2018

gironde.fr
gironde-tourisme.fr/espace-pro

Ensemble pour le tourisme

Schéma départemental de développement touristique durable de la Gironde

2017-2021

Gironde TOURISME

Gironde LE DEPARTEMENT gironde.fr

Carte vélo

Le tourisme est un enjeu essentiel pour un département comme la Gironde qui se situe dans le peloton de tête des territoires les plus visités de France.

Au-delà de l'intérêt économique certain que revêt ce secteur, pourvoyeur d'activités et d'emplois, il constitue un élément majeur du rayonnement de notre territoire. D'où l'importance stratégique de s'interroger sur le modèle touristique que l'on souhaite promouvoir.

Au Conseil départemental, nous avons fait le choix d'un tourisme durable et responsable, attentif aux solidarités humaines et territoriales qui sont au cœur de nos missions. Un tourisme accessible à tous les visiteurs, quel que soit leur budget. Et parce que la diversité de nos territoires constitue un atout touristique indéniable, nous défendons également un développement touristique équilibré sur l'ensemble du département.

Une large concertation menée lors du premier semestre 2017 a permis d'aboutir au Schéma départemental du tourisme, fixant une feuille de route pour la période 2017-2021. Cette démarche de co-construction avec les élus, les acteurs institutionnels, les partenaires touristiques et les professionnels, doit se poursuivre dans la mise en œuvre des actions concrètes.

Dans ce cadre, la Convention d'Organisation Touristique Territoriale (COTT) est remplacée par les Conventions d'Actions Touristiques (CAT). Conclues sur chaque territoire, elles nous permettront de mieux tenir compte de leur spécificité et de fixer la contribution de chaque acteur local.

Continuons à construire ensemble ce supplément d'âme qui incitera les touristes à choisir notre département plutôt qu'un autre, les décidera à revenir ou mieux encore les convaincra de recommander la Gironde à leur entourage.

Le Président du Conseil départemental de la Gironde

Jean-Luc GLEYZE

Ce document présente une synthèse du Schéma départemental du tourisme qui doit désormais se traduire en actions concrètes et opérationnelles. C'est ce que nous vous proposons grâce au nouveau dispositif «Convention d'Actions Touristiques» (CAT) qui remplace le précédent «Convention d'Organisation Touristique des Territoires» (COTT).

Les nouvelles conventions de partenariat qui seront signées traduiront un engagement commun à proposer et à réaliser des projets touristiques formalisés. La qualité de l'accueil des publics et de l'information, la pertinence des services et de l'offre restent des priorités. Nous accompagnerons tout particulièrement les initiatives innovantes développant l'utilisation des outils numériques, l'accessibilité, l'allongement de saison. Nous serons attentifs à ce que vos projets favorisent l'itinérance sous toutes ses formes dans le département. Bien entendu, nous accorderons toujours une attention particulière aux propositions respectant le Développement Durable dans sa dimension environnementale mais aussi sociale et économique. Enfin, nous souhaitons que le contrat que nous élaborerons prenne en compte des actions en faveur des Girondins.

Les actions pour atteindre ces objectifs sont multiples et sans être exhaustif, nous pouvons donner quelques exemples : numérisation de parcours, organisation de visites virtuelles, traduction de documents, promotion hors les murs, location de vélos électriques, développement des équipements labellisés Tourisme & Handicap, … La liste est longue et doit être l'objet d'échanges entre nous.

Je souhaite cet échange car le tourisme ne se développera harmonieusement que par la mise en synergie de tous les acteurs. C'est pourquoi chaque convention devra rassembler un grand nombre d'opérateurs de chaque territoire. Les EPCI en coordination avec leurs offices de tourisme apparaissent comme une bonne échelle d'intervention.

Je formule le vœu que cette nouvelle offre de collaboration permette au département de la Gironde de passer de la 4e destination préférée des Français à une des trois premières places. Ce sera le résultat d'une action collective et partagée.

Conseillère départementale du Sud Médoc - La Présidente de Gironde Tourisme

Pascale GOT

Quel tourisme voulons-nous pour demain ?

Le diagnostic et les propositions d'orientations stratégiques sont le fruit d'une concertation, pilotée par Gironde Tourisme, associant les services du Département et près de 400 professionnels et partenaires touristiques. Tous se sont mobilisés pour mesurer et comprendre le tourisme d'aujourd'hui, analyser les tendances et imaginer les actions à entreprendre pour assurer son développement dans l'avenir.

Le Département a inscrit ce Schéma dans ses priorités et signera en 2018 les premières Conventions d'Actions Touristiques qui permettront sa déclinaison opérationnelle sur les territoires.

