

Contribution du CESER

Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs

SRDTL

Juillet 2017

Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL)

Synthèse

Cette contribution du CESER Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de la concertation sur le futur SRDTL constitue une première étape, structurée en enjeux et propositions, assise sur les apports directs de ses membres à travers les contributions des commissions qui ont souhaité s'impliquer.

Partant du constat de l'évolution rapide des attentes des clientèles, marquée par les impacts du numérique, par l'impératif de la qualité et de la satisfaction du client, le CESER considère dans un premier volet que l'innovation est un vecteur majeur du développement économique de ce secteur. Cela doit se traduire à la fois par la nécessaire adaptation de la chaîne de valeur du tourisme, par des mutations dans l'hébergement, et par un indispensable appui aux ressources humaines afin de favoriser l'emploi.

Le deuxième volet insiste sur l'aménagement et à l'attractivité des espaces touristiques, avec la nécessité de s'engager sur un aménagement concerté, appuyé sur les projets des territoires construits autour des parcours/expériences ce qui impose une profonde mutation dans l'élaboration des projets, mais surtout la définition préalable des objectifs poursuivis pour un tourisme durable. Le développement de nouvelles mobilités est aussi au cœur de l'accessibilité des sites, pour s'inscrire dans cette perspective. Enfin le CESER formule ses attentes pour l'indispensable stratégie d'attractivité à co-construire avec les autres collectivités. Sur ce sujet, la compétence régionale à l'international en fait un levier majeur de la coordination des différents acteurs, dans une ambition partagée.

En conclusion, le CESER rappelle qu'une gouvernance partagée découlera d'un projet partagé et il exprime ses attentes pour qu'une stratégie soit concrétisée dans ce schéma. Il s'agit, pour la Région, d'afficher de manière prioritaire les objectifs poursuivis et de renforcer sa visibilité internationale, un des avantages donné par la taille du territoire. Le périmètre élargi de la nouvelle région doit être créateur de valeur pour les acteurs du tourisme.

Introduction

En décidant de lancer la concertation pour un schéma régional du tourisme et des loisirs et de la Nouvelle-Aquitaine, le Conseil régional se propose de faire partager une stratégie touristique ambitieuse établie à la suite d'une démarche associant les différents acteurs du territoire. Il structure son projet sur la base un constat des mutations que vit le tourisme depuis plusieurs années avant d'élaborer une stratégie partagée, définir un plan d'action et mettre en place une gouvernance collective.

Ce projet de schéma se prépare dans un contexte de compétences nouvelles des collectivités territoriales, définies par la loi sur la Nouvelle Organisation Territoriale de la République, qui précise les compétences de la Région (économique, formation, aménagement du territoire et attractivité internationale pour le tourisme). Cependant le tourisme institutionnel reste un domaine de compétence partagé entre les trois niveaux de collectivités.

Dans ce contexte, le Conseil régional a adopté en avril 2017 un règlement d'intervention provisoire pour homogénéiser les appuis apportés aux activités du tourisme, dans l'attente de l'élaboration puis de l'adoption du schéma, de manière à ne pas pénaliser les projets.

Le CESER a émis un avis sur ce règlement d'intervention « *soulignant l'intérêt de ce cadre d'intervention unifié sur le territoire et préparant, à travers un diagnostic pertinent, la concertation pour le prochain Schéma Régional Du Tourisme et des Loisirs.*

Il insiste sur les enjeux prioritaires de la coordination des actions entre les différents acteurs publics ayant la compétence tourisme, et l'indispensable politique régionale en faveur du tourisme, préalable pour l'avenir du secteur. Dans ce domaine, les actions du Conseil régional doivent permettre de faciliter la réalisation de ses priorités en termes de développement économique et d'emploi, d'aménagement et d'attractivité, d'animation des territoires... » Le CESER exprimait aussi ses premières attentes pour le schéma.

Ce règlement permet déjà d'accompagner de nombreuses interventions du Conseil régional qui gardent toute leur pertinence et sont reprises tant en enjeux qu'en propositions d'actions dans cette contribution.

La contribution que propose l'assemblée socioprofessionnelle constitue une première étape, assise sur les apports directs de ses membres à travers les contributions des commissions qui ont souhaité s'impliquer, et en conséquence n'aborde qu'un nombre limité d'enjeux et de propositions.

Sur cette base, la contribution a été élaborée en reprenant l'articulation du règlement d'intervention, tout en considérant que le prochain schéma devra, quant à lui, afficher de manière prioritaire les objectifs poursuivis, tant par le Conseil régional que par les autres collectivités et les acteurs.

Le CESER a donc structuré ce projet dans une première partie, consacrée à l'innovation comme vecteur majeur du développement économique, abordant, à partir du constat de l'évolution rapide des attentes des clientèles, à la fois la nécessaire adaptation de la chaîne de valeur du tourisme, les mutations de l'hébergement, l'indispensable appui aux ressources humaines pour favoriser l'emploi.

La deuxième partie est consacrée à l'aménagement et à l'attractivité des espaces touristiques, avec la nécessité de s'engager sur un aménagement concerté, sur le développement de nouvelles mobilités pour favoriser l'accessibilité des sites, et enfin sur l'indispensable stratégie d'attractivité à co-construire. Tous les thèmes sont structurés en enjeux et propositions.

La conclusion vise à préciser les attentes pour la stratégie du schéma, et notamment les priorités du Conseil régional, en tenant compte des étapes à venir.

1 - L'innovation pour le tourisme : vecteur majeur du développement économique de la Nouvelle-Aquitaine

Une évolution rapide des attentes des clientèles

Comme le rappelle le diagnostic du Conseil régional et le développe le règlement d'intervention régional pour le tourisme, ce secteur connaît une mutation structurelle très rapide, conséquence de la révolution numérique de la société dont il est un des domaines le plus imprégnés.

