



Schéma Local d'Organisation Touristique

Compte-rendu du comité de pilotage

09 décembre 2009 - Ispagnac

Liste des Présents

Alain LAGRAVE (Bureau de l'Association Sur le Chemin de RL Stevenson), Michel SALLES (Président SI St Etienne Vallée Française), Didier ENSCH (SI St Etienne Vallée Française), Michel COLRAT (SI Ste Croix Vallée Française), Hubert PFISTER (Président du Pays Gorges Causses Cévennes, Président de la Communauté de Communes des Hauts Gardons), Monique ROCHER (Directrice OT Florac/Ispagnac), Nathalie PREVOT (CDT), Nicole COMEBIAC (OT Ste Enimie), Emmanuelle BOMPOIS (mairie de Ste Enimie), Michel VIEILLEDENT (Président SIVOM Grand Site), Olivier LESAGE (Association Cévennes EcoTourisme), Henri COUDERC (Président Communauté de communes Tarnon-Mimente), Danièle De MAIO (mairie de Barre des Cévennes), Laurence BARTHOMEUF (Présidente OT Ste Enimie), Anthony CHOMAT (Ot Ste Enimie), Joel THOMAS (OT Ste Enimie), Pamela D'AUTHIER (animatrice GAL Terres de Vie), Marie-Amélie PEAN (SIVOM Grand Site), Christophe BRUN (Communauté de communes des Gorges du Tarn), Jean-Paul GELY (camping le Capelan, FHPA-LR), Francis SEVAJOL (camping les cerisiers, FHPA), Serge PRATLONG (entrepreneur, membre du CBE des Cévennes), Philippe MONTALBETTI (Agence de Développement de l'Ecotourisme), Arnaud CURVELIER (Aven Armand) Hélène THOUVENIN (Pays Gorges Causses Cévennes), Sylvain LHUILLIER (Pays Gorges Causses Cévennes)

Présentation : Jacques HELDT et Pierre CROIZET, cabinet CRITER

INTRODUCTION

Mr PFISTER, Président du Pays Gorges Causses Cévennes, ouvre la réunion en rappelant l'attente qu'il met dans ce schéma d'organisation touristique qui pourrait, selon lui, fédérer les entités diverses du pays dans un projet commun. Il rappelle que cette action est financée avec le soutien du Conseil Régional et de l'Europe via le GAL Terres de Vies.

Le cabinet CRITER rappelle la démarche et présente le déroulé de cette réunion.

Il s'agit de la présentation des phases 1 et 2 c'est-à-dire le rendu de l'état des lieux concernant l'économie et le diagnostic de l'organisation touristique locale. Suivront ensuite les phases 3 et 4 sur des propositions de plan marketing et une proposition de schéma d'organisation et de plan d'actions.

1- Situation de l'économie touristique locale

1-1 Accessibilité

Notre territoire souffre incontestablement d'un problème d'accessibilité, ce qui peut poser des problèmes mais n'est pas forcément une contrainte. Elle est cependant gênante pour la clientèle de proximité des grandes capitales régionales qui est aujourd'hui la clientèle la plus dynamique.

La très faible densité de notre population (8 hab/km²) est, elle, plus problématique en termes de limitation de la capacité financière nous rendant dépendant des ressources externes.

1-2 Une destination de taille moyenne

La capacité totale d'environ 12 000 lits marchands fait de notre destination une offre significative mais moyenne, répartie autour de 2 pôles que sont Florac et Meyrueis. Depuis 1999 l'offre s'est surtout développée dans les campings qui sont aujourd'hui le secteur le plus dynamique. Les campings peuvent à eux seuls augmenter la fréquentation du territoire.

1-3 Une fonction touristique forte :

Cependant nous avons des voisins « encombrants »... L'Ardèche est notre principal concurrent, ainsi que les sud-Cévennes gardoises, qui ont une offre plus puissante que nous. L'économie locale est dépendante du tourisme. La notoriété de la destination existe sur internet mais n'est pas leader. Exemple sur google : les mots « Cévennes » et « Gorges du Tarn » ressortent en bonne position mais sont derrière « Ardèche ». Autres concurrents : « Verdon », « Var », « Gard ».

1-4 Des performances économiques en déclin :

On note une baisse tendancielle du nombre de nuitées sur le département de la Lozère depuis 2001, ainsi qu'une diminution du nombre d'emploi direct depuis 2005.

Mais le tourisme est la première économie du territoire avec environ 10 millions de chiffre d'affaire direct. L'activité touristique concerne environ 2 700 habitants permanents sur le territoire ce qui est énorme.

1-5 Positionnement – Identité

Vecteur d'image :

Il est clair que la notoriété du Pays, en tant que tel, est faible. En revanche, celle de « Cévennes » et « Gorges du Tarn » est assez forte.

En terme de vecteur d'images, le site internet « mescevennes.com » de l'OT de Florac/Ispagnac enregistre d'excellents résultats de fréquentation (environ 200 000 visites/an, soit autant que certaines stations du littoral). D'autres vecteurs importants existent : cevennes-tourisme.fr et lozère-tourisme.fr.

