



Agen, vendredi 27 janvier 2017

## DOSSIER DE PRESSE

# 1<sup>ERS</sup> ÉTATS GÉNÉRAUX DU TOURISME EN LOT-ET-GARONNE

*Ensemble pour la destination Lot-et-Garonne*

## Synthèse de six mois de travaux Présentation des axes de travail à venir

### Une démarche participative pour une nouvelle dynamique touristique

En Lot-et-Garonne, avec un chiffre d'affaires global de l'ordre de 330 M€ et 5 000 emplois directs, le tourisme représente un secteur économique de poids, à fort potentiel de développement. Les efforts du Département, du Comité départemental du Tourisme et des acteurs touristiques qui participent de longue date à l'essor du tourisme doivent être poursuivis afin que ce secteur accélère son développement.

**Les Etats généraux du Tourisme, dont les travaux ont débuté en juin 2016, visent à fixer une nouvelle stratégie de développement, avec pour objectifs majeurs d'accroître le nombre d'emplois et de touristes à l'horizon 2025.**

Six mois de travail, d'ateliers, de consultations d'acteurs professionnels, institutionnels, de vacanciers et de résidents ont été nécessaires à cette phase de diagnostic participative qui a permis de définir les grandes orientations pour faire du tourisme un véritable levier de développement pour le Lot-et-Garonne dans les années à venir.

L'heure est aujourd'hui à la synthèse de ces 6 mois de travaux !

## Le tourisme, un puissant moteur de développement en Lot-et-Garonne

---

Sur les deux dernières décennies (1995-2015), le tourisme a constitué l'un des plus puissants leviers de développement de l'économie départementale. Pour preuve, il suffit de prendre connaissance des chiffres suivants :

	1995	2015
<b>Nombre de nuitées</b>	3 millions	6,23 millions
<b>Nombre de lits marchands</b>	18 000	30 969
<b>Nombre d'emplois</b>	2 000	5 000
<b>Chiffre d'affaires</b>	130 M€	330 M€
<b>% de fréquentation par rapport à la région Aquitaine</b>	Le tourisme en Lot-et-Garonne assure 3 % de la fréquentation touristique en Aquitaine.	Le tourisme en Lot-et-Garonne assure 6 % de la fréquentation touristique en Aquitaine.

**A la lecture de ce bilan qui atteste d'une réelle montée en puissance du tourisme en Lot-et-Garonne, il apparaît clairement que ce secteur d'activités présente un fort potentiel de développement.**

## Les objectifs des Etats généraux du Tourisme

---

**Les Etats généraux du Tourisme ont pour ambition d'accroître sensiblement le nombre de d'emplois et de visiteurs à l'horizon 2025.**

Pour atteindre cet objectif, il convient de :

- positionner le Lot-et-Garonne comme véritable destination de vacances au cœur du Sud-ouest.
- faire évoluer le schéma départemental de développement touristique adopté en 2015 en fonction de la loi NOTRe et de la nouvelle répartition des compétences.
- définir une stratégie ambitieuse de développement touristique dans le cadre d'une nouvelle gouvernance partagée.
- définir le positionnement et les valeurs du Lot-et-Garonne et mettre en place une nouvelle stratégie marketing territoriale partagée autour d'une marque de destination fédératrice.
- ancrer le projet Center Parcs dans le territoire et dans le paysage touristique.

## Synthèse des ateliers

---

Depuis le lancement des Etats généraux du Tourisme, des ateliers ont été proposés sur tout le territoire afin de réfléchir collectivement au développement touristique en Lot-et-Garonne. Avec 4 ateliers, 13 rencontres et près de 100 participants, ces ateliers ont permis d'établir un diagnostic partagé et de dégager des pistes de réflexion pour l'avenir.