► **Les impacts du numérique : les points clés à retenir sont la remise en cause de tous les modèles par les usages et la consommation.**

De nombreuses études alimentent les analyses sur les nouvelles évolutions de la demande touristique et de l'offre avec les tendances en cours. Par exemple, le Livre blanc du tourisme en France précise les grands enjeux nationaux pour l'avenir du tourisme en identifiant les tendances internationales ainsi que la diversification des acteurs de la chaîne de valeur qui en modifie l'ensemble des composantes, tout particulièrement dans la dimension commerciale. D'autres études abordent aussi les nouvelles attentes comme les parcours ou le tourisme collaboratif et communautaire.

► **L'évolution des attentes des « touristes »** : entre parcours thématiques et activités, séjours courts et intermédiaires, non réguliers, volatiles et circonstanciels, ces changements de démarche du touriste constituent de réelles opportunités qui traversent les territoires et les activités. Cette évolution impose de **concevoir et de conduire autrement les offres y compris celles des territoires**. La transversalité des approches doit être systématiquement recherchée.

► **L'impératif de la qualité et de la satisfaction du client** : la diversification et l'élargissement de l'offre couplée à l'internationalisation de la chaîne de valeur font de la qualité et de la satisfaction du client les éléments décisifs de l'attractivité et de la notoriété. Ils ne peuvent être ignorés par aucun acteur professionnel ni par aucun territoire.

• Une nécessaire adaptation de la chaîne de valeur touristique

L'importance de l'économie touristique pour la région Nouvelle-Aquitaine doit la conduire à travailler sur l'ensemble des facteurs de la chaîne de valeur qui s'est internationalisée, notamment à travers les vecteurs et les services commerciaux.

La Nouvelle-Aquitaine qui occupe une position majeure dans le tourisme national, ne bénéficie pourtant pas suffisamment, de retours en termes d'activité et d'emploi issus des fréquentations qu'elle enregistre. Il lui faut continuer à attirer des touristes, notamment dans son cœur de cible que constituent les familles, et cela appelle un développement fort du digital à tous les niveaux, y compris pour les habitants.

La richesse et la diversité des sites répartis sur le territoire constituent un atout essentiel pour structurer une offre. Mais, pour générer activité et emplois, en ne se limitant pas à de la fréquentation, il faut que le Conseil régional accompagne la définition des cibles, la diversification de l'offre avec des contenus permettant aux clients de vivre une expérience. Il faut aussi éliminer les points de faiblesse qui fragilisent la chaîne de valeur, et s'inscrire dans une réflexion globale intégrant l'ensemble des acteurs.

Enjeux	Propositions
<p>- Adapter la qualité de l'accueil, le « full service » (service global) aux nouvelles attentes du client qui ne limite plus ses recherches au seul hébergement, mais attend une offre plus globale pour vivre son expérience touristique. Le numérique a introduit de nouvelles pratiques en matière de réservation, de paiement, d'annulation, etc. Pour les clientèles étrangères, l'impératif des langues (anglais au moins) est fondamental. Cela appelle une plus grande professionnalisation de l'ensemble des activités du tourisme, par des conditions d'exercice mieux scénarisées. La structuration d'une démarche qualité permet de faire progresser une entreprise en intégrant les différents objectifs et volets opérationnels. Face à la multiplication des labels, certifications, normes caractérisant les démarches de qualité et de développement durable, et aux contraintes d'organisation de leur suivi, c'est l'incitation à l'adoption des référentiels existants, ayant une visibilité internationale et européenne qui est à privilégier.</p> <p>- Identifier les vecteurs les plus pertinents pour satisfaire les objectifs. Le schéma vise à définir les objectifs et les priorités pour lesquels il devient nécessaire de réviser les leviers pour proposer une vision durable du tourisme qui permette la préservation du territoire et l'épanouissement des personnes.</p> <p>Par exemple développer les activités sportives et culturelles, car vectrices de développement économique mais aussi de socialisation et de régulation sociale.</p> <p>- Favoriser l'innovation technologique tant en attraction de visite et d'activités, couplée avec les sites de nature, de patrimoine.</p> <p>- Rattraper les retards de la NA dans ces domaines, en tenant compte des différences selon les territoires, notamment pour l'adaptation aux nouvelles modalités de consommation (voir ci-dessus, réservations, annulation, services plus...).</p> <p>- Élargir les parcours et les offres tout au long de l'année. La saisonnalité est une des clés de l'aménagement des territoires grâce au tourisme. En effet pour équilibrer des activités saisonnières, il faut trouver au niveau local d'autres activités permettant de contrebalancer les effets négatifs de la saisonnalité (ex : couplage d'une activité d'été avec un festival ou un salon à une autre période).</p>	<p>- Promouvoir les offres de qualité en éliminant, dans la valorisation de l'offre, tout décalage inférieur à la moyenne, et identifier par localité (de manière fine dans les contrats territoriaux) les points de progrès. Intégrer un critère de certification de qualité ou d'écolabel pour l'attribution des aides.</p> <p>- Inscrire l'accessibilité numérique pour la dimension internationale, mais aussi pour développer des offres conjointes avec d'autres pays.</p> <p>- Mettre en réseau pour faciliter la coordination entre les acteurs publics et privés, pour assurer les complémentarités entre tous les sites de la Nouvelle-Aquitaine et permettre une vision professionnelle et transversale du tourisme.</p> <p>- Identifier les entreprises « championnes/leaders » selon des critères économiques et sociétaux, pour conforter et profiter de leur attractivité, pour s'assurer de leur participation à l'élaboration d'un plan stratégique et confirmer le potentiel à conquérir.</p> <p>- Organiser un maillage des activités « complémentaires » appuyé sur des « attractions majeures ».</p> <p>- Inciter au développement d'offres d'expériences touristiques augmentées et personnalisées (segmentation).</p> <p>- Proposer des parcours autour d'activités diversifiées, notamment sportives et culturelles, accessibles aux différentes catégories de touristes (associations...). Diversifier les offres (et labels) possibles : « tourisme et handicap », « bienvenue à la ferme »...</p> <p>- Prioriser la digitalisation des acteurs : sensibiliser aux équipements wifi, à la promotion sur le web, fédérer pour la création d'une Place de marché, le développement de <i>greeters</i> (<i>guides locaux bénévoles et collaborateurs</i>), compagnon virtuel... Inciter à l'utilisation des produits libres (open source), <i>low cost</i>, inter-opérabilité, au référencement des sites Internet en complémentarité avec d'autres activités locales, avec d'autres hébergeurs ailleurs pour un parcours personnalisé...</p> <p>- Structurer un écosystème digital sur le tourisme poussé par un grand opérateur comme le Futuroscope.</p> <p>- Soutenir les initiatives transversales associant secteur digital,</p>