2017 – 2021 : les enjeux

- **Enjeu économique :** soutenir et dynamiser l'économie touristique,
- **Enjeu d'aménagement du territoire :** créer les conditions d'un développement touristique équilibré sur l'ensemble des territoires de Gironde,
- **Enjeu d'exemplarité :** favoriser un développement touristique durable accessible à tous, en veillant à la qualité de vie des Girondins,
- **Enjeu numérique :** accroître la part du numérique dans l'économie touristique,
- **Enjeu d'innovation :** accompagner et faciliter les innovations en faveur du développement touristique local,
- **Enjeu d'efficacité :** prendre en compte la dimension transversale du tourisme pour l'intégrer dans toutes les politiques départementales.

Un nouvel outil : les Conventions d'Actions Touristiques

Il est apparu nécessaire de décliner les priorités d'actions selon les spécificités des différents territoires touristiques. Cela passera par la signature de Conventions d'Actions Touristiques* (CAT) avec les structures qui porteront les projets et mèneront les actions (communes, communautés de communes, offices de tourisme...). En s'adaptant aux besoins et aux possibilités des entités touristiques signataires, ces conventions seront garantes d'efficacité et de bonne gestion. De plus, en s'inscrivant dans les priorités du Département pour le tourisme, la cohérence des actions sera garantie.

** Les CAT remplacent les Conventions d'organisation touristique territoriales (COTT).*

Près de 400 personnes ont mis leurs compétences en commun lors de 14 ateliers pour établir un diagnostic du tourisme girondin et pour concevoir le programme départemental de développement touristique.

Une destination plébiscitée

Chaque année, 1,2 milliard de touristes voyagent dans le monde (et on estime qu'ils seront 1,6 milliard en 2030). La France est la première destination internationale avec près de 83 millions de visiteurs étrangers en 2016. La Gironde est le 4e département pour l'accueil des touristes français. Avec 33 millions de nuitées et 6 millions de séjours par an, près d'un demi-million de lits, elle se situe dans le peloton de tête des départements touristiques en France.
Le tourisme représente 7% du PIB départemental, 22 300 emplois en moyenne annuelle et jusqu'à 31 500 en haute saison. Il génère chaque année 1,8 milliard d'euros de dépenses des visiteurs et 747 millions d'euros en valeur ajoutée. La croissance touristique reste soutenue mais le marché devient très concurrentiel.

Des atouts remarquables

Le département est très bien desservi : plusieurs autoroutes le traversent, Paris est à deux heures de TGV et à une heure d'avion. En conséquence, le tourisme d'affaires et de courts séjours est en croissance : avec presque une manifestation par jour, le parc des expositions reçoit plus d'1 million de visiteurs. Bordeaux est une destination mondialement connue et une ville en plein développement. Le littoral avec le Bassin d'Arcachon et Médoc Atlantique, les grands lacs et l'estuaire composent un patrimoine maritime et fluvial exceptionnel. Avec 112 600 hectares en Appellations d'Origine Contrôlée, le vignoble est le plus grand et le plus réputé de France ; il se conjugue idéalement avec la culture gastronomique du Sud-Ouest unanimement appréciée. Les sports nautiques, le vélo avec 700 kilomètres de pistes cyclables, la baignade sur un littoral qui borde tout le département, se pratiquent dans un environnement naturel et forestier parfaitement adapté au tourisme de nature et de ressourcement. Sur un plan culturel, évènements de toutes sortes, festivals, fêtes et manifestations émaillent toute la saison d'été. Bientôt deux parcs naturels, 68 musées, 10 monuments et sites inscrits au patrimoine mondial de l'humanité, 35 sites naturels classés contribuent à l'attractivité. Ces atouts sont renforcés par une politique départementale volontaire et par un environnement régional très riche.

Formidable accélérateur économique, le TGV pourrait contribuer à créer 100 000 emplois dans toute la région. Beaucoup dans le tourisme. 18 millions de voyageurs devraient l'utiliser chaque année grâce à 18 allers et retours quotidiens pour Paris.
L'aéroport de Bordeaux-Mérignac est relié à 87 destinations directes dans le monde et met Paris à une heure de vol. L'aéroport a franchi le cap des 6 millions de passagers en 2017. Avec un taux de croissance annuel de 7 à 8%, en dix ans le trafic a presque doublé.

Des améliorations nécessaires

Le tourisme girondin est déséquilibré dans le temps et dans l'espace : la moitié des nuitées est concentrée en juillet et en août et près de 80% des lits sont regroupés sur 20 communes du littoral, surtout en hôtellerie de plein air. La ville de Bordeaux assure à elle seule 40% des nuitées hôtelières. La qualité de certains équipements reste à améliorer et des territoires sont insuffisamment pourvus. Des efforts sont aussi à faire sur la mise en valeur des paysages et des richesses du patrimoine. Beaucoup d'entre nous n'ont pas encore pris conscience de l'importance des demandes des clients pour un tourisme durable, respectueux de l'environnement et accessible à tous les publics. Hébergements et animations sont rares sur certains territoires en dehors de la saison estivale. La couverture numérique est à renforcer. Les efforts sont aussi à poursuivre pour une meilleure organisation du tourisme institutionnel de façon à mieux accompagner les professionnels.

