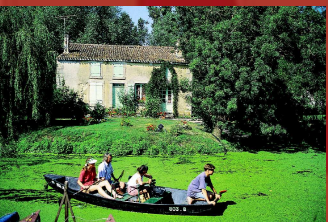
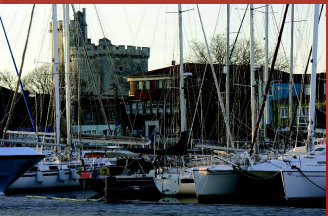


Le tourisme, filière économique en Poitou-Charentes

Rapport du CES Poitou-Charentes



Session spéciale

30 avril 2009

Méthodologie

→ **10 réunions de commission**

La parole aux acteurs du tourisme et porteurs de projets :

→ **20 auditions**

→ **8 entretiens techniques**

→ **Invitation faite aux CDT et CCI de remettre des contributions écrites**

Définitions

Organisation Mondiale du Tourisme :

« Ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires ou autres motifs ».

Les comptes satellites du tourisme :

T0 : consommation des touristes en activités caractéristiques (hébergement, restauration, loisirs,...)

T1 : T0 + achats alimentation, déplacements, services (bus, coiffeurs...)

T2 : T1 + transport domicile-lieu de séjour, dépenses préalables au voyage (bagages...)

T3 : T2 + dépenses des excursionnistes pour la clientèle....

1 constat national

1 Le tourisme est un atout économique essentiel de la France

- **1^{ère} destination touristique du monde !**
- **221 000 entreprises, 891 000 emplois en 2005**
- **CA de 50 à 150 Mds d'euros selon les agrégats**
- **Le tourisme, un secteur difficile dans les circonstances actuelles mais qui semble mieux résister que d'autres !**

3 constats en Poitou-Charentes

1 Une région à fort capital touristique

- **53 millions** de nuitées en 2007
- **9e région** touristique française pour la consommation touristique (2.5 Mds €)
- **Charente-Maritime** : 3e département français pour le nombre de nuitées
- **Néanmoins** : Poitou-Charentes dernière au classement de la fréquentation étrangère

3 constats en Poitou-Charentes

2 Le tourisme, véritable levier de développement économique et social

- **24 000 salariés** en moyenne annuelle soit 4,6 % de l'emploi total dans la région
2/3 concentrés sur le Royannais, La Rochelle et les Iles, et Le Futuroscope
- chiffre d'affaires annuel :
2,76 Mds € soit 7,9 % du PIB régional

3 constats en Poitou-Charentes

3 Les choix de la Région :

- 6 priorités basées avant tout sur un tourisme solidaire, ouvert à tous et un tourisme plus respectueux

Le tourisme est rattaché à la commission “Environnement”

→ Evolution récente :

- Recentrage des interventions en faveur “d'opérations contribuant au développement économique et social” (CP du 24/11/2008)

- 2 études sur le tourisme :

Poids économique du Tourisme en Poitou-Charentes (CR)

Le tourisme en Poitou-Charentes en 2025 (CRT)

Des enjeux divers et des mutations fortes

La diversité des acteurs tous multi-compétents :

- *L'ETAT et la Maison de la France*
- *La Région et le CRT*
- *Les Départements et les CDT*
- *Les communes et les OT et SI*

Les mutations en cours :

- *Internet et les technologies*
- *La mondialisation du tourisme*
- *L'explosion du low cost*
- *Les démarches qualité et la demande de respect de l'environnement*
- *Les évolutions sociologiques*

2 propositions en conclusion de la 1^{ère} partie :

Comme il le fait en rattachant cette activité à sa commission « *Développement Economique et Tourisme* », le CESR réaffirme que le tourisme doit être pris en compte dans le cadre du développement économique régional.

Cela passe notamment par une meilleure connaissance du poids du secteur et de son évolution.

1 → *Renforcer la mesure du poids réel du tourisme et de son évolution, en se basant sur des agrégats reconnus et acceptés par tous.*

2 → *Envisager la mobilisation d'Euradit Poitou-Charentes, dans le cadre de l'intelligence économique pour réaliser une étude sur les évolutions sociologiques et comportementales en matière de tourisme.*

Activité fondamentalement économique, le tourisme a été étudié à travers un élément central qu'est **le client**, en l'occurrence, **le touriste**

Aussi, la 2^{ème} partie du rapport est déclinée en 3 analyses :

I - Une nécessité : l'attractivité, *comment faire venir le touriste ?*

II - Un objectif : la satisfaction, *comment garder et faire revenir le touriste ?*

III - Un préalable : les investissements, *comment mettre en valeur et en "exploitation" le territoire ?*

Une nécessité : l'attractivité

1.1. La définition et le pilotage d'une stratégie partagée

- Une multiplicité d'acteurs
- Une grande sectorisation des interventions
- Un déficit de concertation

Une nécessité : l'attractivité

→ La définition :

A l'initiative de la Région, une stratégie globale et partagée

→ Le pilotage :

La signature d'une convention rappelant les compétences principales de chacun et la complémentarité des actions de tous

→ La mutualisation

L'intensification de la création des offices de pôles

Une nécessité : l'attractivité

1. Quelles pistes pour la stratégie touristique régionale ?

- L'impossible élaboration d'une marque Poitou-Charentes
- Le poids considérable des « locomotives régionales »
- Le déficit de fréquentation étrangère (15 % contre 36 % en moyenne nationale)

Une nécessité : l'attractivité

→ Promotion régionale et nationale :

Un marketing centré sur les produits phares et les locomotives régionales

→ Promotion internationale adaptée aux pays ciblés :