<p>- Cibler les clientèles pour adapter l'offre aux attentes et aux parcours</p>	<p>acteurs du tourisme et collectifs, pour renforcer l'innovation autour des parcours, en visant de créer des expériences partagées entre les différentes catégories d'acteurs comme la culture, la restauration, les services et l'hébergement. Par exemple : parcours du tourisme d'affaires en facilitant les rencontres et les échanges entre start-up, entreprises et acteurs touristiques locaux d'affaires ou en revisitant les parcours culturels en créant des liens entre le passé et le présent à travers l'innovation technologique gastronomique et produits locaux. Détourner des lieux de leur vocation d'origine en les intégrant dans des parcours inattendus.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer de nouveaux procédés en faveur d'un tourisme écologique et durable. - Inciter au développement de projets de réalité virtuelle, réalité augmentée, e-tourisme, technologies mobile, technologies spatiales, big data. - Intégrer les dimensions du tourisme des quatre saisons. - Favoriser les investissements pour développer la recherche-action : animer un réseau de l'innovation touristique pour détecter des starts up, permettre leur éclosion, irriguer la filière, conforter l'action des agences Aquitaine Europe Communication (AEC), Agence de Développement et d'Innovation (ADI), Mission des Offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine (MONA).
---	---

- **Les mutations dans l'hébergement**

Face au constat d'une part du vieillissement d'une grande partie du parc traditionnel d'hébergement et d'autre part, du développement très rapide des nouvelles formes d'hébergement à travers les plates-formes numériques, intervenant tant en complémentarités qu'en concurrence, le schéma devra permettre d'identifier les priorités et les leviers.

Enjeux	Propositions
<ul style="list-style-type: none"> - Caractériser les offres pour répondre aux besoins des différentes clientèles en intégrant les approches de parcours ou de thématiques et en tenant compte des nouvelles offres d'hébergement présentes sur 	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les projets d'investissement tant en rénovation qu'en montée en gamme. Définir un programme de réhabilitation du patrimoine de prestige à des fins d'hébergement, notamment issu du patrimoine

<p>le territoire.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accompagner la rénovation du parc hôtelier existant, pour répondre aux nouvelles attentes et normes, en intégrant le besoin d'hébergement pour familles avec enfants, ce qui demande une hôtellerie avec chambres parentales (4/5 couchages). - Favoriser la reconfiguration des accueils du tourisme social, afin de conserver à la région sa spécificité dans ce domaine et son attractivité. Cela concerne aussi la réhabilitation des sites de « colonies » de vacances. - Appuyer la montée en gamme pour offrir des produits de grande qualité face à l'absence (sauf sur quelques sites) d'équipements de haut de gamme sur des bassins générant des niveaux de clientèles pertinents). - Inciter les investisseurs à élargir l'offre trop faible en villages de vacances de moyenne gamme. - Impulser la mobilisation d'hébergements pour les saisonniers. 	<p>historique.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechercher des investisseurs pour développer les segments présentant des faiblesses. - Articuler avec toutes les collectivités ayant la compétence tourisme l'ensemble des actions et notamment avec les Conseils départementaux la politique en faveur du tourisme social. Il s'agit tout particulièrement d'aider à la sauvegarde et au développement du patrimoine du tourisme social, alors que les mises aux normes sont très coûteuses pour un secteur dont la rentabilité est faible. Une analyse de la pertinence et des enjeux liés devrait permettre d'identifier les priorités de l'action publique pour ce segment confronté comme les autres aux changements de comportement des clientèles. - Travailler à des solutions innovantes avec les collectivités locales et les administrations pour faciliter le logement des saisonniers notamment en levant les freins organisationnels et juridiques. Il s'agit par exemple d'établir des partenariats avec le Rectorat ou des collectivités (mairies) mais aussi des bailleurs sociaux notamment la délégation régionale d'Action Logement ou encore la mobilisation de systèmes d'intermédiation locative, type Solibail. <p>Enfin, le CESER souhaite être associé à l'élaboration du Plan régional des saisonniers de Nouvelle-Aquitaine.</p>
---	--

- **L'indispensable appui aux ressources humaines pour favoriser l'emploi**

Si le développement du numérique a été pleinement intégré par les clients, les acteurs professionnels du tourisme en ont une appréhension et une maîtrise très variables alors que le digital change le modèle économique pour l'ensemble des activités.

Enjeux	Propositions
<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner et accroître la prise de conscience et la maîtrise par tous les acteurs des défis du digital dans leurs activités : les nouveaux leviers de communication présente une dimension stratégique dans le tourisme que tous les acteurs doivent s'approprier quel que soit l'importance de leur activité. Cela concerne à la fois les chefs d'entreprises et leurs salariés. 	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les initiatives et projets locaux en s'inscrivant dans le cadre des parcours définis : il s'agit d'assurer l'articulation entre les besoins d'accompagnement de la multitude d'acteurs pour répondre aux objectifs de qualité dans les différentes fonctions et métiers, et les appuis aux entreprises présents sur les territoires. - Conforter l'action de la MONA, outil de la Région Nouvelle-Aquitaine

- **Professionaliser les métiers du tourisme** permettant de répondre aux exigences de la qualité : l'évaluation de toutes les prestations de tourisme par le client/consommateur, leur diffusion instantanée à travers les réseaux sociaux en font de la qualité des prestations une donnée fondamentale pour le positionnement des activités.

