



www.consultingbymdp.com

Elaboration d'une stratégie touristique du territoire

| Phase 2 – 31 mai 2022 – CoTech

TRACES TPI
TOURISME, LOISIRS ET TERRITOIRES
CABINET-CONSEIL



Date : Mai 2022
N° affaire MDP : 20211725
Réf. Document : 22TEC0284A
Contact : VQ

- Définir une stratégie partagée de développement touristique du territoire à court et moyen terme
 - Décliner les orientations en plan d'actions pluriannuel sur 5 ans
 - Prioriser une thématique des actions avec chiffrage prévisionnel et moyens humains à mobiliser
 - Favoriser l'orientation régionale : un tourisme « bienveillant »
- Agir simultanément sur les 3 aspects traditionnels du développement dit « durable »
 - L'économie – revitalisation
 - L'environnement – ressourcement
 - Le social – qualité de vie / emploi

Phase 1 : Diagnostic dynamique du territoire

Phase 2 : Définition des orientations et objectifs stratégiques

Phase 3 : Déclinaison de la stratégie en plan d'actions détaillé et opérationnel 5 ans



Plan de l'intervention

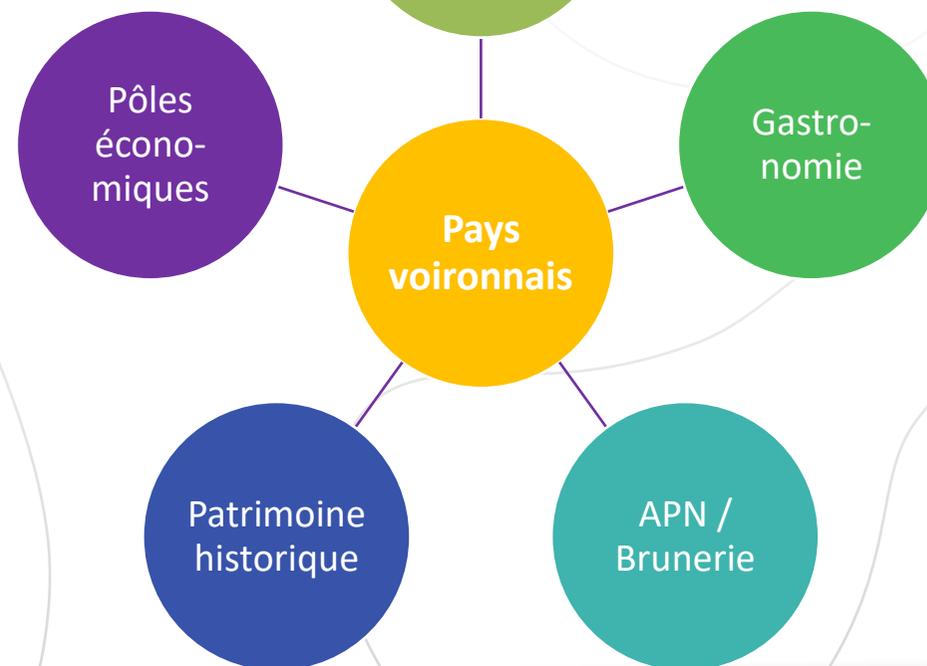
- | La stratégie : principe et lignes directrices
- | La structuration générale
- | Les axes de travail
- | Les enjeux du plan d'actions

