Communes Sarlat – Périgord Noir
Evelyne Valadié – Chef du Bureau d'Appui à la Professionnalisation des Acteurs du Tourisme - service du Tourisme et du Développement Touristique Conseil Général

Introduction Jean-Philippe Sautonie, Directeur Général de l'Organisation et du Développement Territorial du Conseil général :

Cet atelier s'inscrit dans la continuité de la Première Conférence Départementale du Tourisme qui s'est déroulée le 24 janvier dernier.

Ce travail de préparation du nouveau schéma touristique départemental s'inscrit dans un contexte en pleine évolution, notamment, avec le projet Acte III de la Décentralisation, les

fusions des EPCI et le regroupement des offices de tourisme. Il s'inscrit également dans une conjoncture financière incertaine, notamment à travers la refonte des critères d'éligibilité au programme européen avec l'enjeu, pour nos territoires, d'inscrire les politiques touristiques. La volonté du Président est de définir une politique départementale par une démarche concertée et partenariale permettant de créer une véritable dynamique départementale sur l'ensemble du territoire.

Le Département poursuivra les investissements sur les sites départementaux pour renforcer l'offre touristique des territoires (Bourdeilles, sites de pleine nature, ...) avec un projet phare Lascaux IV.

La stratégie de promotion du Périgord, l'animation des filières et la structuration de l'offre sont confiées au Comité Départemental du Tourisme (Lascaux III, stratégie de marque, ...).

Christophe Gravier présente la méthodologie d'animation des ateliers.

Les objectifs à atteindre avec le groupe de travail à l'issue de cet atelier :

Sachant que pour développer le tourisme en Dordogne, nous ne pourrons pas redistribuer les richesses historiques et naturelles du Périgord Noir aux autres Périgord et que les ressources financières sont et/ou seront de plus en plus difficiles à mobiliser :

Comment faire croître le gâteau touristique « global » en aidant les territoires à être encore plus attractifs, à renforcer l'attractivité du Périgord ?

Comment passer d'un « territoire de zones et de compétences » à un « territoire de destinations infra-départementale, de projets et de réseaux » conçu pour les clients et autour du client, du marché... ?

Comment susciter les coopérations, développer de nouveaux cadres collectifs d'actions ?

Comment développer des réseaux de solidarité et d'apprentissage collectifs entre les destinations ?

Comment mieux nous organiser pour être plus attractifs ?

Les participants associés :

Des E.P.C.I., les principaux Offices de Tourisme, Conseil Régional d'Aquitaine.

La Thèse :

Pensez-vous que le nouveau découpage des E.P.C.I. est en cohérence avec l'organisation de l'offre touristique (au sens large) de demain ?

Les participants se positionnent à tour de rôle, selon leur opinion, sur l'échelle de valeur suivante :

- ++ = tout à fait d'accord
- + = d'accord
- = pas d'accord
- = pas du tout d'accord

Nombre de votants : 24

Résultat des votes :

--	-	+	++
3	13	8	
-- et - = 16 votes pas d'accord		+ et ++ = 8 votes d'accord	

Commentaires recueillis suite aux votes des participants :

Le tableau ci-dessous retranscrit les commentaires des participants :

Pensez-vous que le nouveau découpage des E.P.C.I. est en cohérence avec l'organisation de l'offre touristique (au sens large) de demain ?

-- et -	+ et ++
<ul style="list-style-type: none">♦ Quelle est l'échelle pertinente pour un pôle touristique structurant : 1 territoire d'EPCI n'est pas suffisant♦ Le PTS doit :<ul style="list-style-type: none">- être adapté à une offre- avoir une accroche porteuse- être porteur de sens- organiser l'accueil (au CDT de faire venir les touristes)- être un lieu d'échange et de partage entre acteurs publics et privés♦ Hiérarchiser les missions entre PTS, EPCI et CDT♦ Nécessité de mutualiser	<ul style="list-style-type: none">♦ L'EPCI est porteur de la compétence tourisme et du fondement juridique et politique♦ Fusion EPCI : meilleure envergure pour porter les projets et les investissements permettant le développement de l'offre♦ 1 PTS est différent d'un territoire de destination♦ Un EPCI doit être d'une taille adaptée pour maintenir mobilisation des acteurs♦ 1 EPCI peut correspondre à plusieurs destinations♦ 1 PTS peut correspondre à 1 ou plusieurs EPCI

Question n° 1 :

Quels doivent être les enjeux d'un Pôle Touristique Structurant ?

