

Assises Départementales du Tourisme de la Lozère

04 octobre 2010

Présentation du Schéma départemental du tourisme de la Lozère 2010-2016

Par Luc Deschamps,
directeur de MaHoC

Plan de la présentation du Schéma 2010-2016

- 1. Le positionnement stratégique**
- 2. Les Enjeux d'avenir du tourisme en Lozère**
- 3. Les orientations stratégiques et les plans d'actions**



**Assises Départementales du
tourisme de la Lozère
04 octobre 2010**

Le positionnement stratégique



La Lozère :

Cap sur l'innovation et l'écotourisme

10 bonnes raisons d'engager La Lozère dans un développement « écotouristique »

- 1. L'identité Lozérienne est soulignée par des atouts naturels d'exception. 4 massifs montagneux, 4 terres de grands espaces aux multiples facettes**
- 2. La Lozère compte plus de 2 700 kilomètres de torrents et rivières qui alimentent trois grands bassins**
- 3. Plus d'un tiers de la Lozère est classé en espace protégé**
- 4. Nombreux sites Natura 2000 qui ont pour but de préserver la biodiversité**
- 5. Les gorges du Tarn et de la Jonte classées « Grand Site » soit 20.000 ha sur 70 km de long.**
- 6. Un projet d'inscription du site des Causses et des Cévennes sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO au titre de paysage culturel est en cours d'examen.**

La Lozère : Cap sur l'innovation et l'écotourisme

10 bonnes raisons d'engager La Lozère dans un développement « écotouristique »

- 7. Les activités de pleine nature sont emblématiques de l'écotourisme (plus de 2450 km de sentiers)**
- 8. Les activités nordiques autour de 6 stations de ski**
- 9. Le thermalisme et d'une façon plus générale, la remise en forme et le bien être**
- 10. Des exemples et des volontés des socioprofessionnels de s'engager dans une démarche qualifiante au regard de l'écotourisme.**

**Assises Départementales du
tourisme de la Lozère
04 octobre 2010**

Les Enjeux d'avenir du tourisme en Lozère



1. Un enjeu d'image et de lisibilité du territoire

➤ Les enjeux du schéma 2010-2016

- Renforcer la crédibilité du discours et de l'action publique sur les principes de durabilité en revendiquant un positionnement Lozère – développement durable qui va au-delà du champ du tourisme et des loisirs en renforçant l'image du département comme une destination identifiée dans tous les domaines d'activités
- Promouvoir une image touristique qui s'appuie clairement sur les 4 entrées touristiques précédemment citées
- Développer une production marketing d'itinérance, thématique et multi filières, pour rendre lisible le territoire en liant les pôles connus avec ceux de moindre notoriété
- Améliorer la performance du territoire en termes de nouvelles technologies (accès, stratégie Internet, base de données, commercialisation, technologie smartphone, etc.).

2. Un enjeu de qualité

- Les enjeux du schéma 2010-2016 en terme de qualité:
 - La progression de la qualité au crible du développement durable dans le secteur privé (hébergements, activités de pleine nature, sites d'animation, restauration, etc.) et des aménagements publics
 - La promotion des entreprises et des organisations qui atteignent un niveau reconnu de qualité (labels, normes, démarche de progrès)
 - La qualification de l'accueil, en particulier dans les offices du tourisme (formation, démarches qualité)
 - La mise en place de nouvelles dessertes (à titre expérimental) pour parvenir en Lozère, et, infra territoriales.

3. Un enjeu d'organisation

- Les enjeux du schéma 2010-2016 sont les suivants en terme d'organisation:
 - S'appuyer sur les compétences des organisations actuelles (CDT, SELO, organismes consulaires, etc.) pour créer des pôles de compétences en terme d'ingénierie
 - Favoriser le regroupement des offices du tourisme en vue d'un fonctionnement coordonné et permanent
 - Repositionner l'organisation du CDT autour de 4 grands pôles d'expertise (la promotion, les TIC, la prospective/l'observation du secteur des loisirs et du tourisme, l'ingénierie territoriale).