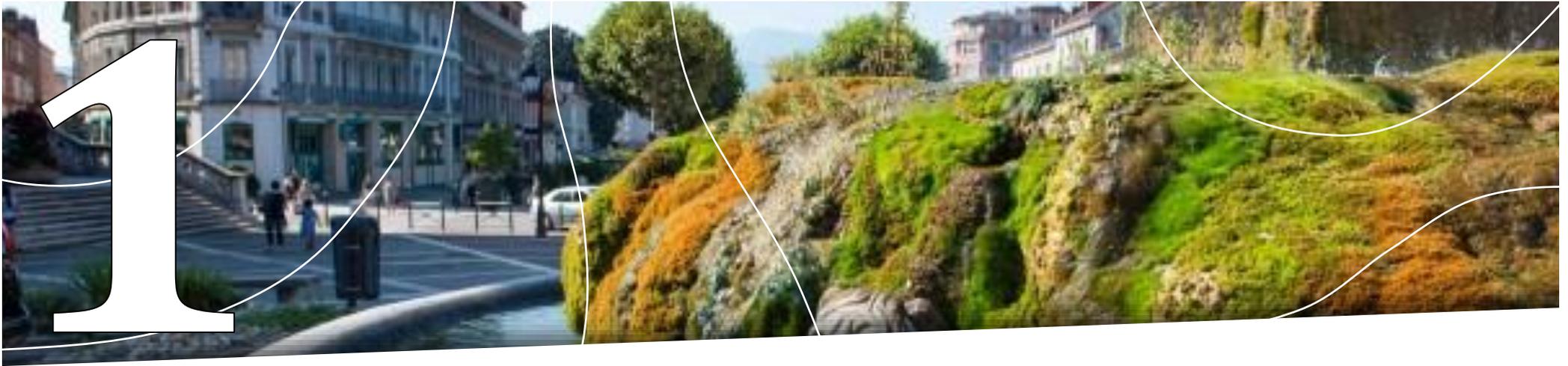
- **Développement touristique** du territoire à court et moyen terme

- En ligne avec le **tourisme bienveillant / durable** : mobilités, lien avec les **habitants**, accessibilité **pour tous** et dynamique **économique**.



- Quel équilibre territorial interne ?
- Quelles thématiques transversales ?
- Recherche de la pertinence : le tourisme vs autres activités, quel poids ?
- Méthode : la co-construction du projet





Méthodologie : la poursuite du travail participatif

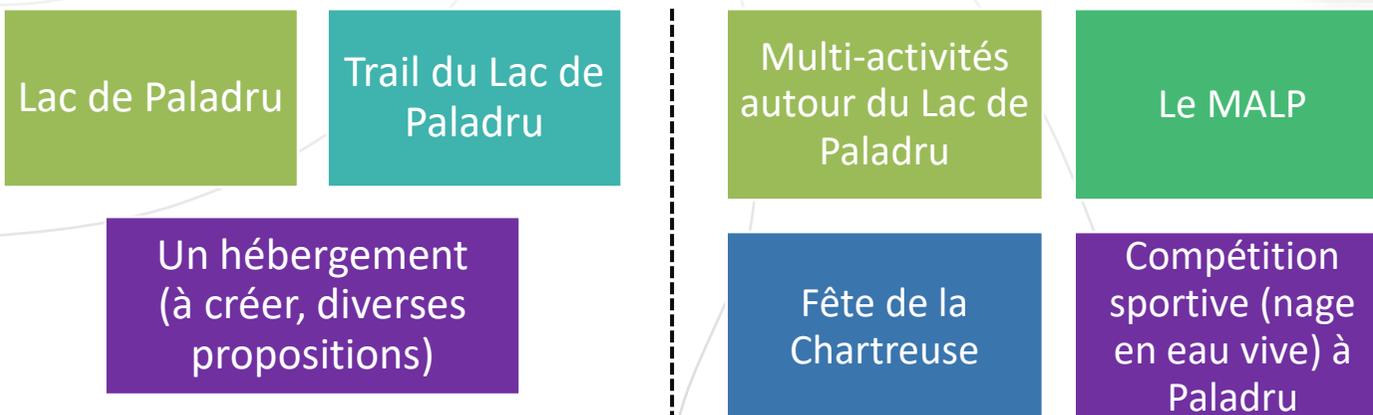
- | Restitution élargie du diagnostic en visio
- | Atelier Techniciens & Socio-pros
- | Atelier Conseil de développement

Déroulé du processus de stratégie

- Partage élargi du diagnostic (CoTech, CoPil, Partenaires, envoi aux élus et parties prenantes)
 - CoTech 07/04, CoPil 07/04, Réunion partenaires 05/05, membres du Conseil de développement
 - ~ 70 personnes, plus des envois par mail et une vidéo de la réunion partenaires
- 2 ateliers
 - Un atelier socio-professionnel & techniciens CAPV
 - Un atelier avec le Conseil de Développement



Quel pourrait être un élément déclencheur pour un court séjour ?



