ASSISES DU TOURISME

Stratégie de développement touristique concertée

Séminaire élus

Uzès, le 28 septembre – 10h à 12h

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

VIVEZ L'ESSENTIEL !

Jean-Luc CHAPON

Président de la SPL Destination Pays d’Uzès Pont du Gard

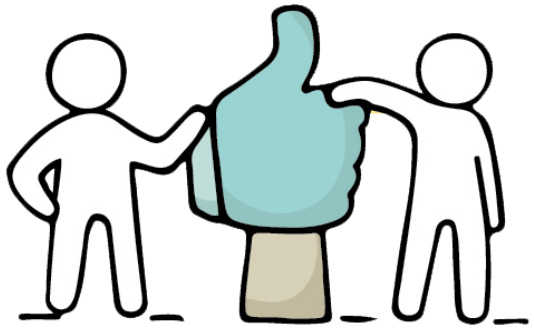
Maire d’Uzès

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

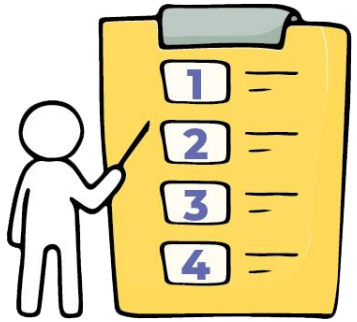
VIVEZ L'ESSENTIEL !

Des Assises du tourisme concertées pour …

Partager une vision commune et faire vivre la « Destination »



Co-construire une politique touristique avec les élus, les acteurs du tourisme



Définir une stratégie en phase avec les attentes des visiteurs, les forces et faiblesses du territoire

Macro-planning des Assises du tourisme

SEPT.	OCT.	NOV.	DEC.	JAN.	FEV.	MARS
Réunion de lancement **17 septembre** Entretiens stratégiques Ateliers élus **28 septembre**	colidée	2 Ateliers participatifs Socioprofessionnels + Élus **3 nov.** **19 nov.**		Restitution des premiers enseignements aux élus		Assises du tourisme **25 mars** Relevé de concertation

Déroulé de l’atelier

10 H
Lancement de l’atelier

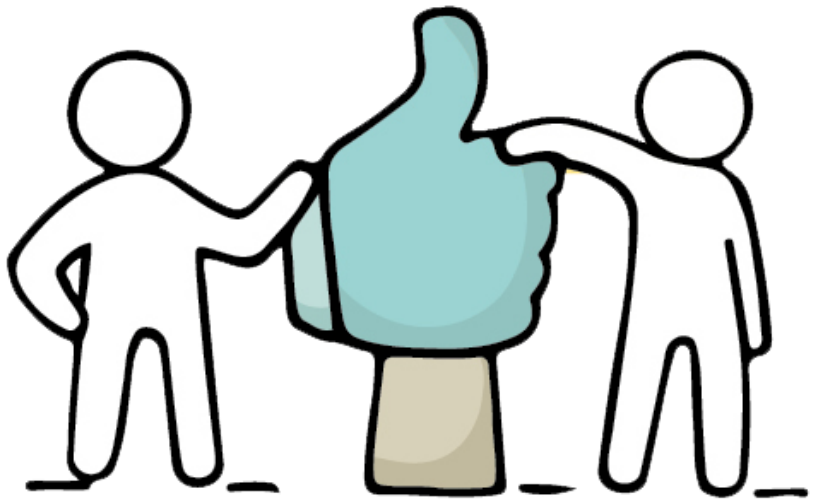
TEMPS 1 :
Le cadre de la politique touristique