**Le constat commun aux 4 ateliers est assez sévère sur l'image du Lot-et-Garonne :** notoriété insuffisante, pas de réelle identité, pas de produit phare. Il ressort également un manque d'activités et de services hors saison et de manière générale un manque de connaissance de l'offre de la part des acteurs touristiques comme des habitants.

Pourtant les participants s'accordent à dire que le **Lot-et-Garonne dispose d'atouts touristiques majeurs et de valeurs qui en font une destination attractive :** une offre diversifiée et d'un bon rapport qualité/prix, des valeurs d'authenticité, de bien-vivre, l'eau, la gastronomie, les paysages et le patrimoine.

L'analyse des grandes tendances dans le secteur du tourisme tend d'ailleurs à démontrer que **le Lot-et-Garonne est en phase avec les demandes actuelles**. Il apparaît également que le département a **une carte à jouer avec la proximité des grandes métropoles bordelaise et toulousaine qui concentrent quelque 2 millions d'habitants**.

- **Atelier 1 : Agir sur l'offre**

**Objectifs : faire du Lot-et-Garonne une vraie destination, diversifier son offre touristique, événementielle et de tourisme d'affaires**

Cet atelier était coprésidé par **Danièle Dhélias**, conseillère départementale du canton du Val du Dropt, et **Pierre Philippe**, directeur général de la Cave des Vignerons de Buzet.

**Principales propositions issus de l'atelier**

➤ **Diversifier l'offre**

- Développer une offre de court-séjours afin de cibler les marchés de proximité
- Développer une offre de séjours thématiques (randonnée, tourisme industriel, stages...)
- Repenser l'offre en fonction de nos cibles de conquête de clientèle et de nos atouts

➤ **Développer la commercialisation**

- Créer des produits complets (hébergements, activités, transports) par la mise en réseau des acteurs touristiques
- Former les prestataires pour maîtriser les outils nécessaires à la gestion et la commercialisation de leurs offres

➤ **Améliorer la communication**

- Fédérer les acteurs du tourisme, organiser des temps de rencontres interprofessionnelles à l'échelle du Lot-et-Garonne en associant les habitants qui jouent un rôle essentiel en tant que relais d'information
- Communication externe : promouvoir une destination rurale à travers une image moderne et différenciée

- **Atelier 2 : Agir sur les pratiques**

**Objectifs : faire émerger de nouvelles pratiques dans le domaine de l'accueil, de la professionnalisation, des technologies de l'information et du numérique**

Cet atelier était coprésidé par **Marylène Paillarès**, conseillère départementale du canton de l'Albret, et **Jean-François Blanchet**, président de l'UMIH 47.

**Principales propositions issus de l'atelier**

➤ **Placer les Lot-et-Garonnais au cœur du développement touristique**

- Faire des habitants du Lot-et-Garonne une des cibles de la stratégie de promotion et de diffusion de l'information touristique
- Inciter les habitants à être « touristes » dans leur propre département
- Communiquer auprès des habitants sur les retombées économiques des grands événements

➤ **Développer l'information et la professionnalisation des acteurs du tourisme**

- Créer une meilleure synergie entre les professionnels du tourisme afin d'encourager une meilleure appropriation du territoire et une connaissance approfondie de l'offre touristique
- Développer le travail en réseau et la mutualisation de moyens pour proposer des formations adaptées aux attentes des professionnels du tourisme

➤ **Améliorer la visibilité de la destination Lot-et-Garonne sur internet**

- Véhiculer une image commune du Lot-et-Garonne sur l'ensemble des sites internet
- Améliorer la qualité des contenus (textes, photos, vidéos)

- **Atelier 3 : Agir sur les moyens**

Objectifs : renforcer l'attractivité du Lot-et-Garonne, dynamiser la fréquentation touristique et favoriser l'investissement

Cet atelier était coprésidé par **Bernard Barral**, conseiller départemental du canton du Pays de Serres, et **Chantal Buron**, propriétaire du site Parc en Ciel à Lacapelle-Biron.

