

Les ateliers du CODEV

«Les mutations des pratiques et des économies touristiques... et nos capacités à y répondre à l'échelle de l'Agglomération Royan Atlantique»

1 Juin 2013

Édito

Réfléchir sur la prospective économique du territoire, c'est ambitieux mais nécessaire si l'on veut éviter tout mode de fonctionnement déconnecté de la réalité des évolutions de notre société.

Avant d'entamer notre réflexion, nous avons souhaité écouter les représentants des acteurs économiques locaux et puiser notre inspiration dans les études réalisées par le Bureau d'Information et de Prévisions Economiques (BIPE) et la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS).

Dans un monde en pleine mutation, nous avons dégagé trois priorités à l'horizon 2020 / 2030 :

1. L'outil numérique, omniprésent.
2. L'augmentation de la clientèle des Seniors, plus exigeante voire déroutante (en corollaire avec le resserrement du lien familial).
3. Le défi du développement raisonné et durable de nos modes de vie dans les années futures.

L'essentiel... en quelques mots

- > L'évolution des comportements et des pratiques de réservation : des outils numériques toujours plus performants qui facilitent les choix du consommateur.
- > De nouvelles tendances dans l'évolution des produits touristiques avec, notamment, un vieillissement inéluctable de nos clientèles touristiques française et européenne, qui disposent de temps libre et privilégieront un tourisme raisonné tourné vers la santé et le bien-être.
- > L'évolution des enjeux du développement durable et la perspective d'un éco-tourisme du territoire. Nous offrons un cadre de vie et un littoral qui doivent être préservés, qu'il convient de valoriser et de mieux faire connaître.



Pour contacter le CODEV...

Sylvie LEGROS
17, rue de l'Électricité - 17200 Royan Cedex
Tél. 05 46 39 64 41

Atelier «Prospective Touristique»

«L'évolution des comportements et des pratiques de réservation»

Quelques constats...

Quelques tendances prospectives : (source BIPE)

- Le poids grandissant **d'internet et des réseaux sociaux** dans l'organisation des vacances : pour choisir sa destination, pour organiser son séjour, pour réserver ses hébergements, voire ses activités...
- **La versatilité des clients et de leurs décisions** : en fonction de la météo, d'événements personnels,... les décisions se prennent vite de partir... mais aussi de ne plus partir... ou de partir ailleurs, à l'exemple des résidents secondaires.
- **La multiplication des «courts séjours».**
- **Une exigence plus grande** de consommateurs «zappeurs» qui revendiquent le respect des engagements, une exigence de qualité et un développement du sur-mesure (services, loisirs).

Nos forces / nos faiblesses (sur la base des entretiens réalisés)

Une notoriété globale mais fragilisée par :

- Un déficit de communication institutionnelle.
- Un nombre important de prestataires qui n'utilise que très peu, voire pas du tout, les outils numériques pour communiquer... et encore moins pour commercialiser.
- Beaucoup d'individualisme chez les socioprofessionnels, ce qui entraîne l'absence d'actions communes.
- Une réflexion insuffisante concernant l'évolution du territoire et de la clientèle familiale.

Quelques propositions...

Caractériser l'image et l'identité de l'Agglomération Royan Atlantique, pour obtenir davantage de visibilité.

Concernant Internet, la concurrence est importante et **«l'accroche» est déterminante pour capter l'attention des visiteurs potentiels.** Il faut donc se démarquer, proposer une «image» lisible et attractive, une identité propre et qui rassemble.

Cet enjeu nous semble crucial à l'échelle de l'Agglomération Royan Atlantique.... Il est impératif de mettre en œuvre un espace de travail durable qui regroupe tous les acteurs économiques du territoire afin de créer, maintenir et promouvoir l'identité de la CARA.

Investir de manière collective et volontariste dans la réservation numérique.

Cette proposition relève davantage d'une organisation technique. Il nous semble nécessaire de travailler sur :

- La sensibilisation de l'ensemble des prestataires à l'information et à la réservation numériques.
- Leur formation et leur accompagnement à la modernisation des pratiques numériques.
- Les infrastructures nécessaires (à l'exemple du développement du haut débit).
- La mise en place d'outils numériques mutualisés (réservation, paiement en ligne, bases de données).

Mieux valoriser les résidents secondaires par des offres appropriées.

Cette suggestion est largement portée par un atelier dédié du CODEV. Nous y faisons néanmoins référence tant les «résidents secondaires» constituent une spécificité à l'échelle de notre territoire de par leur nombre. Il s'agit de les séduire par une meilleure information afin d'amplifier leur présence et leur consommation touristique. Cette valorisation pourrait passer par :

- Un «lien» numérique à créer entre notre territoire et les résidents secondaires pour, qu'à distance, ils soient informés des initiatives, des événements, voire du temps qui est prévu le WE prochain...
- La création d'outils interactifs numériques pour permettre un échange permanent avec les socioprofessionnels et les services publics.

«L'évolution des produits touristiques : les nouvelles tendances»

Quelques constats...