TEMPS 2 :
Partager une vision du tourisme

TEMPS 3 :
Chiffres clés du tourisme

TEMPS 4 :
Perceptions de l’offre touristique

12 H
Clôture



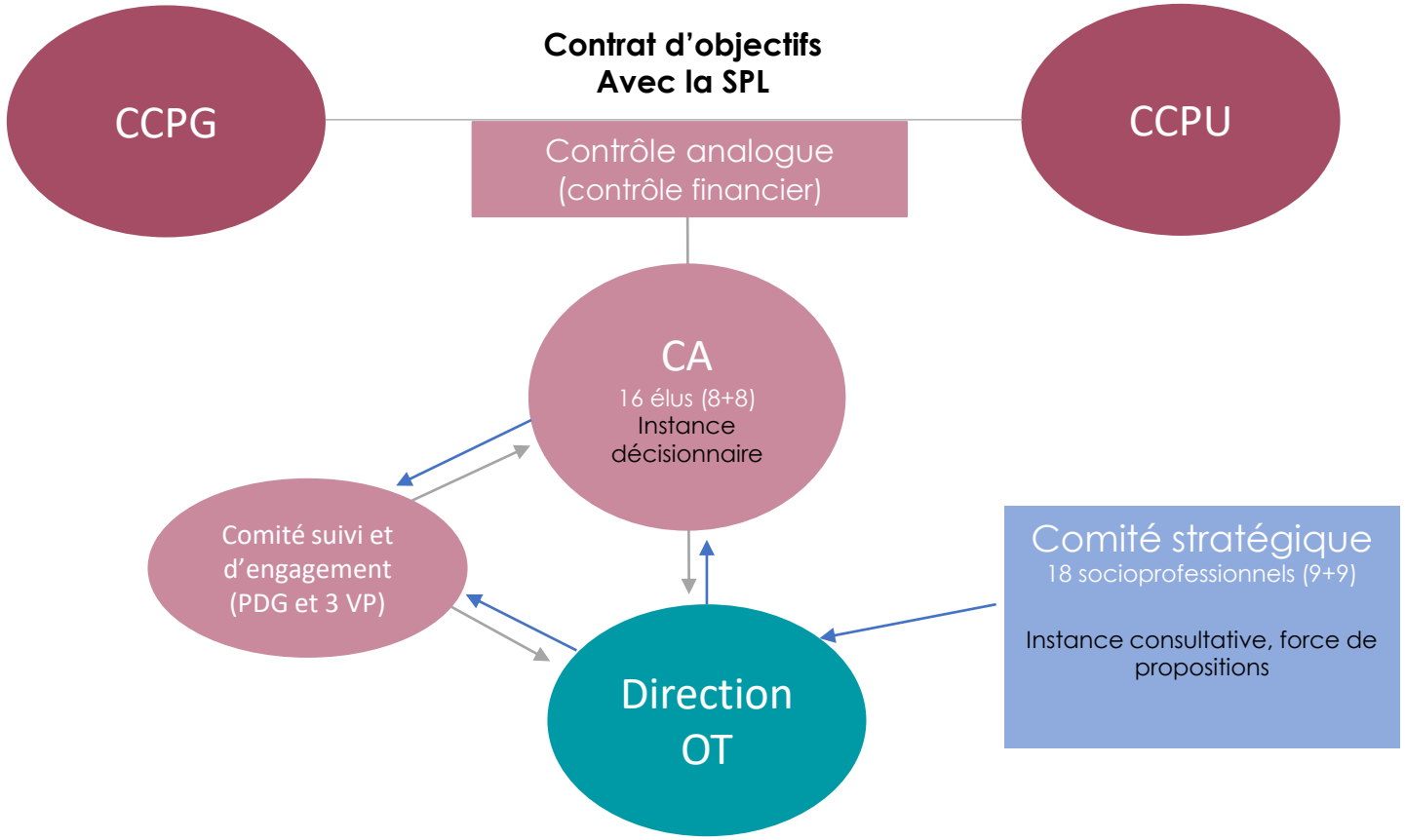
TEMPS 1 : Le cadre de la politique touristique

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

VIVEZ L'ESSENTIEL !

Le cadre de la politique touristique – Organisation locale

- **<u>Le cadre général</u>** : Article L.5214-16, Code général des collectivités territoriales : « I.- **La communauté de communes exerce de plein droit au lieu et place des communes membres les compétences relevant de chacun des groupes suivants** (…) 2° Actions de développement économique dans les conditions prévues à l'article L.4251-17 ; création, aménagement, entretien et gestion de zones d'activité industrielle, commerciale, tertiaire, artisanale, touristique, portuaire ou aéroportuaire ; politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales d'intérêt communautaire ; promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme. »
- Ce libellé fait appel au **principe dit « d'exclusivité »** : la communauté se substitue entièrement à la commune dans l'exercice de la compétence