**Assises Départementales du
tourisme de la Lozère
04 octobre 2010**

**3 orientations
stratégiques
et 13 actions clés**



Les orientations stratégiques

Trois axes
forts

Axe 1 :

Améliorer l'image et la lisibilité du territoire

Axe 2 :

Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne

Axe 3 :

Moderniser l'organisation pour répondre aux besoins des territoires et des porteurs de projets

Les orientations stratégiques

Axe 1 :
5 actions
clés

AXE N°1 :

**Améliorer l'image et
la lisibilité du département**



Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 1 | Améliorer l'image et la lisibilité du territoire |
|----------------|---|
| Action N° 1 | <i>Développement de la communication de la marque Lozère</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Définir un positionnement d'image pour l'ensemble du département en s'appuyant sur les valeurs du développement durable et les éléments d'exemplarité du territoire (modernité, innovation/expérimentation, et sur les 4 régions naturelles - Coordonner les discours émanant des différentes institutions départementales : Département, CDT, organismes consulaires, Pays, etc. - Harmoniser les actions de communication auprès des différents publics (habitants, touristes, entreprises, élus, investisseurs...) |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Nécessité de trouver des convergences (valeurs communes, par exemple) dans les messages véhiculés sur le département pour une meilleure lisibilité du territoire - Importance d'adapter le contenu des messages aux objectifs des différentes structures et aux publics visés - Affirmation de la marque Lozère auprès des collectivités locales et des habitants |
| Descriptif | <ul style="list-style-type: none"> - Créer une cellule de concertation, d'échanges et de réflexion autour des stratégies et des actions de communication menées sur le département (veille, recherche, transmission d'information, animation de réseau) |
| Etapes | <ul style="list-style-type: none"> - Identification des membres du groupe de travail - Élaboration d'un calendrier de travail - Formalisation des points de convergences en s'appuyant sur les conclusions de l'étude sur l'identité en cours - Mise à niveau des stratégies de communication en cohérence avec l'étape précédente |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 1 | Améliorer l'image et la lisibilité du territoire |
|----------------|--|
| Action N°2 | <i>Élaboration d'un plan marketing pour le CDT</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Assurer une cohérence entre la stratégie marketing proposée par le CDT et le Schéma départemental de développement touristique - Doter le CDT d'un outil opérationnel permettant de lister et de hiérarchiser les actions à mener et de les programmer dans le temps. |
| Justifications | Mieux organiser les actions marketing proposée par le CDT dans le cadre du nouveau Schéma départemental du tourisme (volet essentiel de l'action du CDT) |
| Descriptif | Réaliser un plan marketing en concertation avec les opérateurs touristiques |
| Etapas | <p><u>Réalisation du plan marketing :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Établir un diagnostic marketing qui permettra de définir quelles sont les forces et les faiblesses du CDT, quels sont ses moyens et quels sont ses objectifs : phase légère devant s'appuyer sur le diagnostic existant (Schéma). 2.Établir une stratégie qui définit la politique de production (création de produits, itinérance, de promotion (salons, Internet, presse...), de communication et de commercialisation (actions du SLA, notamment) pour une période définie (3 ans), en cohérence avec les orientations du Schéma et la politique de communication du Département et en partenariat avec les professionnels du tourisme et les services du Département 3.Définition des cibles de clientèles prioritaires et des fiches actions hiérarchisées chaque année 4.Sensibiliser les habitants sur leur rôle dans le développement touristique |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 1 | Améliorer l'image et la lisibilité du territoire |
|----------------|---|
| Action N° 3 | <i>Valorisation des circuits et des itinéraires</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Faire évoluer le dispositif actuel vers des randonnées thématiques - Animer les itinéraires existants et organiser l'offre - Développer une offre de services complète (guides, accompagnateurs, hébergement, activités, transports) |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en valeur des thématiques culturelles et le patrimoine - Relier les itinéraires à des lieux physiques et des sites de visites - Nécessité de mieux coordonner les actions mises en place - Nécessité de diversifier la filière: produits combinés autour de la randonnée |
| Descriptif | <ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte toutes les formes d'itinérance/randonnée : pédestre, équestre, VTT, cyclo, véhicules - Valorisation de l'offre thématique de cyclotourisme familial - Réalisation de propositions en fonction de la durée (1/2 journée minimum) et des niveaux de difficultés - Développer une filière d'excellence environnementale autour des activités de randonnée |
| Étapes | <ul style="list-style-type: none"> - Identification des prestataires - Création d'un groupe de travail avec les prestataires - Choix des itinéraires (Stevenson, Saint Jacques de Compostelle, Sur les traces de la bête du Gévaudan, Aubrac -Saint Guilhem) - Qualification des itinéraires - Mise en place d'outils d'interprétation sur site - Promotion de l'itinérance - Accompagnement des associations porteuses de projets |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 1 | Améliorer l'image et la lisibilité du territoire |
|-----------------------|--|
| Action N°4 | <i>Création et coordination d'un festival itinérant départemental favorisant la rencontre entre les habitants et les visiteurs</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Replacer l'habitant au cœur de l'action touristique du département. - S'appuyer sur les ressources humaines locales pour enrichir l'offre touristique. - Rendre plus harmonieuse la cohabitation entre les résidents et les visiteurs - Proposer un moment de convivialité et de festivité social et intergénérationnel sur l'ensemble du département - Valoriser les patrimoines diffus du territoire |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Nécessité de redécouvrir les éléments importants de la mémoire collective locale et de favoriser son appropriation par les habitants. - Importance d'encourager, de faire connaître et de faire vivre les initiatives et les traditions locales - La valorisation de l'habitant dans le projet touristique du territoire diminue les risques de conflits d'usage entre résidents permanents et visiteurs occasionnels |
| Descriptif/ Etapes | <ul style="list-style-type: none"> - Principe : s'appuyer sur les initiatives existantes (Festival nature, Détours du Monde - Chanac -, 48ème de Rue - Mende-etc.) - Choisir une période de déroulement des évènements - Faire remonter les propositions d'animation - Elaborer et diffuser une liste renseignée des initiatives locales |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 1 | Améliorer l'image et la lisibilité du territoire |
|-----------------------|---|
| Action N°5 | Mise en place d'une signalisation complète |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Valoriser et promouvoir les prestataires touristiques - Informer les usagers de la route - Faciliter l'accès aux sites et aux prestataires - Préserver la qualité paysagère aux entrées du territoire et des villages en diminuant le nombre de panneaux (pré-enseignes) et l'affichage sauvage - Inciter les prestataires au respect de la législation |
| Descriptif/ Etapes | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiser un comité de pilotage chargé de définir et suivre la démarche ➤ Définir les principes de la signalisation: typologie et type de support de signalisation, implantation, caractéristiques techniques des matériels... ➤ Identifier les possibilités « en et hors » agglomération ➤ Définir une charte graphique de signalisation commune (enseignes, pré-enseignes, signalisation d'indications, signalisation d'information locale, d'animation touristique, d'information culturelle et touristique, etc.) ➤ Faire valider le contenu du projet par les services de l'Etat, les collectivités territoriales ➤ Lancer la démarche auprès des communes et des prestataires volontaires. |

