

Définition d'une stratégie touristique du Pays Castelroussin Val de l'Indre



Restitution phase 2

Le 4 février 2015

OBJECTIF PATRIMOINE



Les objectifs de la mission



Une approche stratégique du développement touristique

- **L'origine de la réflexion**
 - *La nécessité de redéfinir les modes opératoires des deux EPCI dans le registre touristique;*
 - *Les préconisations de la Région en faveur d'une stratégie au moins à l'échelle du Pays;*
 - *Le Pays dans son rôle d'animateur de la réflexion.*
- **Les objectifs de la mission**
 - *Prendre la mesure d'un existant;*
 - *Écouter les acteurs touristiques locaux;*
 - *Accompagner une réflexion à caractère stratégique pouvant précéder la formulation d'un plan d'action.*
- **Etapes principales**
 - *Des rencontres de terrain et deux tables rondes prestataires;*
 - *Un Comité de Pilotage phase 1, le 29 octobre 2015;*
 - *Séminaire élu le 22 décembre 2015;*
 - *Restitution finale aujourd'hui.*



Rappel des enjeux et des hypothèses stratégiques



La nécessité de réfléchir en terme d'enjeux (d'objectifs)

- Une économie touristique **structurellement faible**... et qui pourrait le rester sans que cela n'impacte sur aucun existant;
- Le tourisme est **un champ économique en soi**: s'y engager nécessite de consentir des moyens pour s'adapter aux exigences des clientèles et d'un marché.
- Des tas de formules opérationnelles existent: attention à **ne pas faire précéder le « pourquoi » par le « comment »**. Toute solution est bonne à condition qu'elle soit évaluée au regard de l'objectif poursuivi.
- Plusieurs **projets en cours de réflexion** (vélo, EPIC, aéroport,....) sont donc à repositionner en fonction d'enjeux clairement identifiés.



Enjeu 1: maintenir une lisibilité de l'offre pour les touristes déjà là, et pour la population

- *La population et les touristes de passage ont besoin d'un accès à l'information;*
- *Ce service doit être optimisé, rationalisé, rendu conforme aux exigences actuelles des visiteurs (place du numérique, relocalisation des espaces, ...).*

Enjeu 2: développer des projets nouveaux pour amplifier l'offre en qualité et quantité

- *Plusieurs sites ou opportunités locales sont à valoriser pour enrichir le maillage d'offre; en matière d'hébergements, des initiatives privées peuvent être encouragées.*
- *L'Indre à Vélo constitue une opportunité de projet territorial, pouvant faire du lien entre ces initiatives.*
- *Un « grand projet » pourrait-il venir couronner ce développement?*



Enjeu 3: créer une logique de destination, pour initier l'arrivée de clientèles nouvelles

- *La logique de destination sous tend de structurer une image et une organisation autour d'un projet fédérateur qui englobe toutes les ressources;*
- *Le Pays Castelroussin ne peut pas être ce territoire; de fait se pose la question d'une identité touristique sur un territoire à définir.*

Enjeu 4: développer des transversalité entre une image touristique et l'attractivité économique

- *L'absence d'image touristique (et culturelle) est dommageable pour valoriser l'attractivité économique du territoire.*
- *Les réflexions conduites sur l'attractivité économique pourront converger avec la réflexion sur le développement touristique.*

STRATEGIE 1: CONFORTER L'EXISTANT

Enjeu principal

- *Enjeu 1: maintien de la lisibilité de l'offre;*

Principaux publics cibles

- *Les flux touristiques existants;*
- *La population locale.*

Actions sur l'offre

- *Favoriser la mise à niveau de l'offre en place (accompagner les démarches qualité, encourager les liens avec le développement durable, ...)*
- *Lisibilité de l'offre.*

Actions en direction de la demande

- *Sans objet*

Quelle organisation territoriale?