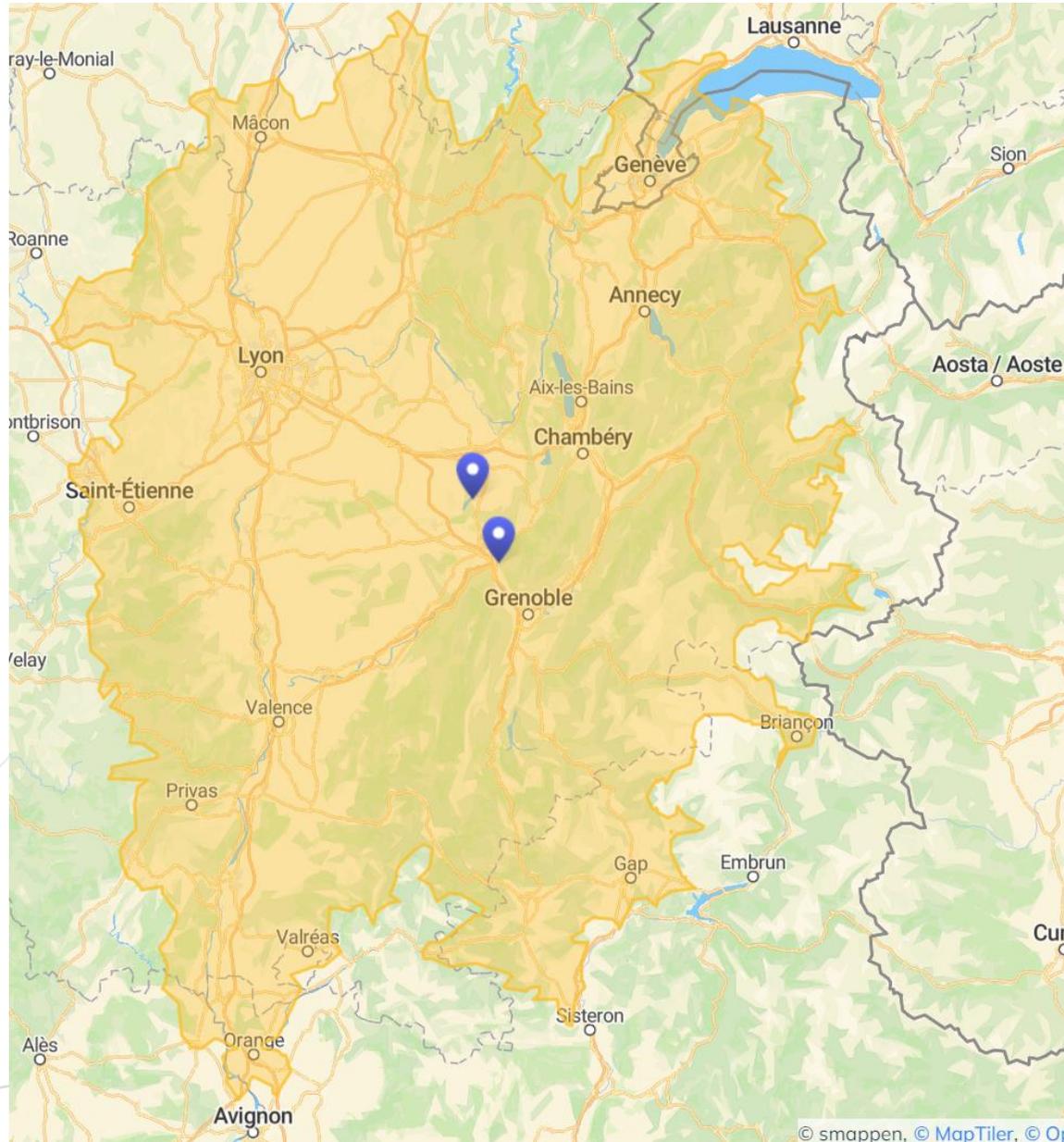
Zone de chalandise « court séjour » (~2h voiture)

Comment passer d'une visite de 4h à un séjour de 2/3 jours ?