- **Créer un continuum dans la formation initiale** notamment à travers la mise en place de licences professionnelles répondant aux besoins des PME locales.

- **Étendre à la grande région**, l'accompagnement des interfaces qui ont un rôle structurant et incitatif.

- **Favoriser la reconnaissance des compétences, permettre la validation des acquis.** Il s'agit de valoriser les potentiels et les expériences des salariés pour améliorer la qualité globale des activités et des emplois, faciliter l'insertion.

- **Inciter à l'amélioration des conditions de travail et de vie** : ces activités présentent par nature des contraintes horaires, mais les salariés sont aussi confrontés à des problèmes d'hébergement, de transport, à des conditions matérielles et des rémunérations peu incitatives.

- **Développer la pluriactivité** (le même individu exerce plusieurs métiers) mais aussi vers la pluri-compétence (le même individu exerce le même métier dans des professions différentes). Cela rejoint l'aptitude puis la formation adaptée. Cela permet de fidéliser, de rendre plus viables des emplois sur les territoires.

- **Faciliter l'insertion des demandeurs d'emploi** en valorisant les compétences essentielles des métiers de services, les aptitudes (accueil, langues par exemple).

dont les objectifs principaux sont l'accompagnement de la professionnalisation des acteurs du tourisme et de structuration des territoires touristiques de la région, la tête de réseau des offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine.

- **Valoriser les métiers** à travers la communication et avec les branches professionnelles en proposant des contrats d'objectifs ambitieux.

- **Favoriser une offre de formation adaptée aux besoins** : modalités, par une formation permanente pertinente et proposée aux bons moments. L'établissement d'un plan de formation rigide dans ce domaine ne peut répondre à la nécessaire souplesse des lieux et temps à consacrer à la formation, tant par les chefs d'entreprise que par les salariés.

- **Scénariser les complémentarités par métiers et par secteurs géographiques**, en confortant les spécificités, accueil, langues...

- **Développer les accompagnements à la pluriactivité** pour concilier pluriactivité et volume d'emploi permettant un niveau de rémunération « viable ».

- **Élargir la saisonnalité** est une des clés de la pluriactivité couplage d'une activité d'été avec un festival ou un salon à une autre période).

- **Associer le CESER à l'élaboration du Plan régional des saisonniers** de Nouvelle-Aquitaine qui complètera le schéma

- **Inciter à des systèmes de recrutement** par la méthode des « habiletés » pour faciliter l'insertion.

- **Soutenir les initiatives mises en place pour sécuriser les parcours des saisonniers** en articulation avec le prochain schéma régional de la formation professionnelle. Il s'agit de répondre aux besoins, de soutenir les dispositifs de validation des acquis, en vue de favoriser la capacité des salariés à trouver un emploi permanent. Les parcours professionnalisants sont à valoriser comme par exemple ceux permis par la convention collective nationale de la branche du tourisme social et familial (en matière de formations...).

- **Organiser avec les collectivités locales et l'Etat, l'appui sur les territoires** à l'information régulière et au soutien des saisonniers sur l'ensemble de leurs besoins (logement, transport, législation du travail...). Demander à l'Etat d'assurer sa responsabilité pour l'information, le contrôle et l'application du droit du travail en renforçant très sensiblement les moyens de ses services pour remplir cette mission.

2 - L'aménagement et l'attractivité des espaces touristiques

Trois grands domaines appuyés sur les compétences régionales sont à mobiliser pour une organisation durable du tourisme : il s'agit d'une part de l'articulation et la cohérence de l'approche territoriale, d'autre part de l'accessibilité des territoires avec de nouvelles mobilités et enfin d'assurer une attractivité pour le tourisme de la Nouvelle-Aquitaine co-construite avec les territoires et les acteurs.

- **Un aménagement concerté**

Avec la digitalisation très forte du tourisme, l'approche territoriale, qui perd une partie de son sens quand elle est examinée à travers l'approche client ou parcours, conserve cependant toute sa pertinence en termes d'aménagement du territoire et d'économie territoriale, pour construire la réponse que chaque territoire doit organiser, afin de faire face à des gestions et problématiques propres tout particulièrement au regard des enjeux environnementaux, ce qui appelle des évolutions importantes dans les mises en œuvre.

Enjeux	Propositions
<p>- Construire une gouvernance pour inciter les projets de territoire à s'inscrire en transversalité.</p> <p>Les frontières administratives ne sont plus les frontières touristiques et la cohérence d'un développement touristique régional impose une gouvernance globale. Ainsi, un même lieu géographique peut être l'objet de plusieurs concepts de destination et donc d'autant de types de gouvernance.</p> <p>Le défi réside en la coordination sur le terrain de l'offre proposée et en la multiplicité des interlocuteurs. Les outils de connexion actuels permettent de relever pratiquement le défi. Les élus locaux devront accepter un rôle de chef d'orchestre situé au milieu d'une toile à connexions multiples. Le rôle de coordination ne s'exerce plus de façon verticale mais horizontale.</p> <p>Quelle est l'échelle pertinente ? Il est difficile de rester sur un concept connu (commune, département, intercommunalité etc.). Les acteurs du tourisme sont assez unanimes pour indiquer que la bonne gouvernance est celle qui se définit par un rapport à un concept de destination ; paradoxalement, ce concept de destination n'est pas à comprendre comme un lieu géographique. Ces approches ne sont pas forcément compatibles, pour autant elles doivent être organisées harmonieusement sur le terrain par les acteurs. C'est le touriste-client qui définit son besoin ; le découpage géographique est une donnée du problème mais uniquement une donnée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Intégrer le tourisme dans les contrats de territoire avec les différentes collectivités en incitant aux mutualisations des services et utilités. - Accompagner les initiatives et projets locaux participants d'un projet de territoire, avec une labellisation de ces initiatives pour en faciliter la finalisation et obtenir les financements nécessaires. - Élargir à la Nouvelle-Aquitaine les diagnostics de bassin touristique à contractualiser et les structurer en bassin construit sur une logique de destination. - Valoriser le rôle de la MONA pour accompagner les territoires pour faire émerger des projets. - Élargir rapidement l'action du GIP Littoral à l'ensemble du territoire. - Accompagner les activités de l'économie sociale et solidaire pour faciliter l'insertion et le développement des activités générant de l'économie touristique dans les parcours. <p>Les associations de tourisme, notamment celles accompagnant les activités sportives, génèrent du tourisme et participent de l'animation des activités de pleine nature tout au long de l'année. Elles sont aussi génératrices d'événements sportifs très mobilisateurs.</p> <p>De même les associations culturelles portent de nombreux événements tels que les festivals que ce soit pour la musique, la bande dessinée, les</p>

- **Elargir les réponses des territoires** tant en termes d'activité, de temporalité pour une meilleure attractivité.