**Principales propositions issus de l'atelier**

➤ **Les besoins en infrastructures**

- Développer les voies vertes et fluviales ainsi que les liaisons entre les grands itinéraires
- Créer de nouveaux itinéraires vélos le long des autres rivières (Baïse, Dropt, Lémance...)
- Faciliter les déplacements doux en maintenant et en améliorant les dessertes ferroviaires ainsi que les navettes entre les gares et les sites touristiques
- Améliorer la couverture en haut et très haut débit, le réseau mobile et l'accès au wifi sur l'ensemble du territoire // un des piliers du développement touristique, hautement prioritaire.
- Soutenir l'installation d'hébergements à la ferme

➤ **Les besoins en services**

- Améliorer la visibilité de la destination Lot-et-Garonne sur internet et les campagnes publicitaires TV, radio et cinéma
- Soutenir les filières en matière de promotion et de qualification de l'offre
- Développer le tourisme d'affaires/événementiel sur l'ensemble du territoire
- Recenser les formations et les besoins en formation des acteurs du tourisme
- Mettre en parallèle les besoins de personnels saisonniers et leurs demandes

- **Atelier 4 : Agir sur la gouvernance et l'identité territoriale**

Objectifs : définir une stratégie de marque territoriale et une organisation efficace entre les différents acteurs du tourisme départemental, fédérer les professionnels du tourisme

Cet atelier était coprésidé par **Raymond Girardi**, vice-président du Conseil départemental en charge de l'Agriculture, de la Forêt et de l'Environnement, et **Sophie Coudrain**, directrice de la résidence Pierre & Vacances à Monflanquin.

**Principales propositions issus de l'atelier**

➤ **L'identité territoriale**

- Partir du client et de ses attentes pour adapter l'offre
- Avoir une politique d'ambassadeurs (valorisation du territoire par ses habitants)
- Travailler par filières au niveau départemental et inter-départemental

➤ **Gouvernance**

- Insuffler davantage de synergie, de concertation et de mutualisation
- Créer des passerelles entre les structures touristiques afin de coordonner les actions
- Mettre en place une stratégie et un plan d'action communs tout en respectant les spécificités locales
- Réfléchir à la mutualisation d'actions que beaucoup de structures ne pourraient porter seules (petite taille, moyens financiers limités).
- Créer une structure commune qui pourrait avoir la forme d'une Agence de développement touristique
- Poursuivre les travaux des Etats généraux du Tourisme, avec une commission spécialisée chargée de mettre en place une nouvelle gouvernance.

## Synthèse de l'itinérance de l'Observatoire de l'implicite

---

Menée en partenariat avec l'Observatoire de l'Implicite de l'Institut des Territoires Coopératifs, cette démarche innovante basée sur l'itinérance à pied et la rencontre avec les habitants du Lot-et-Garonne visait à **mettre en lumière la perception que les Lot-et-Garonnais ont de leur territoire** afin que cette identité vécue puisse servir de socle à l'élaboration d'une stratégie touristique départementale fédératrice. Parce qu'ils font partie intégrante de l'accueil et qu'ils sont eux même consommateurs ou prescripteurs du tourisme local, les résidents jouent en effet un rôle essentiel dans le développement touristique.

Anne et Patrick Beauvillard, co-fondateurs de l'Observatoire de l'Implicite, ont ainsi sillonné le département à pied pendant un mois, du 10 octobre au 10 novembre. Un tour du Lot-et-Garonne jalonné de huit rencontres avec des habitants réunis en groupes de travail :

- 13 et 14 octobre à Saint-Sernin de Duras
- 16 et 17 octobre à Meilhan-sur-Garonne
- 19 et 20 octobre à Casteljaloux
- 22 et 23 octobre au Fréchou
- 30 et 31 octobre à Agen
- 2 et 3 novembre à Penne-d'Agenais
- 5 novembre à Monflanquin
- 8 et 9 novembre à Villebramar.