Les missions de la SPL

Carte d'identité
SPL créée en janvier 2018
Périmètre : 50 communes : CCPG et CCPU
Budget : 1,1 M €
Salariés : 12 annuels

Accueillir et conseiller

Les visiteurs et les habitants avec des informations personnalisées

Développer

L'offre touristique locale et accompagner les professionnels et les collectivités dans la mise en œuvre de projets touristiques

Communiquer / Promouvoir

Mettre en avant la destination et son offre touristique par des outils dédiés (magazine, web…) et des actions de séduction (presse, salons…)

Être expert

Dans le domaine du tourisme grâce à la veille et à l'observation quotidienne. Partager avec vous ses données.

Commercialiser

Vendre des prestations (visites guidées, spectacles, activités…), des packages notamment à destination des groupes

Fédérer et animer

Un réseau d'acteurs touristiques locaux en développant des actions communes, en proposant des rendez-vous réguliers, formations…

La stratégie opérationnelle

4 enjeux prioritaires identifiés, à confirmer dans la nouvelle stratégie

- Faire de l’offre patrimoniale et culturelle un pilier du développement touristique local
- Renforcer l’appui au développement de l’agritourisme et à la valorisation des produits
- Améliorer, structurer et valoriser l’offre de pleine nature
- Structurer et qualifier une offre complémentaire pour développer de nouveaux marchés

Zoom sur le plan d'actions 2019-2020

Améliorer les partenariats et optimiser l'organisation touristique locale

- 1 : Déployer une organisation qui s'adapte au nouveau projet touristique du territoire
- 2 : Placer la qualité au cœur de notre stratégie
- 3 : Renforcer les actions de coopération avec les professionnels
- 4 : Mettre en œuvre une stratégie d'accueil et de diffusion de l'information efficiente

30 actions validées par le CA de la SLPL

20 actions terminées

07 actions en cours de réalisation

03 actions restant à réaliser

Mettre en œuvre une politique marketing performante, en s'appuyant sur une marque territoriale partagée

- 1 : Passer d'un territoire « d'organisation touristique » à une « destination » reconnue
- 2 : Harmoniser le discours et les supports autour d'une promesse commune et partagée
- 3 : Commercialiser la destination pour encourager sa consommation touristique
- 4 : Préparer l'avenir

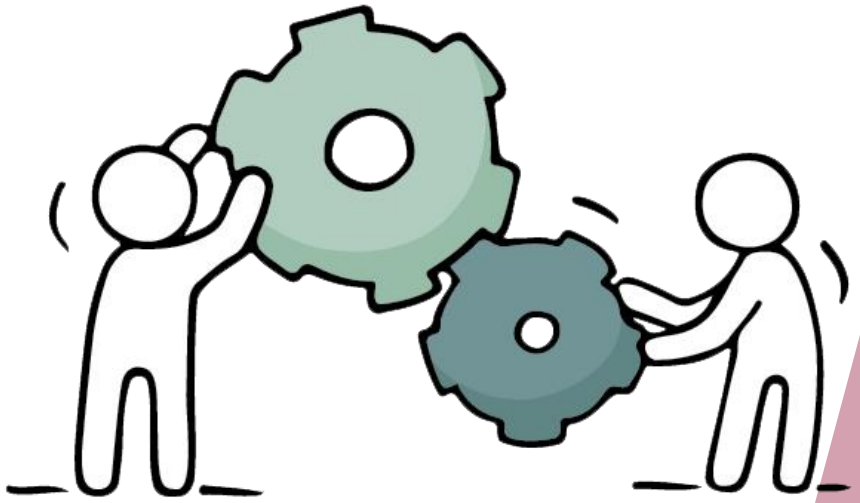
28 actions validées par le CA de la SLPL

13 actions terminées

05 actions en cours de réalisation

07 actions restant à réaliser

03 actions ajournées



TEMPS 2 : Partager une vision commune du tourisme

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

VIVEZ L'ESSENTIEL !