- **Coordonner les actions visant à limiter la pression sur certains territoires littoraux, urbains ou de montagne en s'inscrivant dans une approche de développement durable.** Le tourisme durable n'est pas antinomique avec le tourisme de masse. Le tourisme durable consiste à appliquer les principes de développement durable à toutes les formes de tourisme ; dans la pratique les territoires et les entreprises le font en mettant en place des pratiques respectueuses de l'environnement. Cela n'est en aucun cas exclusif d'un tourisme de masse maîtrisé. La formulation d'une alliance des deux formules aurait le mérite de la clarté et de la lisibilité pour les acteurs de terrain et permettrait de sortir de fausses oppositions idéologiques qui stérilisent l'action. Le constat actuel est celui de non maîtrise du développement touristique

Les actions à mettre en œuvre concernent de nombreux domaines des politiques régionales et appellent des analyses transversales, croisant les territoires et les parcours. Il en est ainsi par exemple de l'adaptation des services/arménités au dédoublement de la population en période ou saison touristique (gestion des déchets, approvisionnement des ressources en eau, transports, etc.), mais aussi de l'aménagement et la gestion durable des plages (accueil et sécurité des plages dans une logique de réversibilité, d'insertion paysagère et de prise en compte de la sensibilité des espaces à la fréquentation...) ou encore de la gestion des conflits d'usage sur les espaces touristiques, entre les différentes activités pour lesquelles il faut créer les conditions de concertation entre les différents utilisateurs et favoriser la médiation.

- **Faire de l'appartenance à un territoire** une source de création de valeur par le territoire lui-même et pour ses acteurs

traditions, la gastronomie...

- **Renforcer la valorisation du patrimoine**, autre levier insuffisamment mobilisé dans les territoires ; c'est un axe de progrès certain. La richesse et la diversité sont telles que le filon est quasi inépuisable.

- **Maîtriser le développement touristique** ; il faut prévoir une organisation. Pour cela, un cadre de référence est à dessiner et cela ne peut être fait que par une Région à l'écoute des territoires. Il faut définir des principes qui protègent et sont respectés, avec des critères permettant d'encadrer les actions accompagnées par la Région, une fois la concertation sur le schéma finalisée.

Ce cadre de référence devrait s'appuyer sur des modalités d'action issues des territoires, sur la base de la stratégie actualisée de chacun des 12 départements, pour élaborer les grands axes communs par rapport aux spécificités locales, et s'inscrire dans une gouvernance régionale déconcentrée.

- **Définir les différents niveaux d'intervention pertinent** : Région, Départements, Agglomérations, Communautés d'agglomérations, Pays, Office... voire quand c'est nécessaire bassin d'emploi ou de vie... en fonction des destinations.

Ceci conduit à définir les grands objectifs du tourisme en Nouvelle-Aquitaine : tourisme voulons-nous ? Quel rôle la région doit-elle y jouer ? Quels sont les équilibres à préserver en parfait accord avec le SRADETT et le SRDEII ?

Le bien-être des habitants et de leur contexte de vie est un élément fondamental d'un tourisme maîtrisé. Le SRDTL doit en être le vecteur.

- **Prendre en compte les effets collatéraux du tourisme en matière d'environnement**, notamment pour les territoires déjà soumis à une forte pression (ex : la qualité des eaux littorales, la pollution dégagée par des navires de croisière de plusieurs milliers de passagers) et en matière d'impact sur la vie des populations (ex : développement de villes musées vidées de leurs habitants). Les équilibres de vie doivent être respectés.

- **Tester une méthodologie de concertation** et la mettre en place sur un nombre limité (3) de concepts de destination, déjà bien rodés et ce, sur une durée de trois saisons touristiques, puis en tirer les conséquences et généraliser l'expérimentation sur un nouveau contingent de concepts de destination. Pourquoi trois destinations ? Parce que cela offre un échantillon suffisamment large qui permettra de couvrir 80% des problèmes possibles. Pourquoi trois saisons ? La première est celle de la

mise en place, la deuxième est celle de la montée en puissance et la troisième est celle du perfectionnement et des améliorations. La méthodologie doit être écrite avec les acteurs de terrain de bonne volonté.

- **De nouvelles mobilités pour l'accessibilité des territoires**

La mobilité est un élément important du choix d'une destination touristique. Les conditions d'accès, mais aussi les temps et les formes de déplacement pour arriver à destination et pendant le séjour, conditionnent ainsi l'attractivité des territoires. Si des progrès ont été réalisés, il reste nécessaire de renforcer le potentiel régional de mobilité pour conforter l'attractivité touristique de la Nouvelle-Aquitaine. Cette politique de mobilité et de transport nécessaire pour accompagner le tourisme, a également vocation à être intégrée dans le prochain volet des transports du Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable du Territoire (SRADDET).

