

Luc Mazuel

LE NOUVEAU RÔLE DE L'ÉLU : DE LA THÉORIE AUX ACTES



En filigrane : témoignages inspirants

- Michel CABANE, Maire d'Arnac (Cantal), Président Gîtes de France Cantal et Jean-François ESCAPIL-INCHAUSPE, EDF Hydro Centre, Direction Concessions: Le partenariat EDF -Collectivités territoriales et prestataires touristiques à travers l'exemple du lac de Saint-Etienne-Cantalès
- Camille Lachèze, Directrice de l'OT Vallée de la Dordogne : Le Contrat de Destination Dordogne Valley => coopération interdépartementale et interrégionale pour toucher les clientèles UE)
- Aurélien Charpille, Directeur Brive Tourisme : Présentation du partenariat avec les acteurs privés / publics pour des nouveaux modes d'accueil touristique sur le territoire de l'Agglo de Brive
- Marie Saule, Directrice de Corrèze Tourisme : Nouvelles offres de services aux collectivités et aux territoires





<u>Avant</u> (et parfois encore...) : le rôle déterminant de l'élu aménageur et communicant

- Un élu décideur dans un contexte interventionniste, du local à l'état en passant par les grands groupes
- Un élu engagé dans la promotion de son territoire « vécu » (plus que perçu)
- L'exemple du partenariat EDF collectivités territoriales Prestataires touristiques





BARRAGE DE SAINT-ETIENNE CANTALES

- Communauté de territoire
- Communauté de destin
- Communauté de projets

Raisons d'être de l'implication d'EDF Hydro dans l'attractivité et le développement touristique du site.





ETAPES

• PER (2012)

« Lac de St-Etienne-Cantalés : destination nature et loisirs sportifs »

PARTENARIAT EDF - PER (2013)



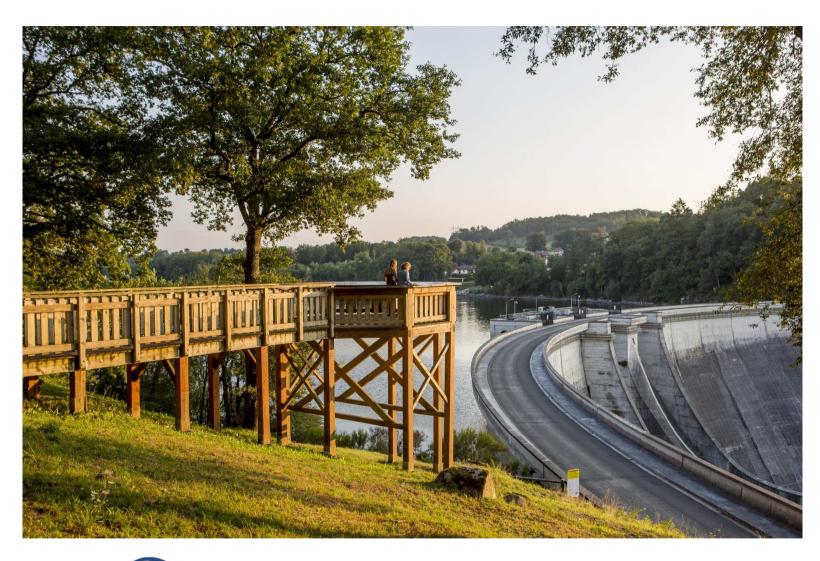


ETAPES (SUITE)

- TOP HYDRO

 (2014):
 Tourisme

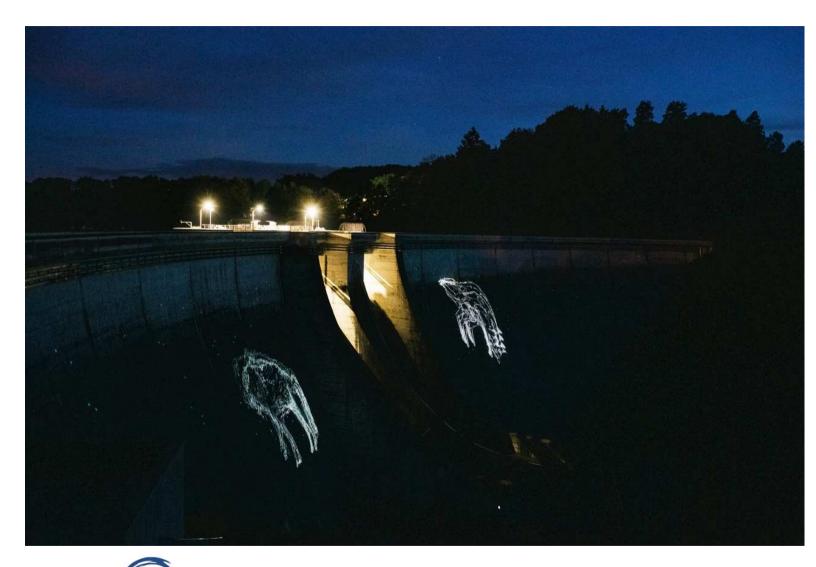
 Industriel EDF
- Partenariat OT -EDF : visites barrages
 - Partenariat
 évènementiel :
 feu d'artifice
 sur le lac





INSPIRATIONS!