### Un département qui s'écrit au pluriel

Le Lot-et-Garonne possède une grande variété de paysages. Cette diversité représente un atout pour le territoire mais d'un autre côté elle est un véritable défi car il est toujours plus difficile d'exprimer quelque chose de complexe et de multiple. La diversité est aussi culturelle. Le département est marqué par deux siècles d'immigration et un métissage culturel d'une richesse incroyable mais dont les héritiers ont pu chercher à gommer les caractéristiques dans une volonté d'intégration.

Si la pluralité est revendiquée par les Lot-et-Garonnais, on constate paradoxalement une certaine méconnaissance du département voire une auto-dévalorisation et une tendance à se définir plutôt par rapport aux départements voisins. Comment mettre en avant les diversités du Lot-et-Garonne et entretenir cette pluralité pour donner sa force à l'identité du département ?

### Territoire et estime de soi

L'itinérance a permis de mettre en évidence un contraste entre des lieux qui impressionnent par la qualité de leur entretien et ceux qui frappent par l'absence de préoccupation esthétique. La randonnée permet de voir clairement les caractères de « contamination » ou d'exemplarité de ces tendances : lorsqu'un lieu, un village est particulièrement bien entretenu, un cercle vertueux se met place et incite implicitement chacun à entretenir son territoire. Ailleurs, le cercle tourne dans l'autre sens et on constate des bâtiments laissés à l'abandon, des poubelles qui débordent, des équipements qui ne témoignent d'aucun souci d'apparence...

Le lien entre l'estime de soi, l'image que l'on porte sur son territoire et la manière dont on l'entretient apparait clairement. Comment développer individuellement et collectivement un regard positif sur le Lot-et-Garonne, développer la curiosité pour mieux le connaître et l'apprécier ? De manière plus générale il faut commencer par développer le goût de soi pour développer le goût d'accueillir l'autre.

### Autosuffisance et coopération

Les territoires façonnent les comportements de ceux qui les habitent. En Lot-et-Garonne, l'habitat est dispersé, les fermes sont en général entourées de terres. La polyculture traditionnelle y est encore très présente. Le modèle de petites communautés familiales auto-suffisantes a créé une capacité de résistance aux épreuves, de résilience mais aussi une forme d'individualisme. Il n'a pas développé autant qu'ailleurs les capacités de coopération. C'est sans doute un enjeu qu'il faudra relever pour mettre en place une politique touristique cohérente et transversale sur l'ensemble du département, qui s'affranchisse des frontières institutionnelles et autres limites géographiques, thématiques, professionnelles ou autre.

## Les axes de travail

---

A l'issue de ces 6 mois de travaux et d'échanges, les axes de travail retenus sont les suivants :

### 1. Vers une nouvelle gouvernance

La gouvernance de demain devra être conçue sur la réalité de l'évolution des métiers des différentes structures touchant au tourisme régional, départemental et local.

Mettre en place une nouvelle gouvernance pour une plus grande **synergie** et une meilleure **coopération** entre les acteurs du tourisme, dans une démarche de **co-construction** entre les différents échelons et en associant les acteurs socio-professionnels

### 2. Une nouvelle stratégie marketing partagée

Engager un travail sur l'identité du Lot-et-Garonne. Définir ensemble un positionnement stratégique pour le département et rassembler les forces vives du Lot-et-Garonne sous une bannière commune : une **maque de destination partagée** par tous.

Mettre en place une **stratégie numérique** pour renforcer la visibilité de notre destination.

Développer avec les chambres consulaires la **qualification de l'offre** et la **professionnalisation des acteurs** du tourisme et des saisonniers.

### 3. Un plan départemental d'itinérance douce

Mettre en place un plan départemental sur l'itinérance douce afin de faire du Lot-et-Garonne une **destination de slow tourisme** (itinérance fluviale, pédestre, équestre et vélo)

Créer un **comité d'itinéraire** départemental fédérant les acteurs publics et privés

Valoriser et promouvoir les itinéraires par une **politique événementielle**.