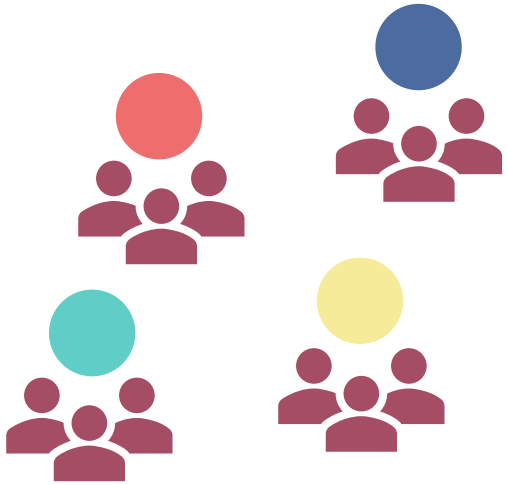
Nos objectifs

- Se projeter sur l'avenir, à moyen et long terme et se placer en situation de témoignage sur le chemin parcouru

- Identifier les grandes attentes du terrain pour s'accorder sur les enjeux communs forts auxquels la stratégie touristique du territoire devra répondre

Les règles du jeu

« Nous allons nous projeter dans 5-10 années, et nous nous retrouvons aujourd'hui, plusieurs années après nos premiers échanges, nous allons partager notre vision du tourisme »



▶ SOUS-GROUPES

▶ 4 DÉBUTS DE PHRASE À COMPLÉTER

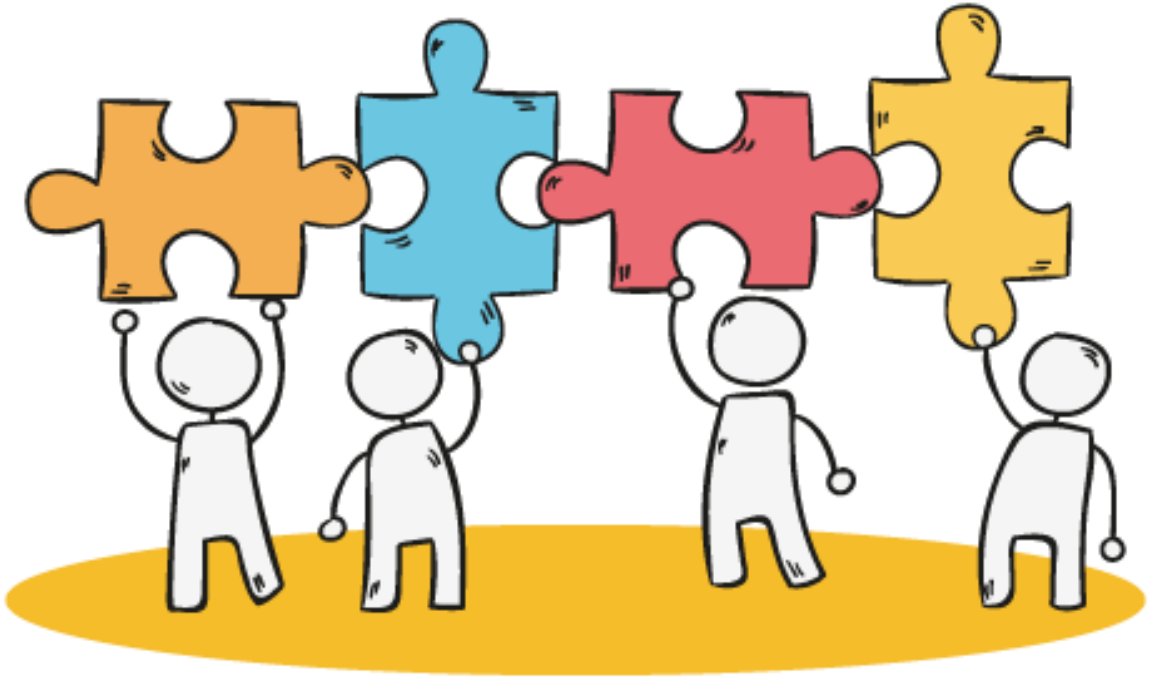
▶ ROTATION CHANGEMENT DE SÉQUENCE

▶ RESTITUTION COLLECTIVE

A vous de jouer !