- Hébergement :
 (maison EDF /
 Gites de France) ;
 projet Grange
- Perspectives: vers de nouvelles gouvernances?



<u>Aujourd'hui</u>: un élu en quête d'équilibre entre gestion des équipements, accompagnement du développement touristique et promotion

- Un élu toujours responsable de certaines structures clés
- Un élu au cœur de nouveaux enjeux infrastructurels souvent intersectoriels : mobilité douce, sentiers, sites patrimoniaux, gestion des déchets etc.
- Un élu qui s'entoure de compétences : recherche de financements, liens avec le privé, communication, animation... D'où l'émergence des techniciens et de nouvelles compétences partagées selon les échelles
- Une offre de service renforcée pour accompagner les projets des territoires, l'exemple de Corrèze Tourisme





Une offre de service renforcée pour accompagner les projets des territoires

- Du CDT à l'Agence départementale Corrèze Tourisme
- Une feuille de route fixée par le Conseil départemental qui prône notamment le renforcement :
 - Des services aux territoires
 - De la mutualisation et des partenariats
 - ⇒ Aujourd'hui, Corrèze Tourisme propose une offre de service dédiée aux problématiques territoriales autour de 3 axes :





 \Rightarrow Mesurer



⇒ Développer / Qualifier



⇒Promouvoir

C'est autour de ces 3 chantiers que la **coopération avec les OT** s'organise autour d'un comité de directeurs qui se réunit 4 à 6 fois/an



1/ MESURER

L'objectif : disposer d'une donnée fiable (méthode commune) de mesure de l'activité touristique sur le territoire et d'outils d'aide à la décision

Un centre de ressource départemental au service des opérateurs touristiques et territoriaux :

- identification et qualification de l'offre touristique / territoire / filière
- 1 dispositif collectif de mesure des flux touristiques quotidiens: Flux Vision
 Tourisme 6 territoires partenaires: OT Tulle PETR et OT Vallée Dordogne PETR
 Haute-Corrèze-Ventadour OT Terres de Corrèze OT Brive
 Possibilité de mettre en place des études spécifiques: type événementiel via
 Fluxvision (ex: Tour de France Foire du Livre)
- Mesure de la fréquentation touristique des hébergements marchands et des sites de visite payants = enquêtes départementales, régionales et données INSEE





2/ DÉVELOPPER – QUALIFIER

OBJECTIF : ASSURER LE MAINTIEN ET LE DÉVELOPPEMENT QUALITATIF DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE



















3/ PROMOUVOIR

OBJECTIF : DES PARTENARIATS POUR UNE MEILLEURE VISIBILITÉ DE LA DESTINATION ET DE SES TERRITOIRES

• Un plan de promotion co-construit avec les OT :

En 2022, 80% du plan d'actions promotion de Corrèze Tourisme a été déployé avec des partenaires

- Participations à des événements / salons : salon du randonneur de Lyon, Fête du Vin à Bordeaux.
- Campagne TV Replay = 6,8 M impression 800 000 vues de la vidéo
- Accueils influenceurs et presse
- Réalisation de reportages photo / vidéo
- Un chantier collectif en cours : le déploiement du nouveau système d'information touristique SIRTAQUI CORREZE pour une meilleure collecte et valorisation de l'information touristique sur l'ensemble des outils des OT, de Corrèze Tourisme et du CRT



Mais surtout... demain : un élu favorisant les initiatives privés et intégrant le tourisme dans les approches de développement durable des territoires ?

- Vers une meilleure compréhension des logiques de destinations ?
- L'exemple de DORDOGNE VALLEY

Vers une meilleure compréhension des logiques de destination

QU'EST-CE QU'UNE DESTINATION?