Un grand potentiel de croissance

Le développement des courts séjours et la croissance du marché des seniors peuvent atténuer la saisonnalité d'autant plus que la réalisation d'investissements importants dans le transport a rendu le département très accessible. Le tourisme durable, les mobilités douces, l'envie de découverte, le besoin de sécurité peuvent être satisfaits par notre environnement naturel et culturel. Mais attention, la concurrence est renforcée par Internet et les offres des autres destinations sont très facilement accessibles. Réflexion sur les coûts, partenariat, mutualisation et professionnalisme resteront les clefs de la réussite.

Cinq compagnies mondiales de paquebots de croisières et 20 bateaux promenades disposent de 75 kilomètres d'estuaire. 100 000 touristes sont séduits chaque année. D'autres bateaux plus petits naviguent sur les rivières Garonne et Dordogne.

Un plan d'action décliné en neuf axes stratégiques

Avec Gironde 2033, adopté à l'unanimité en décembre 2014, le Département a posé les fondements de sa stratégie pour une Gironde future forte et solidaire.

Un futur qui devra être durable : c'est-à-dire respectueux des équilibres économique, social, écologique et humain.

Dans ce cadre, le Schéma départemental de développement touristique doit répondre à trois priorités :

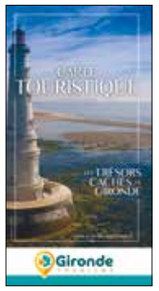
- **préserver notre patrimoine naturel** en maintenant notre agriculture de proximité, nos vignes, notre littoral, nos forêts et nos paysages,
- **décider ensemble et mutualiser** les compétences pour réussir des actions valorisantes, à coût maîtrisé et à effet levier. Gironde Tourisme sera chargé de coordonner la mise en œuvre de ces actions collectives,
- **garantir une solidarité** entre les territoires car si chacun a ses caractéristiques, ils sont complémentaires pour un tourisme attractif. Les Conventions d'Actions Touristiques seront les procédures garantes de l'efficacité et de la cohérence départementale.

Le plan d'action s'articule en neuf axes stratégiques qui déclinent les actions à mettre en œuvre pour mieux promouvoir la Gironde sur le marché du tourisme.

1 Mieux s'accrocher aux locomotives du tourisme

Capitaliser sur les marques majeures est nécessaire parce qu'elles disposent d'une stratégie marketing et des moyens nécessaires à sa mise en œuvre. Bordeaux d'abord, mais aussi tous les grands sites répartis sur le département. À partir de ces portes d'entrée, des complémentarités seront mises en place pour mieux irriguer l'ensemble des territoires touristiques. Pour les mêmes raisons, **les contrats de destination** seront soutenus et notre participation au collectif « Destination Atlantique » sera renforcée. Nous devons aussi réfléchir à la **mobilité entre les lieux d'arrivée et de séjour et les sites d'intérêt touristique** (par exemple des excursions à partir de la Cité du vin ou des haltes nautiques). Un partenariat avec la SNCF pourrait être développé. Quant à la notoriété de la Gironde, elle se construit aussi par l'accueil de tournages de films qui sera encouragé.

Coordonner les stratégies marketing **valorisera les filières fortes et prioritaires que sont les tourismes de nature, patrimonial, oenotouristique et agritouristique.** Chaque territoire développera des offres spécifiques, si possible labellisées, et la stratégie touristique départementale ciblera les clientèles adaptées. Ce maillage d'offres de qualité valorisera l'ensemble des territoires et permettra des actions coordonnées et une synergie des moyens. Elle sera orchestrée par Gironde Tourisme et associera le Comité régional du tourisme, les 12 départements de la Région, les Offices du tourisme, les parcs naturels, les groupements professionnels, ...



© Gironde Tourisme - J.B. Nadeau

© Adobe Stock pour Gironde Tourisme

© Nous Autres

2 La balade à pied, à vélo, en bateau…

Qu'y-a-t-il de mieux que la randonnée pour se ressourcer, se détendre en famille ou vivre des expériences mémorables et riches avec les gens du pays ? Surtout quand cette activité est bien organisée, de qualité et sécurisante. Trois touristes sur quatre pratiquent les loisirs ou les sports de nature. **L'écotourisme** fait l'objet d'une demande croissante tandis que le respect de l'environnement et des paysages est une exigence accrue. Les investissements réalisés ces vingt dernières années par les collectivités territoriales dans les chemins de randonnées, les pistes cyclables et équestres et le tourisme fluvial permettent de répondre à la demande. Reste maintenant à construire de véritables offres touristiques en y associant informations, hébergements, découverte du patrimoine et services pour faire de la Gironde une destination leader sur ces activités.