Quel élément déclencheur ?

Quel déroulé de séjour ?

Quels manques sur le territoire ?



à cela s'ajoute la mobilité train (Lyon 1h)

Source : Smappen, réalisation MPD Consulting

Bilan dans la continuité de celui du diagnostic

- Hormis quelques marques de déception (attendues) de ceux qui restent focalisés sur leur propre « chapelle » ou sur une attente d'inventaire exhaustif, **un diagnostic qu'on peut considérer comme étant « partagé ».**
- Un atelier socio-pro (...) qui permet d'esquisser quelques éléments de la stratégie, mais qui souligne aussi quelques impasses (classiques) ou oublis (étonnants)
- Un atelier conseil de développement très dynamique, voire enthousiasmant
 - Un diagnostic lu et annoté
 - Une approche pointue et exigeante sur le sujet
 - Un réel apport pour la stratégie
 - Une attente de participation pour la suite de la démarche

 Les profils « jeunes / jeunes actifs » sont sous-représentés (biais classique)
→ il conviendra de compléter la vision

2



La stratégie : principe et lignes directrices

| *Une stratégie de développement touristique qui repose sur différents points et qui doit être lisible, hiérarchisée et cohérente*

Les points pivots de la stratégie

Une ambition



Un positionnement

Des objectifs

Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

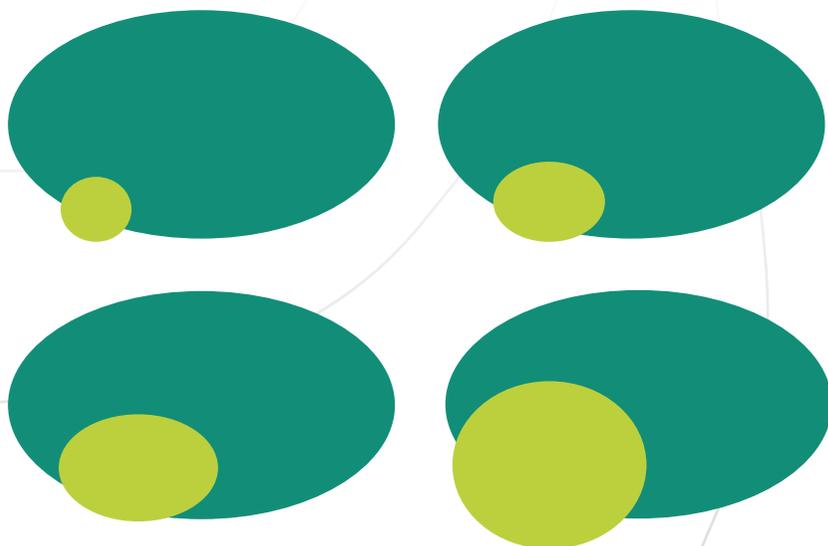
Un programme d'actions



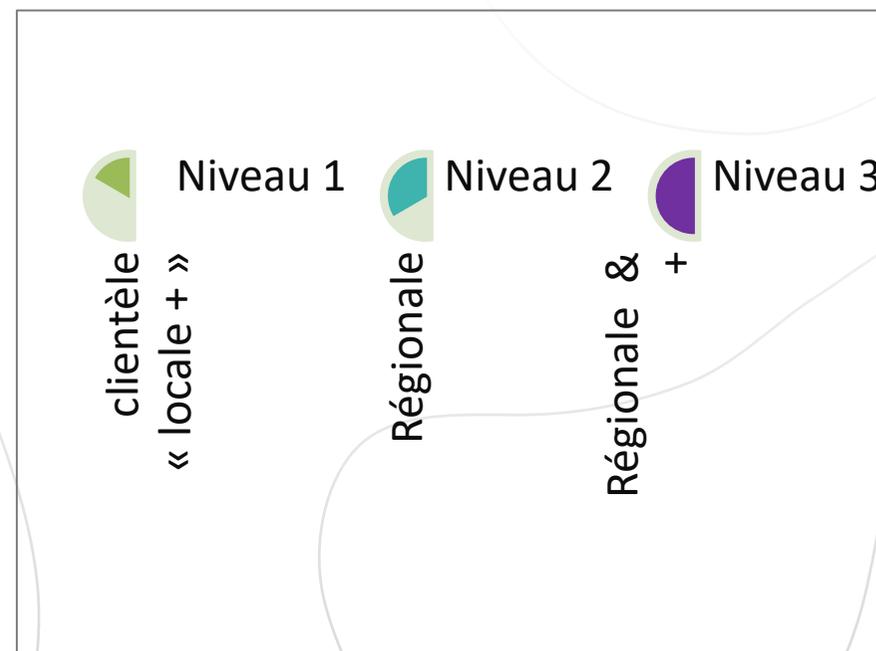
C'est l'objectif global, transversal et de long terme que se donne le territoire avec la mise en œuvre de sa stratégie de développement touristique

- Faire du tourisme un réel **levier de développement économique** du Pays Voironnais tout en s'appuyant sur la **structuration d'une offre de loisirs** de proximité.
- Le challenge sera de réussir cette approche combinée entre tourisme et loisirs.

La place du tourisme dans l'économie du Pays Voironnais



Quelles offres pour quelles clientèles ?



Les points pivots de la stratégie

Une ambition

Un positionnement

Des objectifs

Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

Un programme d'actions



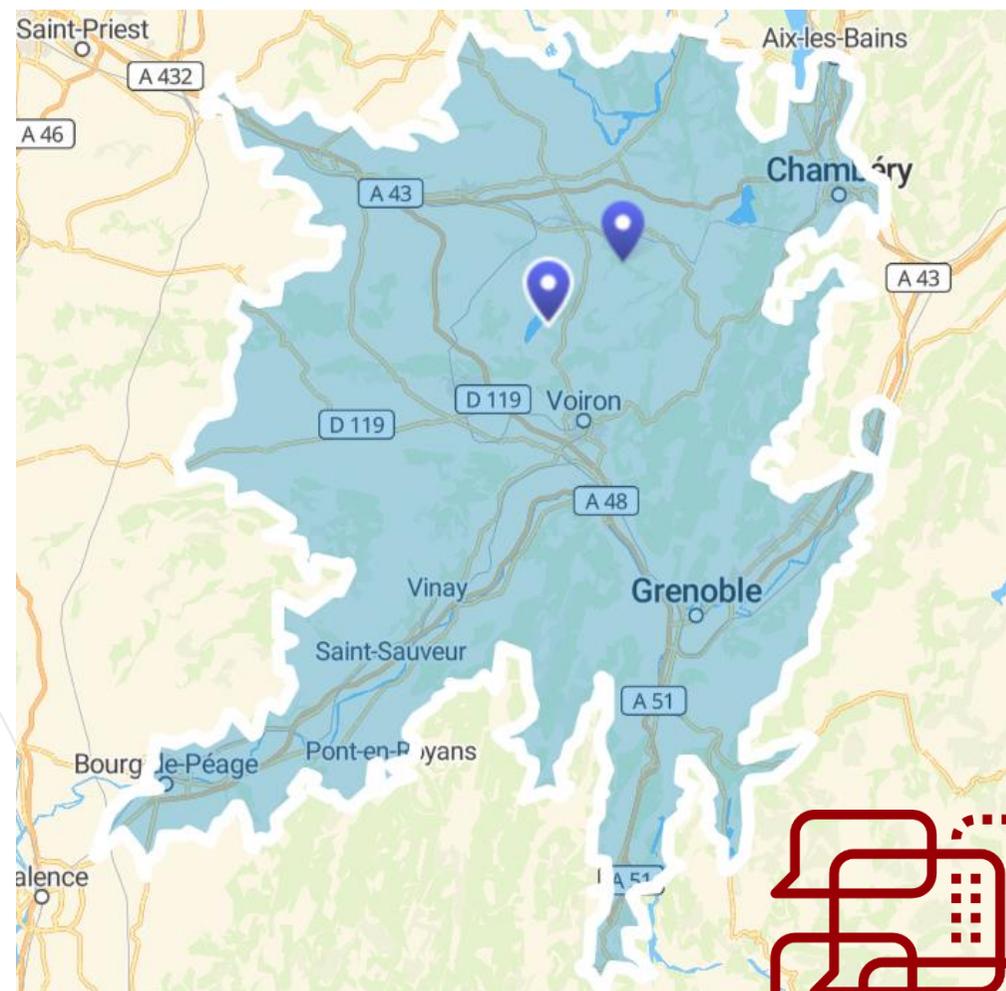
C'est la couleur, le fil conducteur ou l'orientation générale que se donne le territoire en matière de développement touristique, et qui peut aussi être le socle de son marketing touristique