Source : Atout France







Le Contrat de Destination Dordogne Valley

Objectifs des contrats de destination à l'échelle nationale, en lien avec Atout France :

- Fédérer les acteurs du tourisme autour d'une même marque de destination à résonance internationale
- Renforcer la promotion de ces destinations à l'internationale, afin de rester compétitif sur les marchés européens de proximité et renforcer ses positions sur les marchés extra européens en forte croissance
- Prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux du tourisme
- Améliorer la structuration de l'offre et la qualité d'accueil

Le contrat de destination est porté par un collectif d'acteurs (publics et privés) pour une durée de 3 ans (2022-2024).







Le Contrat de Destination Dordogne Valley

Premières actions collectives :

- Site web de destination
- Réseaux sociaux Facebook & Instagram
- Salons & workshops
- Relations presse
- Construction d'offres touristiques
- Mutualisation des outils et moyens d'observation



Mais surtout... demain : un élu favorisant les initiatives privés et intégrant le tourisme dans les approches de développement durable des territoires ?

- Vers un partenariat étroit avec les prestataires privés (accompagnement dans la dimension marketing, pour l'accueil touristique, etc.)?
- L'exemple des PoHtes, mise en place d'un accueil touristique chez les commerçants dans les villages de l'agglo de Brive



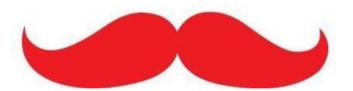


RAGAILLAR DISSEMENT GÉNÉRAL!

TOUS NOS BONS PLANS GAILLARDS SUR brive-tourisme.com



« Forts de nos différences, nous innovons ensemble afin de créer des émotions et transformer le quotidien »







POURQUOI LES POHTES?

VOUS CONNAISSEZ PAR CŒUR VOTRE VILLAGE

LES VISITEURS ONT CONFIANCE EN VOUS

CHEZ NOUS L'ACCUEIL EST L'AFFAIRE DE TOUS

VOUS RENSEIGNEZ DÉJÀ LES TOURISTES ET ENSEMBLE ON LE FERA ENCORE MIEUX VOUS OFFREZ UN
MOMENT D'ECHANGE
CHALEUREUX

4 Tourisme en



SIGNALÉTIQUE aux couleurs de Brive Tourisme



Un stop trottoir

Un beach flag





Un présentoir

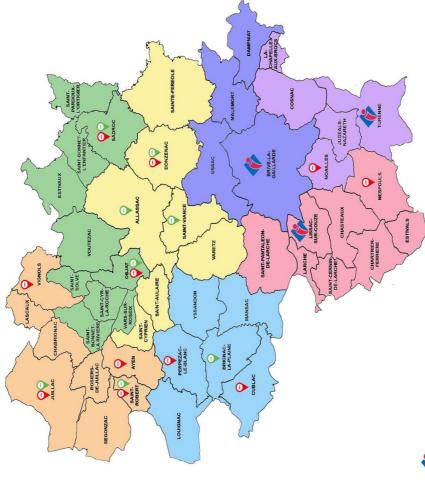
Stickers au sol pour la campagne de RAGAILLARDISSEMENT













office de tourisme





PoHTes commerces







Le Club 100% Gaillard

Réseau de plus de 300 acteurs locaux qui s'unissent et partagent les mêmes valeurs, la même volonté de développer leurs connaissances et de partager leurs expériences.

- Réseau innovant et ambitieux
- Rendez-vous réseau mensuel
- Temps forts
- Newsletters
- Catalogue de services
- Ateliers de formation
- Accompagnements individuels
- Eductours
- Privilèges exclusifs
- Remise de 15% à la boutique 100% Gaillard
- Mise à disposition de contenus photos et vidéos

SAVE THE DATE
Lancement de saison
Jeudi 30/03/2023





Mais surtout... demain : un élu favorisant les initiatives privés et intégrant le tourisme dans les approches de développement durable des territoires ?

- De l'attractivité touristique à l'attractivité globale des territoires ?
- Vers une intégration du tourisme dans les politiques globales de la transition territoriale et de la gestion durable des ressources ?
- Un élu favorisant l'intersectorialité et les arbitrages ?
- Avec quels moyens financiers? Quelle politiques publiques nouvelles?



Après ces échanges :

En synthèse:

Quels enjeux ? Quelles bonnes pratiques ? Quelles suggestions d'actions ?

Voulez-vous retenir et continuer à approfondir dans les stratégies locales et départementale ?

<u>Pistes</u>: Développer les partenariats public-privé. Aller chercher de nouveaux opérateurs qui investissent sur le territoire. Accompagner la transition écologique et d'adaptation de l'offre touristique au changement. Définir la bonne échelle de territoire pour porter les projets. Définir un positionnement, prioriser et s'y tenir. Etre prêt pour répondre aux appels à projet, adaptable et réactif.