- *L'agglomération et son EPIC*
- *La CCVIB crée un outil spécifique d'accueil.*

Dépenses nouvelles à la charge de la collectivité publique

- *Fonctionnement d'un OT pour la CCVIB*
- *Soutien à la structuration de l'offre.*

Avantages	Inconvénients
<p>Peu onéreuse, et néanmoins utile pour que le territoire n'apparaisse pas comme une « friche » touristique ;</p> <p>Laisse à d'autres le soin de prendre des initiatives (associations, privés, département,...) ;</p> <p>Peu de « corrections » à faire.</p>	<p>N'utilise pas le levier touristique pour des actions de sensibilisation, d'attractivité, de diversification d'une offre territoriale.</p> <p>Le champ « touristique » est plus compris comme une activité de service que comme une activité économique</p>

STRATEGIE 2: UNE STRATEGIE DE CONFORTATION DE L'OFFRE PORTEE PAR LE PAYS

Enjeu principal

- *Enjeu 1: maintien de la lisibilité de l'offre;*
- *Enjeu 2: développement de nouveaux projets*

Principaux publics cibles

- *Les flux touristiques existants;*
- *La population locale.*

Actions sur l'offre

- *Porter loin le projet autour du tourisme à vélo;*
- *Favoriser un soutien ambitieux aux initiatives nouvelles;*
- *Qualification de l'offre.*

Actions en direction de la demande

- *Sans objet*

Quelle organisation territoriale?

- *Hypothèse: créer un territoire d'organisation touristique à l'échelle du Pays, type « Châteauroux/Porte de Brenne ».*

Dépenses nouvelles à la charge de la collectivité publique

- *Mutualisation d'un OT territorial;*
- *Soutien à la structuration de l'offre.*

Avantages	Inconvénients
<p>Encourage le développement de projets et s'inscrit dans une dynamique ;</p> <p>Peut aboutir à une stratégie ambitieuse;</p> <p>Légitime l'organisation en place autour du Pays.</p>	<p>S'appuie sur un territoire d'organisation, mais pas sur un territoire touristique.</p> <p>Stratégie médiane pouvant cumuler tous les inconvénients, sans forcément les avantages.</p> <p>Quelle légitimité politique pour le Pays aujourd'hui?</p>

STRATEGIE 3: UNE DESTINATION POUR UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Enjeu principal

- *Enjeu 1: maintien de la lisibilité de l'offre;*
- *Enjeu 2: développement de nouveaux projets*
- *Enjeu 3: logique de destination*
- *Enjeu 4: attractivité économique*

Principaux publics cibles

- *La population et les flux touristiques existants;*
- *Recherche de nouveaux flux.*

Actions sur l'offre

- *Fédération d'une offre plus large, avec un enjeu de destination;*
- *Un « grand projet » ?*
- *Qualification de l'offre;*
- *Structuration d'une image.*

Actions en direction de la demande

- *Recherche de clientèles nouvelles.*

Quelle organisation territoriale?

- *Définir un territoire cohérent: Châteauroux-Brenne, et penser l'organisation territoriale du tourisme en fonction.*

Dépenses nouvelles à la charge de la collectivité publique

- *Mutualisation de tous les OT;*
- *Soutien à la structuration de l'offre;*
- *Actions marketing.*

Avantages	Inconvénients
<p>Une véritable ambition de développement touristique</p> <p>La recherche d'économies dans l'organisation.</p> <p>Le ciblage en faveur d'une offre nouvelle, par exemple autour des circulations douces.</p> <p>Stratégie pouvant être phasée</p>	<p>Nécessité d'une forte volonté politique.</p> <p>Nécessite professionnalisation et évaluation</p> <p>Peut recéler une part de risque en cas d'objectif non atteint</p>