Enjeux	Propositions
<ul style="list-style-type: none"> • Comme déterminant de l'attractivité touristique des territoires : ⇒ Améliorer l'accessibilité de l'ensemble des espaces touristiques de la région : bien qu'en progrès (cf. mise en service LGV, maillage autoroutier...), l'accessibilité de la nouvelle région reste perfectible, s'agissant notamment des liaisons interrégionales transversales, ou encore de l'éloignement de certains territoires des grandes infrastructures de transport. ⇒ Organiser et faciliter la mobilité dans les espaces touristiques. <p>A l'échelle régionale, le principal enjeu est de mieux intégrer la problématique de la mobilité touristique aux politiques de déplacement en adaptant l'offre de transports aux besoins de déplacements touristiques avec une information fluide des voyageurs, l'organisation et la complémentarité des dessertes, pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'une part, mieux relier les aéroports et gares aux principaux pôles touristiques, - et d'autre part faciliter la mobilité durant le séjour (entre lieux d'hébergement, de commerces/services et sites touristiques). <p>L'enjeu est d'autant plus prégnant :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conforter l'accessibilité internationale, européenne et interrégionale de la Nouvelle-Aquitaine. - Poursuivre l'intégration de la Nouvelle-Aquitaine dans les réseaux européens de transport => en particulier, garantir un accès rapide à la région depuis Paris (interface vers l'Europe) et la péninsule ibérique. - Développer les relations interrégionales, notamment depuis Lyon, Nantes et Toulouse (en particulier liaisons routières et ferroviaires). - Favoriser la complémentarité des plateformes aéroportuaires régionales et de leurs dessertes. • S'appuyer sur une offre régionale de transport adaptée aux besoins de déplacements touristiques renforçant l'intermodalité pour faciliter l'accès au lieu de séjour et pour faciliter la mobilité pendant le séjour : - Relier les gares et aéroports aux principaux pôles touristiques et lieux d'hébergement : optimiser les correspondances avec les transports collectifs, proposer des services complémentaires : transport à la demande, location de voiture. - S'appuyer sur une offre de transports collectifs (ferroviaire, routière et urbaine) adaptée aux besoins de déplacement touristiques, en termes de dessertes, d'amplitude horaire et de fréquences => logique de connexion vers les sites fréquentés, par une optimisation des

- dans les zones littorales ou urbaines, confrontés à d'importantes difficultés de circulation routière,

- dans les territoires mal desservis (cf. Dordogne, Lot-et-Garonne, territoires de l'ex-Limousin...), afin de valoriser leur potentiel touristique.

Par ailleurs, l'accessibilité « physique » aux espaces touristiques (pour les personnes à mobilité réduite, les familles...) se révèle parfois contrainte.

- **Pour créer les conditions d'une mobilité, enjeu d'un développement touristique durable**

Les mobilités touristiques sont dominées par l'automobile (environ 80 % en moyenne nationale), dont l'impact énergétique, sanitaire, environnemental, sonore... est préjudiciable au développement durable. Au-delà, l'enjeu est aussi de protéger et de valoriser les espaces touristiques, parfois saturés par l'automobile, afin d'en préserver et d'en conforter l'attractivité.

- **Pour valoriser l'image de la région par le développement d'un tourisme d'itinérances (parcours et services)**

Les comportements touristiques évoluent vers la recherche de nouvelles formes de mobilité, plus respectueuses de l'environnement et répondant à une recherche de bien être ou de simplicité. Prisé par de nombreux visiteurs, le tourisme d'itinérance douce (vélo, voies navigables...) constitue une autre manière de découvrir la région et ses territoires. Il dispose d'un potentiel de développement dans la région (4200 kms d'itinéraires cyclables, 10 bassins de navigation), dont l'enjeu est d'accompagner la mise en tourisme. Dans le même ordre d'idées, le tourisme ferroviaire (trains touristiques) est un levier de valorisation des espaces naturels/patrimoniaux de la région.

- **Comme nécessité pour l'emploi des saisonniers**

Le tourisme est l'un des principaux vecteurs d'emplois saisonniers dans la région. Plutôt jeunes et occupants des postes peu qualifiés, les saisonniers ne disposent pas toujours de moyens pour se déplacer facilement vers leur lieu de travail. De plus, les lieux d'hébergement peuvent se révéler éloignés, d'autant que l'offre de transport en commun n'est pas nécessairement adaptée à leurs

réseaux existants et/ou la création de dessertes spécifiques (par exemples bus des plages).

- **Développer les solutions innovantes de mobilité** dans les territoires mal desservis.

- **Proposer une offre de transport du premier au dernier kilomètre, en développant l'intermodalité.**

- **Coordonner les offres de transport en articulant les horaires** (par exemple TER/TGV) pour permettre une accessibilité des sites touristiques aux horaires pertinents.

- **Développer les pôles d'échanges** autour des principales gates ferroviaires et des aéroports.

- **Améliorer la complémentarité entre les offres de transport**, en s'appuyant sur leurs zones de pertinence respectives : proposer des offres combinées (train + car) tout en un.

- **Élaborer des formules tarifaires intermodales attractives.**

- **Développer des tarifications attractives**, combinant visites de sites/musées et offre de transport.

- **Favoriser la mise en réseau**, par une offre de transport adaptée et complémentaire, des sites touristiques de Nouvelle-Aquitaine.

- **Adapter les trajets piétons de proximité**, en leur donnant plus de visibilité et en renforçant les parcours en termes d'accessibilité.

- **Mieux gérer la congestion des zones littorales et urbaines, des sites sensibles : protéger et valoriser les sites patrimoniaux et naturels :**

- **Améliorer l'intégration**, notamment paysagère, des voies d'accès et des stationnements aux abords des sites.

- **Développer et promouvoir les alternatives au véhicule individuel** pour l'accès aux sites : transports collectifs, mobilités douces.

- Dans certains cas, **interdire l'accès automobile aux sites** (certaines vallées de montagne, à proximité de sites majeurs...)

- **Soutenir l'aménagement durable des sites patrimoniaux et naturels** : par des rabattements vers les sites (parkings navettes, tarifications combinées...) et par l'aménagement des cheminements piétons et des voies cyclables confortables et sécurisés.

- **Maîtriser la place de la voiture** : développer les parkings relais en périphérie des centres villes (avec un acheminement par les transports collectifs ou des navettes), organisation de navettes vers les plages, les

horaires de travail (notamment le soir). Dans ce contexte, l'aide à la mobilité est un enjeu important des politiques de soutien à l'emploi saisonnier.

sites...