Développer l'offre d'activités autour de **l'eau ludique**.

### 4. Une mutualisation avec les départements voisins

En concertation avec l'échelon régional, établir une **convention de partenariat** avec les départements voisins (Dordogne, Gers, Lot, Gironde, Tarn-et-Garonne) pour développer des **actions de coopération** sur les grandes thématiques de **l'écotourisme** et de **l'itinérance douce**.

### 5. Le défi de la croissance en lits marchands

Soutenir l'accroissement de la **capacité en lits marchands**

En matière de développement exogène, accompagner les collectivités locales pour la réalisation d'opérations structurantes (type Center Parcs, Walibi, France Loc...)

En matière de développement endogène, mettre en place un outil de diagnostic de l'offre et accompagner sa modernisation.

Encourager le déploiement d'un **tourisme social, solidaire et accessible**.

### 6. Un évènement sur l'innovation dans le secteur du tourisme rural

Organiser un **colloque national** sur le thème de **l'innovation touristique en milieu rural** afin de se nourrir d'exemples venus d'ailleurs, de créer une émulation parmi les acteurs du tourisme départemental et de **faire du Lot-et-Garonne une terre d'innovation** en matière de tourisme à la campagne.

Créer un **groupe de travail** réunissant le Département, la Région, le Comité départemental de Tourisme, le Comité régional de Tourisme, la Mission des Offices de tourisme en Nouvelle-Aquitaine, Atout France et des universitaires pour concevoir cet évènement.

# ANNEXE

## La carte de visite du tourisme en Lot-et-Garonne

---

<b>Structures et équipements de loisirs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 466 sites de loisirs et d'activités sportives et culturelles</li><li>- 10 golfs</li><li>- 5 ports de plaisance</li><li>- 1 parc d'attractions</li><li>- 1 station thermale</li><li>- 1 espace thermoludique</li><li>- 1 casino</li><li>- 58 campings</li><li>- 11 résidences de tourisme</li><li>- 8 villages de vacances</li><li>- 49 aires de camping cars</li><li>- 15 structures hébergements insolites</li><li>- 964 meublés de tourisme</li><li>- 795 chambres d'hôtes</li><li>- 9 villages communaux</li><li>- 15 offices de tourisme</li></ul>
<b>Patrimoine naturel</b>	<p>1<sup>er</sup> département français pour la diversité des cultures 1<sup>er</sup> département bio d'Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes 200 km de voies navigables 4500 km de sentiers de randonnées 3 parcours vélo inscrits au schéma national :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 1 voie verte le long du canal (canal des 2 mers à vélo)</li><li>- 1 véloroute le long de la vallée du Lot</li><li>- 1 véloroute le long de la Gélise (la scandibérique)</li></ul>
<b>Patrimoine architectural et culturel</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- 100 sites inscrits et classés</li><li>- 42 bastides</li><li>- 2 Plus Beaux Villages de France</li><li>- 2 sites Majeurs d'Aquitaine</li><li>- 1 Pays d'Art et d'Histoire</li><li>- 6 Musées de France</li><li>- 4 Jardins Remarquables</li><li>- 1 site naturel classé</li></ul>

### **Contacts presse**

- Conseil départemental de Lot-et-Garonne

**Véronique Détery, Attachée de presse**

Tél. : 05 53 69 42 88 / 06 43 72 60 52 / [veronique.delery@lotetgaronne.fr](mailto:veronique.delery@lotetgaronne.fr)

- Comité départemental de Tourisme de Lot-et-Garonne

**Anne Fernandez, Attachée de presse**

Tél. : 05 53 66 24 30 / [afernandez@tourisme-lotetgaronne.fr](mailto:afernandez@tourisme-lotetgaronne.fr)