Positionnement global : le camp de base

Le Pays Voironnais est un « camp de base » :

- Accessible par différents moyens de transport
- Pour se retrouver, passer du temps ensemble, partager
- Pour rayonner dans le Pays Voironnais, en fonction des envies de chacun (thème, environnement géographique, engagement physique ou intellectuel, météo, ...)
- Pour aller aussi au-delà : dans les massifs proches, vers la métropole de Grenoble, pour un site ou événement spécifique ...



Les points pivots de la stratégie

Une ambition

Un positionnement

Des objectifs



Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

Un programme d'actions

Ce sont les buts à atteindre au terme de la mise en œuvre de la stratégie de développement

= retombées directes & indirectes



- **L'augmentation combinée des nuitées touristiques, de la durée moyenne des séjours et du panier moyen de dépense**

1 - L'hébergement

- Le développement, la qualification et la diversification de l'hébergement touristique sur le Pays Voironnais comme élément déclencheur de séjours

2 - Les filières touristiques

- L'émergence et la structuration de filières touristiques spécifiques à l'échelle du Pays Voironnais

3 - Les flux

- La diffusion et la répartition des flux de visite à l'échelle du Pays Voironnais
- L'accessibilité & la mobilité

Les objectifs : l'hébergement

L'hébergement sera un axe central de la stratégie touristique.
Il s'agira d'intégrer des compétences qui sauront travailler sur :

- Observatoire, BDD → dans un objectif opérationnel
- Foncier, lien avec les territoires
- Développement de l'offre : aides à mobiliser, appels d'offre, démarchage privés, ...
- Valorisation/ labels/ qualification de l'offre
- Animation, réseau, formation des acteurs
- Commercialisation

Les objectifs : 3 filières d'excellence

Une filière touristique est une **niche thématique** qui peut permettre de déclencher des séjours autour d'une thématique spécifique. Chez vous elle doit :

- Être relativement mature et crédible avec l'offre actuelle
- Être significative en termes de retombées directes / indirectes
- Ne pas être hyper concurrencée régionalement
- Permettre de mettre en valeur l'ensemble du territoire et le reste de l'offre

Le tourisme d'affaire

- acquis et incontournable : en partenariat avec le bureau des congrès de GAM

Le tourisme sportif, entendu « pour familles sportives »