- **Mieux informer sur l'offre de transport à disposition :**

- **Renforcer l'information multimodale**, dès la préparation du voyage => calculateur d'itinéraires, s'appuyant sur la centrale de mobilité régionale, sur les sites d'information touristique de la région et des territoires, présentation des destinations et des circuits touristiques avec une information systématique sur les modes de transport disponibles (sites internet, brochures d'information...), puis à l'arrivée, en particulier dans les gares et aéroports et pendant le séjour, sur les lieux d'hébergement, les sites touristiques et les offices de tourisme.

- **Améliorer l'accessibilité physique aux espaces touristiques, au profit, notamment :**

- Des personnes à mobilité réduite** (personnes en situation de handicap, personnes âgées...).

- Des familles** (par exemple : services de location de poussettes adaptées au site visité...).

- **Promouvoir une démarche globale d'intégration des déplacements aux politiques touristiques.**

- **Réaliser un diagnostic local des mobilités touristiques**, mal connues.

- **Définir une stratégie globale de mobilité touristique**, construite autour d'enjeux et de priorités clairement identifiés.

- **Renforcer la concertation** entre les autorités organisatrices de transport et les principaux acteurs du tourisme, associant les territoires pour la **construction de parcours**.

Par exemple : **le tourisme d'itinérance fluviale** : Accompagner la mise en navigabilité des cours d'eau, favoriser la mise en tourisme des voies d'eau, l'accueil des touristes par des équipements et services adaptés ; **l'itinérance cycliste** : développer le réseau d'itinéraires cyclables, favoriser la mise en tourisme des itinéraires cyclables, améliorer l'accueil des cyclotouristes par des équipements et services adaptés (restauration, hôtellerie/hébergement,...) ; **le tourisme ferroviaire** : soutenir les projets de trains touristiques.

- **Développer les aides financières à la mobilité**, sous forme notamment de tarifs de transport préférentiels.

- **Mettre en œuvre et valoriser les solutions de transport**

	<p>alternatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir les mobilités douces : valorisant les sites touristiques (navettes maritimes, véhicules électriques...), en poursuivant le développement des pistes cyclables et cheminements piétons, vélos et vélos électriques en libre-service...et autour des lieux d'hébergement ou des pôles touristiques. - Organisation de navettes entre lieux d'hébergement et lieux de travail. - Favoriser l'hébergement des saisonniers à proximité des lieux de travail, afin de limiter les mobilités contraintes.
--	---

- **Une indispensable stratégie d'attractivité à co-construire**

Un préalable : l'attractivité est la capacité d'un territoire à rayonner, promouvoir et attirer ou retenir de manière permanente ou ponctuelle, des personnes des entreprises, des événements et des capitaux.

Il ne faut pas confondre attractivité et notoriété. Le touriste vient en Nouvelle-Aquitaine pour la dune du Pyla, le parc du Futuroscope, la vallée de la préhistoire à Lascaux ou la vallée des peintres à Crozant... Sur ce sujet la nouvelle région est plutôt bien dotée : au moins 31 destinations harmonieusement réparties sur le territoire dont une part très significative jouissant d'une notoriété mondiale.

La notoriété est la mesure d'une attractivité donnée. Pour le tourisme, faut-il la mesurer en nombre de visiteurs, en retombée en termes d'emplois ou de croissance du PIB, en termes de nuisances produites ?... Tout dépend des objectifs définis au préalable. Que veut-on comme schéma ? La notoriété sera mesurée à l'aune des objectifs définis, en fonction de l'attractivité existante.

Attractivité et marketing territorial, de quoi parle-t-on ?

Attractivité : capacité d'un territoire à rayonner, promouvoir et attirer ou retenir sur place, d'une manière ponctuelle ou permanente, des personnes, des entreprises, des événements et des capitaux



Intervention de Joël GAYET – Fondateur de la Chaire "Attractivité et Nouveau Marketing Territorial" (Université Aix-Marseille)

Enjeux	Propositions
<ul style="list-style-type: none"> - En termes d'image, de développement de la notoriété, de la réputation, de l'influence en tout premier lieu à l'international (compétence clé de la Région) pour obtenir des effets positifs. - Sur le plan économique et financier par la création ou la consolidation de savoir-faire et de filières d'excellence, de cofinancement, de projet d'animation commerciale, d'augmentation de la fréquentation et des dépenses des visiteurs. - Dans le domaine social notamment par la création d'emplois. - En retour sur les valeurs identitaires et culturelles (fierté d'appartenance, ouverture au monde). - Par la création d'une dynamique interne vertueuse pour l'animation du territoire et la mobilisation des citoyens, des acteurs publics ou privés les plus engagés, par le rapprochement des élus et des techniciens des collectivités avec les forces vives du territoire, par l'intelligence collective dégageant les initiatives prises. Par la création d'une dynamique interne 	<ul style="list-style-type: none"> - Prendre appui sur les nouvelles approches et pratiques en s'inspirant des plus performants appuyés notamment sur 10 facteurs clés de succès. Pour développer l'attractivité territoriale il faut mobiliser des démarches, des techniques et des outils qui permettent de construire et d'optimiser en tenant compte de la volonté des choix stratégiques (projet de territoire, schéma) de la réalité identitaire économique du territoire, des attentes des acteurs référant du territoire. - Construire un projet de territoire dans une approche transversale et intégrée de l'attractivité avec une stratégie mettant en lien vision, valeur, ambitions, positionnement, orientations stratégiques (priorité de filières, grand projet, cible) marque, gouvernance. - Créer une marque partagée dédiée à l'attractivité et qui porte du sens, matérialisée par une plateforme de marques susceptibles d'être déclinée dans tous les secteurs et par tous les acteurs. L'objectif est son utilisation par tous les écosystèmes, appuyés sur des fonctions qui communiquent, dans une logique partenariale mobilisant toutes les

vertueuse

- **Intégrer les nouvelles logiques du marketing territorial** : avec Internet et les réseaux sociaux, on est passé du marketing avec du digital au marketing dans le digital, ce qui a permis l'invention de nouvelles offres service/besoins et comportements mais aussi des créations de communautés puissantes. C'est aussi l'explosion du marketing affinitaire, l'invention du marketing en ligne, le développement des marques média, l'ubérisation de l'offre. En découle une prise de pouvoir des clientèles sur les marques. Avec l'économie collaborative, c'est le passage du marketing en temps réel au co-marketing, (mobilisant crowdsourcing et crowdfunding). Cette révolution du financement a favorisé l'émergence de plates-formes globales de gestion de la relation : chaque catégorie de client change de statuts (ambassadeur, marqueteur, producteur et financeur).