Les prises de position suite aux diverses concertations et tables rondes

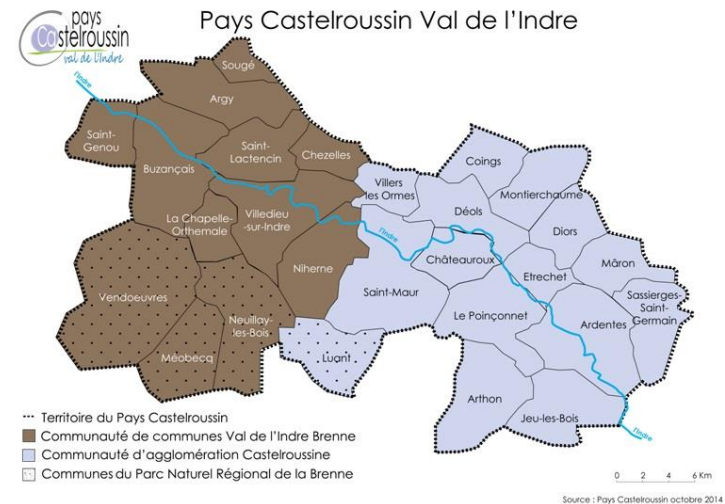
- ***Le rapprochement entre Châteauroux et la Brenne*** apparaît une nécessité désormais admise;
- ***La stratégie 3 est néanmoins prématurée:***
 - *nécessité d'une concertation à construire au sein du PNR pour améliorer l'organisation touristique;*
 - *nécessité de voir aboutir les réformes touristiques de l'agglomération, avec la constitution de l'EPIC, la relocalisation.*
- *Un choix raisonnable en faveur de la stratégie 2 autour du concept « Châteauroux-Porte de Brenne ».*
- ***Un rapprochement implicite entre le PNR et l'agglomération***, avec à terme une nouvelle organisation territoriale (vers la stratégie 3).



Quelle transcription opérationnelle?
Esquisse d'un plan d'action

Principe généraux en matière *d'organisation touristique*

- *Une seule structure sur le territoire Agglomération + CCVIB.*
 - *Une gestion économe et rationnelle des outils.*
 - *Une ouverture immédiate vers la Brenne.*
-
- *A éviter absolument:*
 - *la création d'un OTSI sur la CCVIB;*
 - *une concurrence avec la Brenne.*



Concernant l'organisation touristique

1- L'INTEGRATION DE LA CCVIB DANS L'EPIC

Principe	L'Office de tourisme à constituer n'est plus seulement celui de Châteauroux Métropole, mais celui d'un territoire associant Châteauroux Métropole et la Communauté de Communes Val de l'Indre Brenne
Mode opératoire	<ul style="list-style-type: none">- Modification des statuts de l'EPIC;- Intégration des élus et opérateurs touristiques de la CCVIB au sein des instances de l'EPIC;- Emergence d'un nouveau territoire « Châteauroux-Porte de Brenne »;- En cohérence avec les lois Maptam et NOTRe.
Opérateur principal	<ul style="list-style-type: none">- La nouvelle direction de l'Office de Tourisme de Châteauroux Métropole et les services de la CCVIB
Echéance	<ul style="list-style-type: none">- 2016



Concernant l'organisation touristique

2- L'ORGANISATION D'UN SCHEMA D'ACCUEIL ET DIFFUSION DE L'INFORMATION (SADI)

Principe Redéfinir les conditions d'accueil sur un plus vaste territoire que seulement une agglomération;
Compléter la relocalisation envisagée à Châteauroux par des accueils-relais. Régler la situation particulière de Déols.

Mode opératoire Poser les bases de l'accès à l'information pour les touristes, en tenant compte:

- des lieux d'information,
- de la stratégie numérique,
- du rôle des sites et des habitants,
- de la mobilité, etc.

Concrètement: définir les conditions matérielles d'accueil des touristes sur des communes comme Buzançais et Ardentes, ou sur des sites patrimoniaux comme Déols, Méobecq, Argy.