- Au cours des dernières années, notre plus belle réalisation a vraiment été de …
- En quelques années, notre démarche a su relever plusieurs défis en dépit de certaines difficultés …
- De toutes les actions conduites depuis ces dernières années, c’était vraiment innovant de …
- En quelques années, la stratégie de développement touristique concertée nous a aura permis de progresser sur …

Restitution



TEMPS 3 : Les chiffres clés du tourisme

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

VIVEZ L'ESSENTIEL !

Chiffres clés du tourisme

53 000 habitants

50 communes

6 224 lits marchands

1 006 443 nuitées

182 établissements marchands

4 872 résidences secondaires

90 millions de retombées économiques

1er site visité dans le Gard
848 147 visiteurs

98 000 visiteurs

L’offre touristique locale

Classements et Labels

1 Classement UNESCO – Le Pont du Gard
1 Grand Site Occitanie – Nîmes – Pont du Gard - Uzès
1 Ville d’Art et d’histoire – Uzès
1 plus Beau Village de France – Lussan
1 Ville et métiers d’art – Saint Quentin La Poterie
1 réserve de biosphère – Les gorges du Gardon
1 Haras National - Uzès
4 zones Natura 2000 : les gorges du Gardon, l’étang de la Capelle, l’étang de Valliguières, la garrigue de Lussan

99 monuments historiques
8 Parcs et jardins de France
1 Site remarquable du Goût : truffe