Les nouvelles technologies inventent un nouveau marketing territorial parce qu'elles ont donné le pouvoir aux clients, mais aussi aux salariés et aux citoyens. Le contexte dans lequel la Nouvelle-Aquitaine va construire son attractivité a complètement changé, l'efficacité des approches traditionnelles de marketing territorial diminue, pour s'orienter vers un marketing prédictif.

- **Affirmer le volontarisme de la Région pour animer une gouvernance coordonnée.** Les points d'appui de cette coordination sur le territoire régional ne peuvent passer que par les parcours, et se décliner à travers les compétences de la Région.

- **Faire de la taille de la région un avantage pour renforcer sa visibilité internationale** permise par l'élargissement de l'offre et de son attractivité. Cette capacité est essentielle pour assoir la présence régionale sur les nouveaux marchés, avec une action encore à construire mais offrant l'opportunité de mutualiser les moyens, favorisée par le changement d'échelle. Le nouveau territoire régional libère un potentiel de visibilité qui génère des attentes de la part de nombreux acteurs publics et privés.

données/datas utilisables.

- **Développer une nouvelle stratégie d'attractivité du territoire de la Nouvelle-Aquitaine**, intégrant les changements de modèles, pour définir un plan d'action appuyé sur la vision, les valeurs, les ambitions, le positionnement et les orientations de la Région dans son projet de territoire. Il s'agit d'associer et de mobiliser de manière transversale les différents leviers des politiques régionales ou infrarégionales (économique, enseignement supérieur et recherche, résidentiel, tourisme, grands évènements, action internationale).

- **Engager la Région dans une véritable stratégie internationale** où elle pourra décliner la marque en partenariat avec les collectivités motrices dans ce domaine et les acteurs de la filière, mobiliser en transversalité les différents leviers à sa disposition, existant dans toutes les politiques régionales, notamment à partir de tous les grands événements (économiques, sportifs, culturels,...).

La Région doit être le fédérateur et le coordonnateur de toutes les actions de toutes les collectivités territoriales qui ont aussi la compétence tourisme. Ce rôle est essentiel et il sera difficile. Cela ne se fera qu'avec des budgets et des moyens d'action, d'entraînement sur ses compétences propres, tout particulièrement sur l'attractivité globale de la Région, la notoriété internationale pour laquelle elle est particulièrement attendue...

L'engagement de la Région dans l'attractivité internationale où son rôle est accepté par tous les acteurs et spécifié par la Loi, est essentiel pour fédérer les acteurs du tourisme, publics et privés, permettant à celle-ci d'intervenir en impulsion et en complémentarité, en ciblant prioritairement les marchés éloignés émergents.

- **Doter les outils régionaux** (tout particulièrement le Comité Régional du Tourisme) des budgets pertinents pour mener à bien sa mission, car seule l'exemplarité en la matière permettra d'asseoir sa crédibilité d'animateur et d'impulseur.

- **Coordonner la mise en œuvre des moyens** pour optimiser les financements publics et privés, mobilisés et mobilisables au bénéfice de la région.

Conclusion

Le Conseil régional a souhaité inscrire l'objectif d'une gouvernance partagée comme axe de travail pour la concertation. Dans ce domaine de compétences partagées, le CESER considère que cette gouvernance partagée sera la résultante de la concertation sur un projet partagé, en constituant le volet conclusif. Elle ne se décrète pas, mais se « sécrète » grâce à un engagement qui sera évalué à l'aune des moyens dégagés.

Le CESER insiste pour que la construction du projet concerne l'ensemble du territoire dans une approche transversale et intégrée de l'attractivité touristique, avec une stratégie mettant en lien vision, valeurs, ambitions, positionnement, orientations stratégiques, gouvernance.

Dans ce cadre, les priorités régionales doivent notamment viser à renforcer les potentiels des territoires, tout particulièrement par l'accompagnement de la chaîne de valeur, par la valorisation des ressources humaines et l'amélioration des compétences (notamment pour les saisonniers par la formation, les conditions d'accueil et de vie), par une meilleure accessibilité, et par une attractivité internationale enfin concrétisée.

Il rappelle ses attentes pour une intégration de l'évaluation des politiques publiques dans ce schéma, ce qui en raison de la compétence partagée, incite à concentrer cette démarche d'évaluation sur certaines thématiques, comme par exemple l'appréhension des impacts de sociaux et environnementaux du développement du tourisme.

A cette étape de la concertation qui doit se poursuivre jusqu'à la fin de l'année, pour aboutir à un projet finalisé début 2018, le CESER poursuivra sa mobilisation pour chacune des étapes.

Adopté à la majorité lors de la séance plénière du 4 juillet 2017.

1 vote contre



ceser-nouvelle-aquitaine.fr
contact@ceser-nouvelle-aquitaine.fr

SITE DE BORDEAUX

14 rue François de Sourdis
CS 81383
33077 Bordeaux Cedex
Tél. : 05 57 57 80 80

SITE DE LIMOGES

27 boulevard de la Corderie
CS 3116
87031 Limoges Cedex 1
Tél. : 05 55 45 19 80

SITE DE POITIERS

15 rue de l'Ancienne Comédie
CS 70575
86021 Poitiers Cedex
Tél. : 05 49 55 77 77