Opérateur principal Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne » (le directeur autour du projet de service)

Echéance - 2016



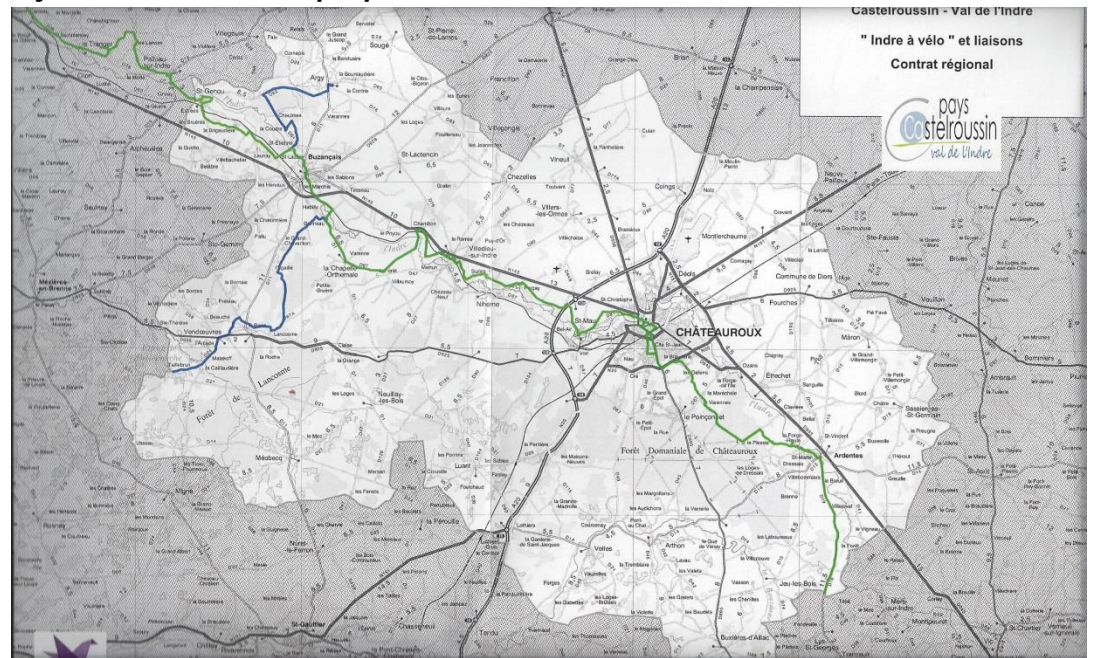
Concernant l'organisation touristique

3- MISE EN PLACE D'UNE STRUCTURE DE CONCERTATION COMMUNE AVEC LE PNR DE LA BRENNE

Principe	Poser les prémices d'une concertation institutionnalisée avec le PNR de la Brenne.
Mode opératoire	Création d'une instance de concertation, ayant trait à des échanges concernant: <ul style="list-style-type: none">- l'information des visiteurs sur l'offre respective sur les deux bassins, en vue de favoriser la circulation des visiteurs;- la structuration cohérente d'une offre nouvelle, en particulier autour du vélo;- des actions de promotion commune;- l'échange d'expérience.
Opérateur principal	Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne » Le service tourisme du PNR
Echéance	- 2016

Principe généraux en matière *de développement de l'offre*

- *Le vélo comme élément de liant et prétexte/support d'une mise en tourisme;*
- *Envisager (ouverture vers la stratégie 3), une hypothèse de « grand projet »*
- *A éviter absolument:*
 - *pour le vélo, se contenter des infrastructure, sans « mise en tourisme »;*
 - *Pour l'éventuel « grand projet »: un concept parachuté, conduit sans concertation.*



Concernant le développement de l'offre

4- L'ABOUTISSEMENT DU PROJET DE L'INDRE A VELO

Principe	L'Indre à Vélo est le véritable projet fondateur qui organise le rapprochement entre l'agglomération et la CCVIB.
Mode opératoire	Poursuite des actions engagées: <ul style="list-style-type: none">- actions sur le tracé;- mobilisation des financements;- concertation avec le PNR sur les connexions avec l'offre randonnée et vélo;- concertation avec les territoires amont et aval.
Opérateur principal	Le Pays Castelroussin Val de l'Indre
Echéance	- 2016