Quelques tendances prospectives : (sources diverses, BIPE)

- Le vieillissement de la population française et européenne. En 2030, 33% des européens auront plus de 65 ans, contre 17% aujourd'hui.
- Le regain d'importance de la valeur « famille » (souvent éclatée, elle se retrouve durant les vacances).
- L'influence grandissante des contraintes de coûts : sur les produits, sur le choix des destinations.
- Le développement de produits touristiques créés artificiellement indépendamment de l'environnement naturel ou climatique (parcs de loisirs, center-parcs...).
- La prédominance de l'offre des loisirs qui devient le cœur du produit touristique au détriment de la destination.

Nos forces / nos faiblesses (sur la base des entretiens réalisés)

- Mer, plage et soleil, une destination touristique qui reste une référence, en dépit d'évolutions significatives.
- Un patrimoine local extrêmement diversifié, aux multiples possibilités en termes d'offres touristiques. Mais un manque de cohésion au niveau de l'Agglomération qui ne permet pas toujours d'offrir des prestations attractives.
- Une offre d'animation pléthorique mais peu lisible à l'échelle de notre territoire.

Quelques propositions...

Développer des produits touristiques « clé en main » mieux intégrés à l'échelle du territoire :

- Les prestataires touristiques sont nombreux. Il est opportun de les fédérer pour permettre la structuration de produits touristiques diversifiés et promus de manière commune, en « packs ».
- Ces produits peuvent être de natures diverses, autour notamment :
 - o du tourisme de santé et de la remise en forme,
 - o du monde sportif (accueil de stages, d'équipes professionnelles...),
 - o d'éléments patrimoniaux particuliers (exemple du «coquillage» traité par un autre atelier du CODEV).

Les politiques tarifaires des prestataires :

- Inciter les professionnels du tourisme à une réflexion sur leurs politiques tarifaires : le client optimisera de plus en plus son budget loisirs et recherchera le meilleur rapport qualité/prix.

Répondre à l'obsolescence et/ou à la pertinence des équipements touristiques :

- Certains équipements à fort potentiel semblent faire défaut, d'autres nécessiteraient d'être rénovés (salle polyvalente, espace aquatique...).
- Cette approche exige probablement une stratégie globale à l'échelle de l'ensemble du territoire.

Annualiser et mieux coordonner le planning des manifestations pour nos visiteurs :

- Une réflexion est à mener pour résoudre cette problématique endémique.
- S'interroger sur les attentes de nos résidents secondaires.

Créer des produits thématiques personnalisés sur l'année :

- Répondre aux attentes du consommateur.
- Etre en veille permanente.
- Etre en alerte par rapport aux nouveaux besoins.

«L'évolution des enjeux du développement durable et la perspective d'un éco-tourisme»

Quelques constats...

Des tendances prospectives : (source BIPE)

Une sensibilité croissante à l'éco-tourisme, en lien avec une préoccupation environnementale grandissante. Les vacances sont perçues comme une occasion de s'impliquer dans des pratiques plus respectueuses de l'environnement.

Une sensibilité aussi à la découverte du patrimoine naturel.

Toutefois, en matière de déplacements, une contradiction forte :

Pour partir en vacances, l'usage de la voiture restera prédominant dans les vingt prochaines années (liberté des déplacements, contrainte des bagages...).

En revanche, une réelle volonté de pouvoir « oublier » sa voiture sur place et de se déplacer autrement.

Nos forces / nos faiblesses (sur la base des entretiens réalisés)

- > Une desserte qui reste insuffisante (fer, route).
- > Des conditions de circulation très difficiles durant la période estivale.
- > Une très grande diversité patrimoniale et des écosystèmes préservés.
- > Un positionnement unique entre deux estuaires emblématiques.
- > Mais une prise de conscience faible de notre potentiel par les habitants du territoire de la CARA.

Quelques propositions...

Travailler à la fois sur des infrastructures d'accueil pour les voitures (parkings souterrains,...) et sur une offre alternative et structurée de mobilité pour les déplacements internes.

La question des déplacements « touristiques » nous semble devoir être traitée avec nuance en distinguant :

- > L'accès des touristes au territoire, qui se fait et se fera très majoritairement en voiture.
- > La « gestion » du parc automobile durant la période des vacances.
- > Les déplacements locaux, en spécifiant les besoins et en intégrant des possibilités de diversifier les offres :
 - Cheminements entre les principaux lieux d'hébergements et les plages.
 - Offres de mobilité vers les sites et/ou les évènements particuliers...

Mieux valoriser nos ressources éco-touristiques : c'est l'enjeu majeur des vingt prochaines années.

- > Développer un esprit « biodiversité » auprès de la population locale, pour que celle-ci devienne « ambassadeur de l'éco-tourisme local » (prise en compte de la variété des écosystèmes locaux).
- > Créer un programme d'animation ambitieux sur l'ensemble du territoire (animations pérennes).
- > Organiser et proposer des produits adaptables à la clientèle touristique (famille, enfants, groupes) en lien avec le développement durable.

Créer une «marque éco-tourisme» sur l'Agglomération Royan Atlantique dans tous les secteurs socio-économiques.

- > Cette suggestion va au-delà de la seule question touristique. Il s'agirait de «labelliser» une attitude et des produits éco-touristiques dans tous les secteurs de notre vie économique (BTP, transports, éducation, commerces, services...).
- > Etudier une charte éco-tourisme Royan Atlantique à tous les niveaux de notre vie quotidienne.
- > Communiquer inlassablement sur ce choix de société.