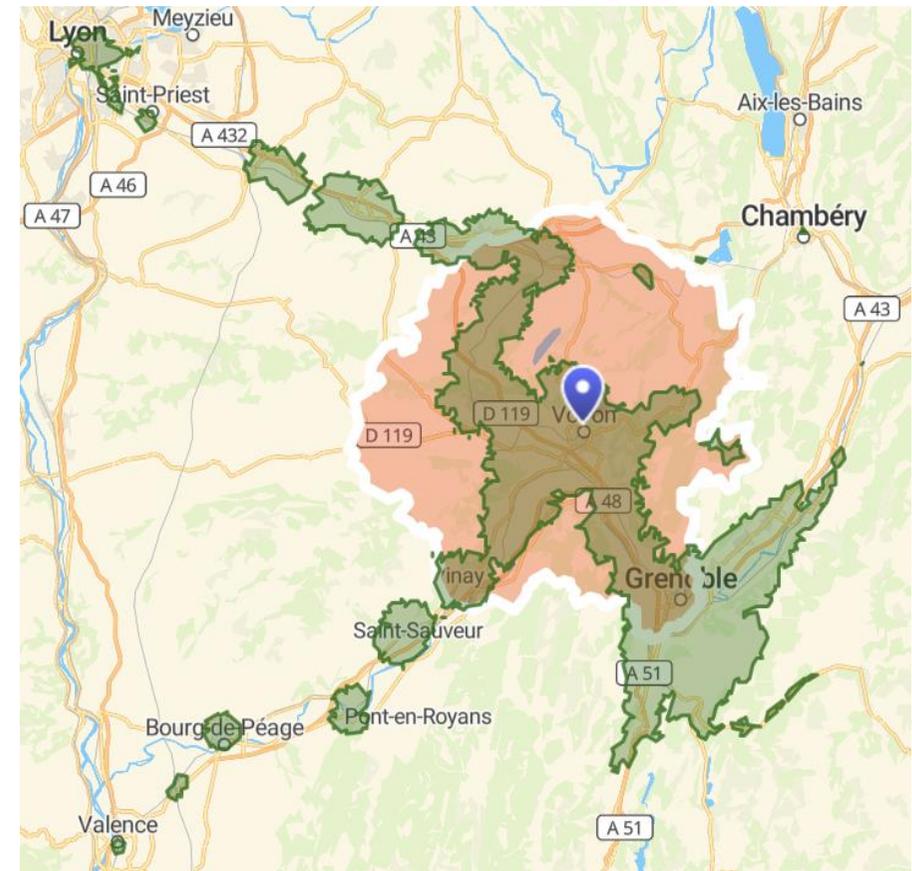
- outdoor / indoor

La découverte des savoir-faire au sens large

- industrie, métiers, produits locaux...

Les objectifs : les flux

- Faire connaître l'accessibilité du Pays Voironnais : depuis Lyon, Grenoble et Valence en particulier
- Faciliter les interconnexions entre modes de transport à l'intérieur du Pays Voironnais
- Encourager les modes doux et les alternatives à la voiture individuelle (public, privé, individuels)
- L'accessibilité & la mobilité afin de répartir les flux
- Miser sur des itinéraires vélo (not. V63)



Les points pivots de la stratégie

Une ambition

Un positionnement

Des objectifs

Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

Un programme d'actions



C'est le mode opératoire
retenu par le territoire pour
atteindre ses objectifs



Le Pays Voironnais :

1. Accompagne, soutien, impulse une dynamique volontariste autour de l'hébergement touristique, créateur de valeur et de nuitée à l'échelle du territoire
2. Développe, qualifie et structure une offre de loisirs homogène et mise en réseau
3. Coordonne un schéma d'accueil et d'information physique et numérique prenant appui sur les sites et lieux de visite
4. Anime et dynamise le collectif des acteurs des loisirs et du tourisme

Les points pivots de la stratégie

Une ambition

Un positionnement

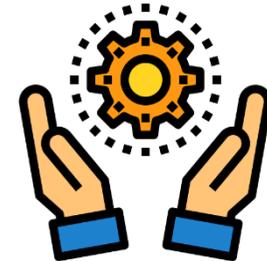
Des objectifs

Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

Un programme d'actions



C'est le système d'organisation mis en œuvre pour conduire la mise en œuvre de la stratégie de développement