L'outil « mescevennes.com » semble être un excellent outil pour porter la destination auprès de la clientèle. C'est le vecteur de passage à l'action. Mais il a besoin de refonte et donc de financement.

Identité :

Le cabinet CRITER livre son analyse de l'image du territoire, en fonction de son ressenti et de son expérience, mais aussi du travail de formation-action avec les techniciens et prestataires (voir diaporama).

La réflexion aboutit sur la notion de « **nouveau monde** », faisant référence à des nouveaux modes de vie, le bien être, la solidarité qui ne sont pas ici des vains mots. C'est une proposition, qu'il faudra valider et travailler par la suite.

Actuellement les axes « territoire exceptionnel » et « l'écotourisme » sont utilisés dans les outils de communication des OT (internet, plaquettes, brochures,...), certes de manière justifiée, mais pas assez argumentée à l'heure actuelle.

1-6 La coordination des filières

Il y a actuellement des projets sur des territoires. Mais pas un projet sur un territoire ! Il y a trop de dispersion et d'essoufflement de la part des techniciens des OT qui font un travail remarquable et sont très compétents. Mais il leur manque un projet commun. Il y a un besoin de mobilisation collective et d'accompagnement individuel pour les entreprises.

De plus, l'investissement touristique est en panne. Le cabinet n'a pas relevé d'investissement significatif en matière touristique dans les dernières années. Il y a quelques projets en suspend (ex : la voie verte mais issue incertaine). L'offre ne se renouvelle donc pas. La difficulté est donc grande

pour de nouveaux arrivants souhaitant s'installant sur le territoire grâce à un projet touristique. La situation est donc préoccupante de ce point de vue là...

2 – Acteurs et Organisation

2-1 Des acteurs aux compétences mal définies

Après une analyse détaillée des structures et de leurs compétences, le cabinet expose une carte où se superposent les acteurs œuvrant dans le champ du tourisme sur le territoire. Cette carte met en évidence un millefeuille de compétences touristiques atomisées sur le territoire, des dysfonctionnements évidents, des stratégies « en vrac » et donc des dispersions de moyens importants.

2-2 Un service public du tourisme performant malgré tout

Les offices de tourisme font tout de même du bon travail, de manière professionnelle, avec de réelles compétences et ce malgré le peu de moyen... Il y a donc un risque réel d'épuisement de la part des techniciens et des gains énormes à faire en termes d'économie d'échelle, de mutualisation, de stratégie commune.

3 – Recommandations

3-1 Concernant le positionnement marketing

Etant donné l'état des lieux, le cabinet propose d'utiliser les deux images fortes du territoire que sont « Gorges du Tarn » et « Cévennes ».

La segmentation de l'offre doit se faire en deux parties :

- Une sur le ressourcement, le bien-être, la rupture avec un mode de vie stressant
- L'autre sur les activités de pleine nature

La thématisation doit se faire autour de deux notions fortes que sont le Parc national des Cévennes et la Réserve mondiale de Biosphère qui sont deux « labels » très forts pour nous mais pas assez valorisés à l'heure actuelle.

A partir de ces éléments, il va falloir construire un catalogue de proposition en matière de produits touristiques. Ce travail se fera avec les OT.

En pratique, il va falloir se doter d'un **plan marketing opérationnel** ; c'est-à-dire une action d'accompagnement individuelle des entreprises touristiques sur la promotion. Cela se traduit par quelques jours d'un intervenant extérieur qui visite l'entreprise touristique et lui fait des propositions pour améliorer son chiffre d'affaire.

Il faut mettre en place un **partenariat plus efficace avec le CDT** pour tout ce qui concerne la promotion.

Enfin il faut une **stratégie de visibilité sur internet** qui doit se traduire par une refonte du site internet « mescevennes.com » de l'OT de Florac/Ispagnac.

3-2 Concernant l'organisation

Objectif : mettre un pilote dans l'avion et créer des passerelles entre les deux destinations «Gorges et Causses» et «Cévennes»

Les Gorges Causses est un territoire touristique de fait bénéficiant d'une notoriété certaine. Il est animé par différents acteurs chacun tentant de faire ce qu'il peut à son échelle, avec ses moyens mais tous dotés d'un envie de faire. Cette envie s'est traduite dans des partenariats informels mais aboutissant à des actions concrètes.

Aussi, est-il nécessaire de travailler à coordonner les acteurs à l'échelle de la destination afin de mettre en œuvre une stratégie de promotion cohérente qui renforce son image et la marque « Gorges causses ».

Pour cela, il faut construire un partenariat permanent entre les acteurs dont le pilote ne serait autre que le SIVOM GS, chargé de coordonner et d'animer la stratégie de la destination.