Une promotion régionale pour les pays de l'Ouest de l'Europe

Une promotion interrégionale centrée sur l'Ouest et l'Atlantique à destination des pays émergents

Une nécessité : l'attractivité

1. Quelles pistes pour la stratégie touristique régionale ?

- Une faible prise en compte de l'enjeu de commercialisation
- 1 touriste sur 2 utilise internet pour préparer ses vacances
- Le rôle des locomotives dans l'attractivité des plus petits sites

Une nécessité : l'attractivité

- **Elaborer avec l'ensemble des acteurs une stratégie de commercialisation**
- **Mettre internet au coeur du processus en créant un portail de précommercialisation**
- **Convaincre les acteurs de l'apport considérable des locomotives**
- **Concevoir les offres touristiques comme de véritables produits structurés pouvant être couplés avec l'offre des grands opérateurs**

Un objectif : la satisfaction

1. Une offre de qualité adéquate

- L'importance de l'accueil dans la qualité de l'offre : « accueil » au sens large, au-delà des hommes
- Le poids des démarches de labellisation encore rares en région

Un objectif : la satisfaction

- Encourager (par des dispositifs financiers ou de promotion) les entreprises du tourisme à intégrer des démarches de labellisation (qualité, accessibilité, environnement)

Un objectif : la satisfaction

2. Les Hommes au coeur de la qualité *La qualité de la prestation des Hommes*

- La place prépondérante des relations humaines dans la qualité des prestations proposées
- L'importance de la « professionnalisation de l'offre »
- La demande des employeurs non satisfaite
- L'excellence de la formation dispensée en région

Un objectif : la satisfaction

- Accélérer la conclusion du COT hôtellerie-restauration lancé en 2007
- En complément du soutien aux formations dispensées en région, encourager les recrutements basés sur les compétences pour pallier à court terme la carence du nombre de diplômés
- A l'issue de ces recrutements, activation de la VAE

Un objectif : la satisfaction

2. Les Hommes au coeur de la qualité *La qualité de l'emploi des Hommes*

- Un phénomène prégnant de désaffection des salariés et jeunes diplômés pour le secteur
- Des conditions de vie et de travail difficiles pour les saisonniers (précarité, logement, transport)

Un objectif : la satisfaction

- Une campagne de prospection à destination des saisonniers d'autres régions
- Amélioration des conditions de travail : développer et amplifier les démarches de labellisation « emploi saisonnier de qualité » (charte régionale)
- Amélioration des conditions de vie :
 - mettre à disposition des logements saisonniers au plus près de l'emploi
 - ouvrir les internats de lycées et hébergements collectifs aux saisonniers
- Sensibiliser les professionnels et les chercheurs d'emploi à l'intérêt de la polyactivité

Un préalable : les investissements

« Le paysage touristique régional est d'ores et déjà dessiné... ». Néanmoins, la politique de l'offre est essentielle.

Publics, privés ou menés en partenariat, les investissements doivent poursuivre 3 objectifs :

- Mise en valeur des sites naturels et patrimoniaux à fort capital touristique intrinsèque**
- Maintien de la compétitivité de l'offre existante**
- Emergence de nouveaux projets**

Un préalable : les investissements

1. Les infrastructures publiques

- Soutenir les projets innovants d'investissements structurant les sites à fort capital touristique dans le respect de contraintes fixées (environnement, accessibilité)
- Intégrer les enjeux touristiques dans la question globale de la mobilité

Un préalable : les investissements

2. Les infrastructures privées

- **Le double défi des établissements hôteliers :**
 - mise aux normes incendie et handicap
 - adaptation au marché en terme de capacité d'accueil
- **Le difficile équilibre des comptes d'exploitation des structures d'hébergements collectifs**

Un préalable : les investissements

2. Les infrastructures privées

- Créer un « Cordee Tourisme » pour soutenir certains investissements d'établissements dans le cadre de travaux de rénovation et d'adaptation, dans le respect de normes définies
- Inciter les structures d'hébergements collectifs à diversifier et mutualiser leurs activités notamment en direction du tourisme

Conclusion

- **Le Tourisme est une activité transversale, dont l'intérêt économique est primordial**
- **C'est dans ce cadre que se situe ce rapport et ses propositions d'actions, intégrant la nécessaire régulation, notamment sur les aspects sociaux et environnementaux**

Conclusion

5 axes majeurs de réflexion :

- Le rôle central de la Région dans l'indispensable coordination des acteurs
- Une stratégie basée sur les « locomotives » régionales
- Le défi de l'international
- Les Hommes au cœur de la qualité
- L'enjeu de l'offre, donc des investissements

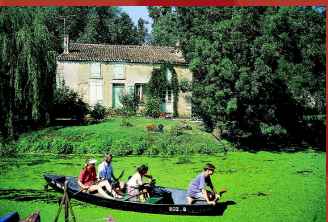
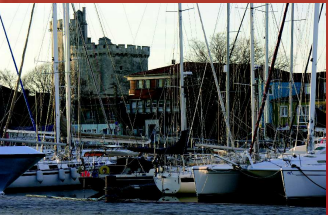
Conclusion

Préalablement à la mise en œuvre des actions concrètes ci-avant et pour mobiliser l'ensemble des acteurs autour d'une stratégie partagée :

- Affirmer le rôle de coordination de la Région par l'organisation d'une **Convention Régionale du Tourisme** où chaque acteur exprimera sa particularité et s'engagera à la mettre en œuvre dans une cohérence d'action et de complémentarité partagée.

Le tourisme, filière économique en Poitou-Charentes

Rapport du CES Poitou-Charentes



Session spéciale

30 avril 2009

Photos : OMT / Ph. Souchard