Itinérance

Vélo :
1 Via Rhôna
1 voie verte
5 boucles cyclos découverte

Randonnée :
+ de 500 km de chemin de randonnée
3 GR : GR6 , GR 42, GR 63 Urban V

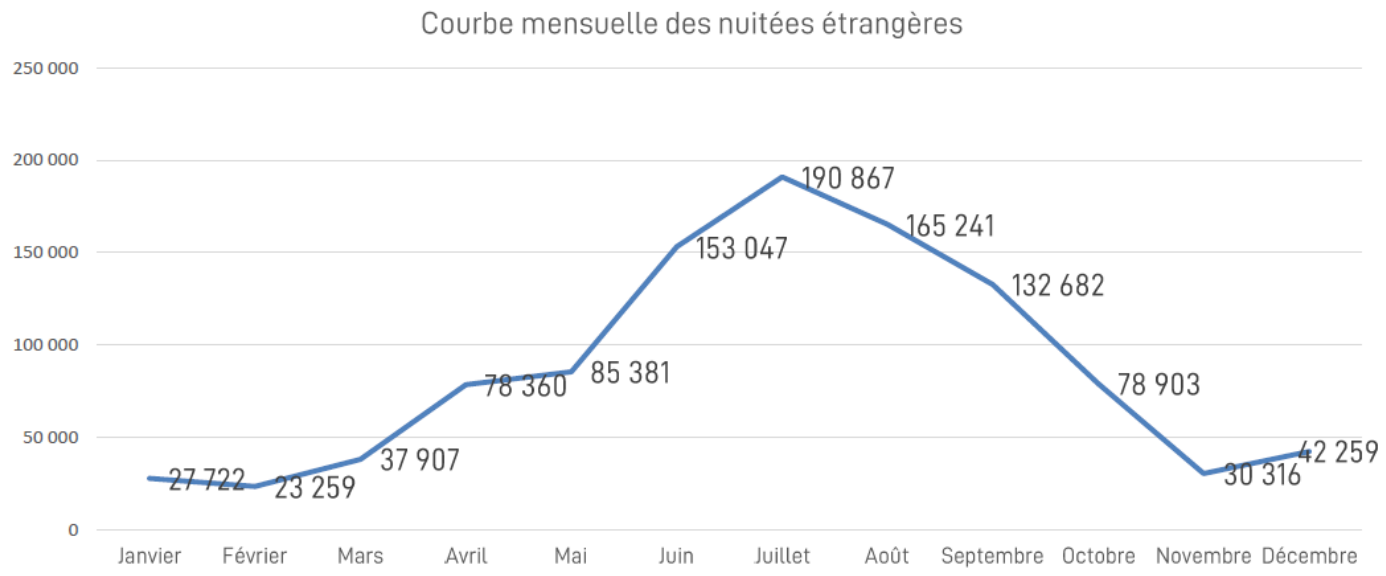
Nautisme :
1 relais fluvial – Aramon

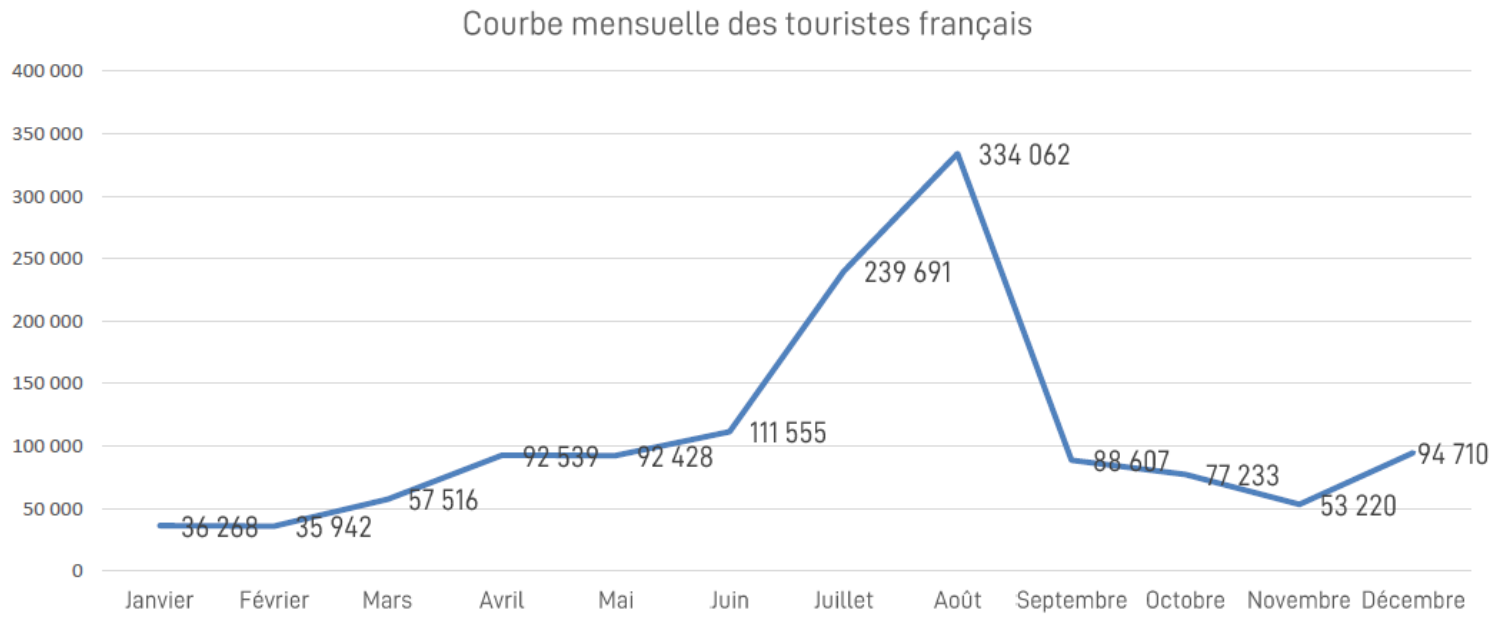
Fréquentation touristique 2019

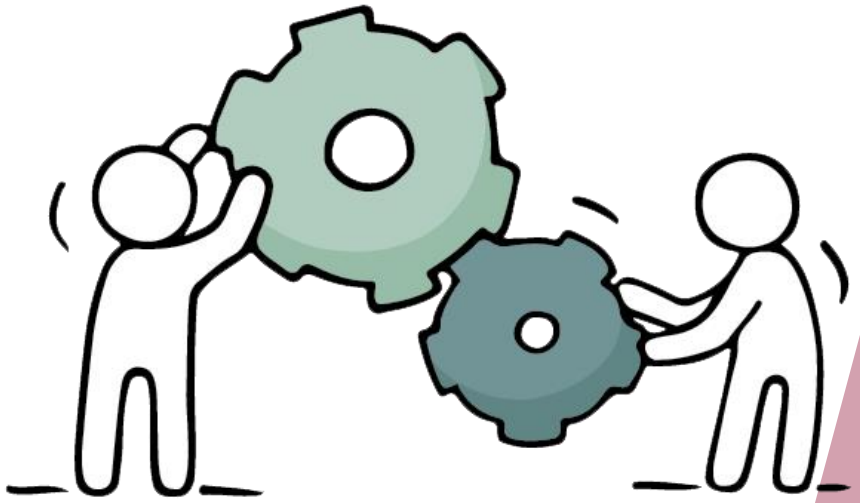
2 360 000 nuitées touristiques :