**Axe 2 :
5 actions
clés**

AXE N°2 :

**Faire progresser la qualité
selon les critères du
développement durable
dans toutes les
composantes de l'offre
touristique lozérienne**



Le plan d'actions par axe stratégique

| | |
|-----------------------|---|
| Axe 2 | Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne |
| Action N°6 | <i>Lancement d'une démarche qualité selon les critères du développement durable</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la qualité des prestations du tourisme en Lozère - Engager les prestataires dans une démarche de progrès - Promouvoir les prestataires exemplaires en termes de performance environnementale - Renforcer le positionnement « développement durable » |
| Justification | <ul style="list-style-type: none"> - 1/3 du département classé en espaces naturels protégés - Le savoir faire de l'association « Cévennes écotourisme » et la reconnaissance européenne (CETD) - Un déficit de qualité : hébergements (hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, campings), restauration, les loisirs et les services |
| Descriptif/ Etapes | <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 formes, soit Ipamac « Cévennes Ecotourisme », soit démarche RESPECT développée par les CCI/ACFCI. <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation et recrutement de prestataires volontaires toutes filières - Un audit/diagnostic « prestataires » - Un plan d'actions (de progrès) réalisé par le prestataire - Un accompagnement individualisé et/ou collectif - Une évaluation annualisée, une procédure valable 3 ans ➤ Les moyens d'accompagnement sont de 2 ordres : <ul style="list-style-type: none"> - Un appui en ingénierie (audit et suivi) en partenariat avec la CCI/CDT/parc - Un appui financier en « éco-critérisant » les aides ➤ La démarche s'articule avec la marque Qualité Sud de France ➤ Les prestataires sont promus en fonction d'un niveau acquis (ex : obtention d'une marque) |