- Une organisation du service tourisme / office de tourisme en adéquation avec les grands axes de la stratégie et les priorités du plan d'action :
 - Organisation des pôles, en interne et dans l'organigramme CAPV
 - Moyens humains & financiers
 - Emplacement des bureaux de l'Office
- L'animation permanente des collectifs d'opérateurs du tourisme et des loisirs
- Un Comité de pilotage de la stratégie associant représentants des élus, techniciens, socio-pros et société civile

Les points pivots de la stratégie

Une ambition

Un positionnement

Des objectifs

Des principes d'intervention

Une gouvernance

Des axes de travail

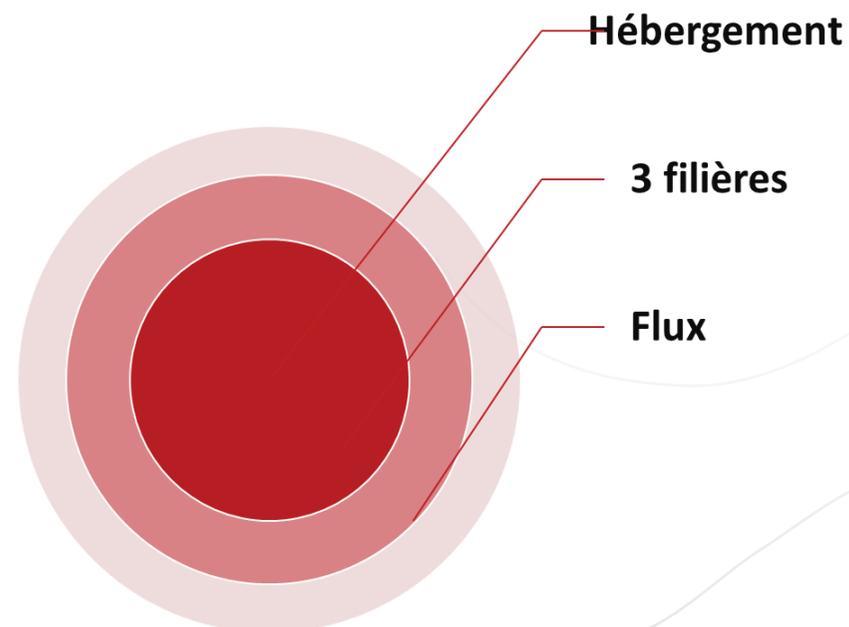
Un programme d'actions (sur 5 ans)



Ce sont les grands chapitres thématiques sur lesquels le territoire va conduire une politique volontariste d'intervention

Les axes de travail : pistes pour la phase 3

1. Le développement de l'hébergement touristique
2. La structuration de 3 filières spécifiques
3. L'aménagement et mise en réseau d'espaces, sites et itinéraires de loisirs
4. La coordination et développement de l'offre événementielle
5. Le marketing, la promotion et communication



Rappel des objectifs

3



Proposition de stratégie

En résumé, la stratégie serait...

- Faire du tourisme un réel **levier de développement économique** du Pays Voironnais tout en s'appuyant sur la structuration d'une offre de loisirs de proximité.
- Le Pays Voironnais est un **camp de base accessible** pour se retrouver et rayonner.
- L'augmentation des nuitées, de la durée moyenne et du panier moyen :
 - Priorité n°1 : **l'hébergement**
 - Priorité n°2 : **les filières touristiques** : affaires / « familles sportives » / Savoir-faire
 - Priorité n° 3 : **les flux**
- Une organisation du service tourisme en adéquation avec les grands axes de la stratégie et les priorités et qui rassemble autour de ses objectifs

NOS DOMAINES D'EXPERTISE: Aménagement / Transport par câble / Tourisme / Environnement
Urbanisme / Développement durable / Finance et Performance / Lab & workshop.



Merci de votre attention

www.consultingbymdp.com
+33 (0)4 76 90 20 60