Concernant le développement de l'offre

5- LE DEVELOPPEMENT D'UNE OFFRE TOURISTIQUE ASSOCIEE AU VELO

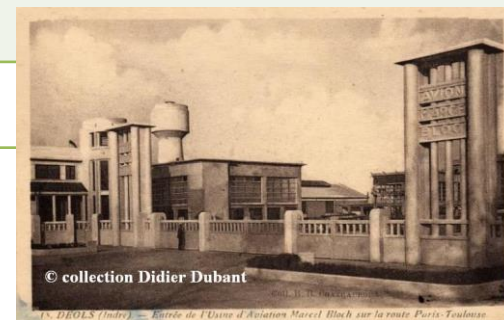
Principe	La création d'une infrastructure ne suffit pas: il faut créer les conditions d'une mise en tourisme de cet itinéraire, au service des retombées touristiques sur le territoire.
Mode opératoire	Plusieurs actions opérationnelles sont envisageables: <ul style="list-style-type: none">- soutien financier aux équipements dotés du label Accueil Vélo;- animation d'un réseau de prestataires par l'OT;- mise en place d'une politique en direction des habitants au profit des circulations douces;- mise en place d'une signalétique donnant accès aux autres ressources du territoire depuis la véloroute;- organisation d'un évènement d'ampleur de type « Fête du Vélo ».
Opérateur principal	<ul style="list-style-type: none">- Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne »: pour l'indentification des projets et la mobilisation des prestataires;- Le Pays Castelroussin Val de l'Indre: pour leur instruction.
Echéance	- 2016



Concernant le développement de l'offre

6- INITIER UNE REFLEXION SUR UN « GRAND PROJET »

Principe	La nécessité d'un « Grand Projet » a été évoquée à maintes reprises pour tenter de remédier à l'absence d'identité du territoire.
Mode opératoire	<p>Un tel projet peut se justifier, sous réserve de quelques conditions:</p> <ul style="list-style-type: none">- qu'il soit en phase avec les réalités culturelles et touristiques du territoire, qu'il en soit le prolongement en évitant tout « plaquage »;- que le cheminement de la conception à l'aboutissement soit progressif (recherche de concept, puis pré-faisabilité, etc...), concertée et professionnalisée;- que l'accent soit mis sur les enjeux d'aujourd'hui en matière touristique: éthique environnementale, éthique sociale, nouvelle technologie;- que cette réflexion soit initiée et validée par les élus. <p>Idées en vrac: un lieu culturel innovant, un espace multimodal sur l'autoroute, doté d'une architecture contemporaine, un espace associant vitrine économique et touristique, un espace dédié à la culture américaine de l'après-guerre, un évènement, etc...</p>
Opérateur principal	<ul style="list-style-type: none">- Le Pays Castelroussin Val de l'Indre, dans le prolongement des actions conduites en matière d'attractivité du territoire
Echéance	<ul style="list-style-type: none">- Début d'une réflexion: 2017



Principe généraux en matière *de développement de la demande*

- *L'hypothèse 2 ne prévoit pas de mobilisation de moyens conséquents de promotion en vue de créer une logique de destination;*
- *Envisager la démarche de promotion et commercialisation en partenariat (ADT, CRT).*

- *A éviter absolument:*
 - *Agir seul dans la promotion du territoire;*
 - *Consentir des budgets dispendieux.*



Concernant la demande

7- PRIVILEGIER LE SERVICE EN DIRECTION DES TOURISTES DÉJÀ LA ET DES HABITANTS

Principe	La stratégie touristique retenue ne sous-tend pas le développement important d'une fréquentation nouvelle sur le territoire mais un meilleur service auprès des publics déjà présents (touristes et habitants)
Mode opératoire	L'amélioration du service auprès des publics déjà existant passe par: <ul style="list-style-type: none">- une véritable logique de performance numérique: application mobile, actualisation des données, accessibilité à l'information;- la localisation performante des lieux d'information;- l'amélioration de l'offre de circulation, en particulier la circulation douce. En corolaire: une information sur la stratégie vélo en direction de la population: promotion, sécurisation, sensibilisation des enfants.
Opérateur principal	Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne » (le directeur autour du projet de service)
Echéance	Dès la relocalisation de l'Office de Tourisme et l'organisation de points d'information