Le plan d'actions par axe stratégique

| | |
|-----------------------|--|
| Axe 2 | Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne |
| Action N°7 | <i>Valorisation de l'esthétique des bourgs, hameaux et des entrées des villages</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer le cadre de vie des habitants et l'accueil des visiteurs - Récompenser et valoriser les communes et les particuliers qui réalisent des efforts d'embellissement - Sensibiliser les élus et les propriétaires |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - La qualité des espaces notamment des entrées de villes sont les premiers signes perçus de la qualité - Nécessité d'associer les habitants à la valorisation de leur cadre de vie et à contribuer au projet touristique local |
| Descriptif/ Etapes | <p>C'est une démarche d'ensemble d'embellissement (notamment l'urbanisme, l'intégration paysagère, architecturale et urbanistique)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Réaliser des réunions d'information et de formation auprès des élus et des personnes concernées -Réaliser un mini diagnostic des communes -Définir un plan d'actions pour les communes engagées -Harmoniser/créer les éléments de signalétique touristique -Élaborer et diffuser un guide des bonnes pratiques. -Soutenir les initiatives en lien avec l'embellissement et le fleurissement -Aides au patrimoine, aux aménagements de villages, à l'habitat, aménagements paysagers des zones d'activités. |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 2 | Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne |
|-----------------------|--|
| Action N°8 | <i>Valorisation des produits et des savoir-faire lozériens</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> -Valoriser les savoirs faire Lozériens -Créer de nouvelles opportunités commerciales -Favoriser les produits issus des terroirs dans la restauration -Développer les circuits courts de ventes -Reconnaître les productions issues de l'agriculture raisonnée -Sensibiliser, former les agriculteurs à la dimension touristique -Valoriser les productions transformées |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> -Le tourisme offre des opportunités économiques aux agriculteurs et aux artisans (circuits courts, restauration) -Les consommateurs - notamment les citadins - sont de plus en plus attachés à la qualité des aliments et aux processus de productions/transformations -L'économie du bio se développe de façon exponentielle. -Des mutations de comportements d'achat et de consommation se développent (slow food, végétarisme, végétalisme, progression des labels -AB-, etc.) |
| Descriptif/ Etapes | <ul style="list-style-type: none"> - Poursuivre et développer les expérimentations actuelles sur l'itinérance gastronomique - Améliorer la valorisation des produits de Lozère dans les Maisons du Département - Améliorer la visibilité des produits à l'extérieur du territoire - Aider les agriculteurs à se regrouper - Soutenir le développement de plaisirauthentiques.com (environ 200 producteurs) et de produits-lozere.com |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 2 | Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne |
|----------------|--|
| Action N°9 | <i>Création d'un prix « projets innovants au service du développement durable »</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir une gestion responsable des activités touristiques auprès des socioprofessionnels sur les volets environnementaux, sociaux et économiques. - Créer une dynamique de développement allant dans le sens de la durabilité dans les entreprises touristiques |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Nécessité de maîtriser l'impact social, environnemental et économique des activités touristiques sur le territoire (ressource en eau, déchets, énergie, emploi...) - Nécessité d'enrayer les déséquilibres actuels (urbanisation, changements climatiques, usage de la voiture...) - Permet d'identifier les initiatives innovantes en matière de développement durable. - Permet d'échanger savoir-faire et pratiques durables |
| Descriptif | Création d'un prix « tourisme durable » |
| Etapas | <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction d'un cahier des charges définissant les critères d'appréciation des pratiques durables innovantes (grille d'analyse) - Communication autour du nouveau prix au sein de l'opération - Sélection et promotion du lauréat |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 2 | Faire progresser la qualité selon les critères du développement durable dans toutes les composantes de l'offre touristique lozérienne |
|-----------------------|--|
| Action N°10 | <i>Développement de la filière Tourisme et Handicap</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Accueillir toutes les formes de handicaps - Qualifier le territoire en s'appuyant sur le label tourisme et handicap |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Importance de promouvoir la recherche et les initiatives innovantes autour du handicap (matériels, aménagements...) - Valorisation de l'image du département comme terre d'accueil des personnes handicapées |
| Descriptif/ Etapas | <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation des acteurs locaux pour l'obtention du label - Consolidation de la mission d'assistance et de conseil auprès des porteurs de projet - Appui à la réalisation d'un plan marketing pour le lancement du complexe handisport de Montrodat - Création de produits touristiques pour Personnes à Mobilité Réduite (non voyants en particulier) |

**Axe 3 :
3 actions
clés**

AXE N°3:

**Moderniser l'organisation
pour répondre aux besoins
des territoires et des
porteurs
de projets**

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 3 | Moderniser l'organisation pour répondre aux besoins des territoires et des porteurs de projets |
|----------------|---|
| Action N°11 | <i>Mise en œuvre, conduite et suivi du schéma du tourisme</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Mutualiser les compétences transversales des services du département et de l'ensemble de ses partenaires au service des projets touristiques - Développer une culture du travail collectif et pluridisciplinaire - Apprécier le contenu et les retombées des projets, sous un angle pluridisciplinaire. - Sensibiliser, informer sur les différentes formes du tourisme, les métiers (emplois), les techniques, les apports économiques et sociaux - Montrer, par l'exemple, ce qui se fait ailleurs - Montrer que les loisirs et la culture répond à la fois aux besoins exprimés par les visiteurs et les habitants. |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Le tourisme est un secteur extrêmement transversal impliquant de nombreux secteurs d'activités de manière directe ou indirecte - Nécessité de décloisonner les services et les disciplines techniques au sein des institutions départementales |
| Descriptif | <ul style="list-style-type: none"> - Création d'une cellule de coordination pour le suivi du schéma - Constitution d'équipes pluridisciplinaires (environnement, énergies renouvelables, emploi, économie, social, architecture, patrimoine, mais aussi services des chambres consulaires, services de l'Etat, etc.) |
| Etapes | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organisation d'un forum annuel du tourisme dans le département ➤ Organisation d'un forum territorialisé des destinations, - Bilan de la saison, mise en perspective des plans d'actions pour l'année en cours |

Le plan d'actions par axe stratégique

| Axe 3 | Moderniser l'organisation pour répondre aux besoins des territoires et des porteurs de projets |
|------------------------------|---|
| Action N°12 | <i>Redéploiement des compétences du CDT autour de 4 pôles d'expertise : promotion, ingénierie territoriale, TIC, observation</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Renforcer et coordonner les actions de promotion en partenariat - Conseiller et accompagner les communes, les porteurs de projets privés dans l'élaboration de leurs plans de développement - Redéployer et acquérir les compétences TIC - Renforcer l'observation économique, sociale et environnementale, la veille concurrentielle |
| Justifications Descriptif | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promotion : <ul style="list-style-type: none"> • Autour des 4 espaces (entrées) touristiques que sont : Les Gorges du Tarn et Grands Causses, les Cévennes, l'Aubrac et la Margeride. ➤ Ingénierie locale : <ul style="list-style-type: none"> • Il s'agit d'être en capacité de mobiliser une force d'intervention, un pool de compétences adhoc pour assister les communes et les EPCI et de conduire les projets à leur terme. ➤ TIC : <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser un audit de performance de la version du site du CDT • Formaliser la stratégie Internet du CDT • Assurer la maintenance du site au quotidien (+ évolutions) • Animer le site pour développer le trafic et fidéliser les internautes • S'assurer de la visibilité du site par un bon référencement • Lancer les campagnes de promotion (affiliation, réf.) • Pérenniser la performance de la base de données • Gérer les contributions des internautes sur Internet • Créer des contenus pour la téléphonie mobile • Intégrer une offre d'itinérance sur le site actuel • Offrir une aide technique aux partenaires du département ➤ Observation : <ul style="list-style-type: none"> • Nécessité d'améliorer la performance de l'observatoire départemental • Nécessité de rendre l'information plus opérationnelle |

Le plan d'actions par axe stratégique

| | |
|-----------------------|---|
| Axe 3 | Moderniser l'organisation pour répondre aux besoins des territoires et des porteurs de projets |
| Action N°13 | <i>Mutation des offices du tourisme du territoire</i> |
| Objectifs | <ul style="list-style-type: none"> - Inciter les OTSI volontaires à se regrouper, soit par convention pour des missions spécifiques, soit sous forme communautaire (transfert de compétences) - Améliorer la fonction accueil sur le territoire - Identifier les fonctions à mutualiser (communication, Internet, promotion) - Identifier les besoins de formation - Améliorer les organisations des offices du tourisme |
| Justifications | <ul style="list-style-type: none"> - Les offices du tourisme ont un rôle en pleine - Un rôle essentiel dans la mission d'accueil sur le territoire - Des difficultés financières et d'organisation des OTSI - Un rôle fédérateur entre les socioprofessionnels - Une interface entre les sociopro., les élus et les clients |
| Descriptif/ Etapas | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définition des missions et rôles des OTSI ➤ Mise en place d'une démarche de qualité comprenant : <ul style="list-style-type: none"> - La sensibilisation des élus - Un audit qualité sur les fonctions de l'office - Un bilan de compétences et de formation de l'équipe - Un plan d'actions sur 3 ans ➤ Mise en place d'un module d'audit organisationnel pour les OTSI souhaitant se regrouper avec une assistance juridique ➤ Mise en place d'un bonus financier spécifique d'aide au regroupement par le Département ➤ Sensibilisation des OTSI au déploiement des TIC |

Assises Départementales du Tourisme de la Lozère

04 octobre 2010

Présentation du Schéma départemental du tourisme de la Lozère 2010-2016

Par Luc Deschamps,
directeur de MaHoC