- 1 314 000 d'origine française
- 1 046 000 d'origine étrangères

10% des nuitées départementales







TEMPS 4 : Perceptions de l’offre touristique promue par l’OT

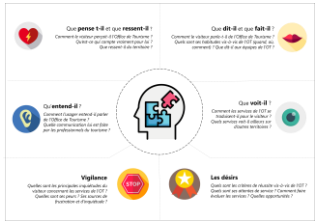
DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD

VIVEZ L'ESSENTIEL !

Les règles du jeu

Une **carte d'empathie** pour se mettre à la place d'un **visiteur**, d'un **habitant local** pour entendre et comprendre son **expérience**, son comportement vis-à-vis des services proposés par l'Office de Tourisme.

« VISITEURS »



« LOCAUX »

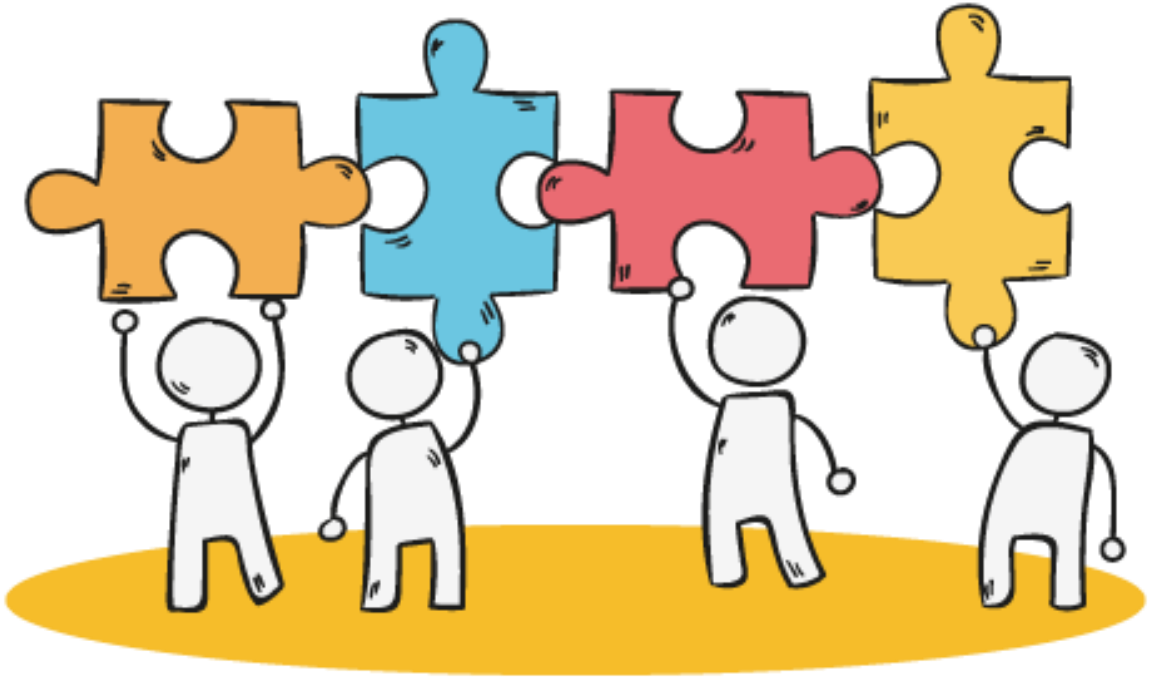
- Sous-groupes, Cartes
- Post-it, Tablette, animateur

20'

- Rotation
  Changement de rôle

- Restitution
  Collective

Restitution



Merci pour votre participation

Prochains rendez-vous :
2 ateliers en présence des socioprofessionnels

3 novembre : 14h30 - 17h30
19 novembre : 14h30 - 17h30

DESTINATION PAYS D'UZES PONT DU GARD
VIVEZ L'ESSENTIEL !