A ce stade de la réflexion (et compte tenu des remarques de contexte émises plus loin au sujet de la réforme des collectivités territoriales en cours), nous suggérons 3 étapes pour engager le SLOT :

Etape préalable : mise en place d'un Pays d'accueil touristique avec un directeur chargé de coordonner les actions entre les deux destinations « Gorges et Causses » et « Cévennes » et de coordonner les actions avec les partenaires institutionnels.

Le Pays d'accueil touristique n'est pas une énième structure. Il s'agit d'un label, indispensable pour prétendre à certains soutiens financiers, notamment en matière de formation des acteurs.

Etape 1 : Transfert de la compétence tourisme des Communes aux Communautés de Communes

Les communes devront transférer toutes leur compétence tourisme au Communautés de communes. Les missions « d'accueil », « d'information » et « de promotion » devront être clairement énoncées dans les statuts des Communautés de Communes.

Etape 2 : Les Communautés de Communes confient aux OT les compétences « accueil » et « information »

Les Communautés de communes confient ensuite leur compétence « Accueil et Information » à leur OT intercommunal. Dans ce cadre, les OT assument leurs missions régaliennes...:

- Accueil / diffusion d'information
- Collecte des informations relatives à leur territoire
- Coordination et information des professionnels de son territoire

Pour le cas de la Communauté de Communes de la Jonte, comprenant l'OT de Meyrueis et le SI du Rozier, une convention de partenariat devra être établie entre eux afin de faire de Meyrueis l'OT intercommunal et du Rozier un point d'information.

Etape 3 : Rationalisation de l'organisation de «tête»

Deux scénarios sont soumis à l'appréciation du comité de pilotage. En fonction des orientations qui seront privilégiées, l'un d'entre eux donnera lieu à un approfondissement en phases 3 et 4.

Scénario 1 : La coordination des acteurs et de la promotion de la communication du territoire est confiée au **SIVOM Grand Site**. Deux têtes de réseaux sont structurées par ailleurs : Florac et Meyrueis.

Scénario 2 : Création d'un Syndicat Mixte Gorges Causse Cévennes assurant la coordination des acteurs et la promotion touristique du territoire. Dans ce scénario, l'évolution naturelle conduit à créer un seul **Office de tourisme intercommunautaire** à moyen terme.

Scénario 3 :

On ne fait rien, on attend le résultat de la réforme des collectivités territoriales... Mais celle-ci, même si elle décrétée rapidement, ne verra se mise en œuvre qu'en 2014... Donc ce sera quatre années de perdues...

Réactions :

Mr VIEILLEDENT : le SIVOM doit devenir un syndicat mixte. Il a une échelle plus réduite que celui du territoire du Pays.

Mr PFISTER : le scénario 1 ne semble pas possible car le territoire n'est pas le même. En revanche la création d'un OT intercommunautaire, via pourquoi pas un syndicat mixte, semble être la bonne solution car les petits OT et SI ne peuvent pas travailler de manière efficace. Il y a nécessité d'avoir un OT « de pays » avec de vrais moyens d'actions.

Mr BRUN : il ne faut pas que cet éventuel syndicat mixte, même si cela semble être la bonne solution, ait trop de compétences. Cela risquerait « d'effrayer » les communes. Pourquoi ne pas réfléchir à un SIVU (à vocation unique). Il ne faut pas non plus que les « petits » OT disparaissent car ils sont très efficace en terme d'accueil de touriste et de relais d'information.

Mme COMBEBIAC : les OT travaillent déjà ensemble, grâce aux formations-actions organisée par le Pays, mais aussi depuis longtemps sur des projets ponctuels. Les techniciens n'attendent que la création d'une structure commune qui chapeauterait tous les OT car il y a un risque de dispersion et d'épuisement de la part des techniciens. Ils ont besoin de savoir où ils vont et d'avoir une stratégie partagée par tous !

Décision :

L'ensemble des acteurs présents valide la proposition du scénario 2 qui vise la création d'un office de tourisme intercommunautaire.

4 – Les actions possibles en 2010

Même si l'étude n'est pas encore terminée, le cabinet a contacté la Région qui souhaite connaître notre stratégie pour les années à venir pour lui présenter la suite supposée de la démarche, en précisant bien que les choses aller se décider au fur et à mesure de l'avancée.

Néanmoins, un plan d'action a été défini. Il a pour objectif la progression de du volume de nuitées et du chiffre d'affaire. Il se décline en 4 axes :

- Elaboration d'un plan marketing opérationnel
- Rationalisation et renforcement de l'organisation
- Appui au développement des entreprises
- Appropriation du tourisme par la population

Si cette stratégie est validée par tous, elle sera présentée au financeurs qui pourront mieux anticiper nos demandes.

En 2010, la proposition est de faire des assises du tourisme, sur la base du SLOT. Cela pourrait se traduire par une journée avec l'ensemble des acteurs pour déboucher sur un accord collectif sur la validation de l'organisation touristique et de la stratégie proposée. Cette journée pourrait éventuellement se coupler avec le printemps de l'écotourisme qui cette année sera organisé de manière collective et non plus uniquement par Cévennes Ecotourisme.