- Dynamiser un territoire en structurant les flux touristiques
- Dégager une ou des identités fortes, des thématiques pour renforcer l'attractivité
- Mettre en place une gouvernance partagée et efficace
- Structurer (pour devenir) une destination pertinente
- Avoir un ancrage territorial important
- EPCI bras armé du PTS
- Vérifier que l'offre soit en adéquation avec la demande
- Bénéficier d'une assise financière suffisante en s'appuyant sur plusieurs EPCI

Quels sont les bénéfices à attendre d'un Pôle touristique structurant ?

- La mutualisation des moyens humains et financiers
- L'amélioration de la connaissance de l'offre pour accroître la consommation
- L'optimisation du taux d'occupation des structures
- L'augmentation de la dépense des touristes

Quelles sont les missions à confier à un Pôle touristique structurant ?

- Définir la stratégie commerciale et une politique touristique
- Observer
- Communiquer/Promouvoir
- Fédérer et coordonner les acteurs publics et privés
- Améliorer la lisibilité d'un PTS (le positionnement du territoire)
- Former les acteurs du tourisme
- Travailler en réseau avec les autres pôles
- Mettre en place une veille (outils) / prospective
- Définir des critères d'évaluation et de suivi
- Instituer une commission tourisme composée d'élus et socioprofessionnels
- Animer

Question n° 2 :

Quels sont les critères de sélection à prendre en compte quand on cherche à définir un Pôle touristique structurant ?

Les infrastructures/accessibilité du territoire :

- une destination accessible (transport)
- des équipements collectifs
- une échelle en cohérence avec possibilité de déplacements vers activités, sites et services

L'adéquation offre/demande :

- l'existence d'une offre adaptée, cohérente, attractive et organisée
- une amplitude d'ouverture des sites (désaisonnalisation)
- un bouquet de services touristiques satisfaisant

La taille pertinente du pôle touristique structurant :

- une capacité et une diversité d'hébergement (hôtels, HPA, Chambres d'hôtes, ...)
- des flux touristiques suffisants

La communication / le positionnement :

- une identité du territoire : une image claire et identifiée, une marque forte, une thématique partagée
- une visibilité au sein du département
- un patrimoine homogène (cohérence dans l'offre, les ressources)
- une analyse des points forts sur le territoire

Une volonté politique / gouvernance partagée :

- une construction et appropriation forte du PTS par les élus
- une cohésion entre tous les acteurs institutionnels et professionnels

- une organisation facile à mettre en œuvre avec un véritable processus de décision publique, du pragmatisme et de la prospective
- l'identification d'objectifs à atteindre
- la définition d'un chef de file
- une autonomie de décision.

Les ressources :

- des moyens économiques et humains suffisants
- une équipe technique professionnelle et complémentaire

Question n°3 (conclusion) :

Pour construire votre projet de Pôle Touristique Structurant, qu'attendez-vous demain du Département (Conseil général / Comité Départemental du Tourisme) ?

- Sensibilisation/médiation auprès des décideurs / des élus
- Ingénierie
- Accompagnement technique pour la mise en œuvre d'un PTS
- Accompagnement technique et financier
- Formation des personnels et des équipes (privé/public)
- Mise en réseau des pôles pour une cohérence départementale
- Analyse du niveau de la qualité de l'offre
- Veiller sur les équipements collectifs (Département)
- Adaptation aux nouvelles technologies et écoute des professionnels (CDT)
- Développer la communication, relais de promotion extérieur (CDT)
- Mise en place d'outils d'aide à l'observation / indicateurs de mesure
- Prise en compte de la disparité des territoires notamment en moyens humains (péréquation)

Conclusion de Jean-Fred Droin, Président du Comité Départemental du Tourisme :

Je me félicite de la volonté des participants d'échanger et de construire ensemble le tourisme de demain. Cela confirme que la démarche actuelle du CDT de communication de proximité avec les acteurs de terrain, démarche privilégiant le dialogue, est la bonne. Il s'agit maintenant de faire fructifier ce dialogue avec les partenaires privés et publics pour définir les actions de demain notamment en termes de promotion et communication, ou de professionnalisation.