Concernant la demande

8- VALORISER LA FONCTION DE TERRITOIRE D'ETAPE

Principe	La fonction de territoire d'étape doit être valorisée, pour tirer parti du potentiel géographique et de la bonne desserte. Deux objectifs: <ul style="list-style-type: none">- favoriser un arrêt même bref;- inciter au retour.
Mode opératoire	Pour valoriser le concept de territoire d'étape, il est proposé: <ul style="list-style-type: none">- de développer l'information touristique sur l'autoroute A20: signalisation, aire d'autoroute, etc...;- de développer à terme des projets en intermodalité depuis l'autoroute;- d'établir, en lien avec l'ADT, une promotion ciblée dans les territoires émetteurs.
Opérateur principal	Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne »
Echéance	Dès la relocalisation de l'Office de Tourisme et l'organisation de points d'information



Concernant la demande

9- S'APPUYER SUR L'ADT ET SUR LE CONCEPT BERRY PROVINCE

Principe	La stratégie 2 est avant tout basée sur l'amélioration de l'offre et la rationalisation de l'organisation touristique. Elle ne vise pas l'arrivée de clientèles nouvelles et donc ne sous-tend pas de dépense en matière de projection sur les marchés extérieurs
Mode opératoire	Le territoire doit néanmoins s'adosser aux initiatives existantes, en faisant valoir: <ul style="list-style-type: none">- la cohérence d'une image et d'une offre associant Châteauroux-Brenne;- les spécificités d'une offre autour du vélo et de l'itinérance douce;- la dimension territoire d'étape et tourisme d'affaire.
Opérateur principal	Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne »
Echéance	2016




Concernant la demande

10- METTRE EN ŒUVRE UN PRINCIPE D'OBSERVATION SUR LE TERRITOIRE CHATEAUROUX-PORTE DE BRENNE

Principe	La stratégie proposée (stratégie 2) n'a pas forcément vocation à être pérenne; elle s'inscrit dans un principe d'évolution vers une stratégie plus ambitieuse, aboutissant éventuellement à un rapprochement plus organisé avec la Brenne. Pour mesurer les conditions économiques de cette évolution, il faut mettre en place un dispositif d'évaluation propre au territoire Châteauroux-Porte de Brenne.
Mode opératoire	L'observation doit mettre en exergue principalement: <ul style="list-style-type: none">- les comptages sur les itinéraires vélo et l'évolution des pratiques de loisirs par la population locale;- la fréquentation matérielle de l'Office (et ses différents bureaux d'information) et l'accès à l'information en ligne;- l'engagement des prestataires (en faveur de l'Accueil Vélo par exemple).
Opérateur principal	Le nouvel Office de Tourisme « Châteauroux-Porte-de-Brenne »
Echéance	Dès 2016





En synthèse: les facteurs déclenchant pour voir au-delà (vers la stratégie 3)

Type	Liste
Les facteurs institutionnels relevant de l'organisation touristique	<ul style="list-style-type: none">- Parfaite collaboration au sein de l'EPIC- Performance de l'EPIC: partenariat, adaptation au numérique, etc.- Réorganisation envisagée des OT du PNR.
Les facteurs relevant de l'offre	<ul style="list-style-type: none">- Aboutissement du projet autour du vélo;- Bonne mobilisation des prestataires;- Emergence d'une clientèle et de pratiques nouvelles;- Connexion à amplifier avec les circulations douces dans la Brenne;- Emergence de plus en plus prégnante d'un principe de « grand projet ».
Les facteurs relevant de la demande	<ul style="list-style-type: none">- Développement des pratiques de loisirs et de l'itinérance par les habitants;- Développement des clientèles de passage;- Développement même modeste de clientèles nouvelles.



Définition d'une stratégie touristique du Pays Castelroussin Val de l'Indre



Restitution phase 2

Le 4 février 2015

OBJECTIF PATRIMOINE