Les contrats de destination

visent à promouvoir à l'étranger une vingtaine de destinations touristiques françaises « phares ». Les collectivités territoriales gèrent ces démarches pluriannuelles et l'État les cofinance. Les efforts portent sur la structuration du tourisme, l'accueil, les transports, les activités, l'information … et bien sûr la promotion internationale. La Gironde est concernée par deux contrats : « Monde de Bordeaux » et « Vallée de la Dordogne ».

Le collectif « Côte Atlantique française », créé dans le cadre des contrats de destination, regroupe les partenaires majeurs du tourisme Atlantique, de la Loire au Pays Basque : groupements professionnels, offices de tourisme, Comités régionaux et départementaux du tourisme.... Ce collectif mutualise ses moyens avec pour objectif prioritaire aujourd'hui de reconquérir la clientèle allemande. Une campagne de communication sur mesure a été lancée sur Internet à destination de cette clientèle adepte de tourisme de nature et de cyclotourisme. Des actions de promotion d'envergure sont aussi menées, par exemple auprès de journalistes de magazines allemands spécialisés dans le tourisme avec caravane ou en camping-car.

La valorisation de l'itinérance touristique s'appuiera sur les itinéraires départementaux et sur les grands itinéraires nationaux et européens qui traversent la Gironde : chemins de Saint Jacques-de-Compostelle, itinéraires de Grande Randonnée, vélo-routes européennes, voies fluviales. Le Schéma prévoit une aide à leur équipement : bornes pour les vélos électriques, points de location et de réparations, haltes nautiques... Leur maillage pour assurer la continuité et la diffusion sur l'ensemble du département et leur adaptation à tous les publics sont aussi prévus. La promotion prendra plusieurs formes : numérique bien sûr, mais aussi classique comme la parution en mars 2018 aux Éditions Sud-Ouest d'une première sélection de 12 balades mises en valeur par Gironde Tourisme.

Le Tour de Gironde à vélo

Plus du tiers des visiteurs pratiquent le vélo durant leur séjour en Gironde. Ils ont de quoi être heureux avec les 700 kilomètres de pistes cyclables qui sillonnent le département. Le Tour de Gironde à vélo permet de découvrir les richesses des différents territoires touristiques de Gironde. Que l'on parcoure ses 480 kilomètres en un peu plus d'une semaine ou que l'on choisisse de ne découvrir qu'une étape, tout est au rendez-vous d'un séjour réussi. De nombreux hébergements ainsi que des prestataires comme les loueurs ou réparateurs de vélos sont labellisés « Accueil Vélo ». Cette marque nationale garantit la qualité de leurs services. Gares et transports en commun jalonnent le Tour, ce qui permet d'entrer ou de sortir de la boucle à plusieurs endroits. Plusieurs relais proposent aides et informations. Et en choisissant bien leurs dates, les touristes peuvent assister à de nombreuses manifestations sur le parcours ou participer à différentes fêtes.

Cap sur le tourisme fluvial

Les rivières girondines, le canal des Deux-Mers et l'estuaire totalisent 220 kilomètres de voies navigables. Le tourisme fluvial est un marché en plein essor qui bénéficie de son propre Schéma de développement voté par le Conseil départemental en juin 2016 : promotion, aménagement des ports, création de pontons, ... Les balades sur l'eau, la découverte du plus grand estuaire d'Europe, de ses villes et de ses vignobles, le mascaret… séduisent un grand nombre de touristes avides de balades originales. « Bordeaux fête le Fleuve » attire 300 000 visiteurs ; « Les voiles d'Estuaire », les fêtes des ports ou la fête du Mascaret à Saint-Pardon sont aussi très prisées.

3 Des thématiques à valoriser

Les offres de découverte thématiques sont attractives et s'adaptent bien au marché croissant des courts-séjours. Elles permettent aussi d'irriguer l'ensemble du département grâce un maillage de propositions complémentaires. Ainsi **le Schéma soutiendra les routes thématiques**, en privilégiant les transports publics et les déplacements doux. Routes des vins, des phares, des ports de l'estuaire ou ostréicoles, des lieux de tournage, des bastides, des grands sites UNESCO, des moulins ... C'est tout un patrimoine culturel que nous devons nous employer à valoriser et à promouvoir. Les Parcs naturels, les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, les maisons de la nature seront autant de partenaires privilégiés pour soutenir et qualifier ces offres. Parmi les facteurs de réussite, la préservation des paysages est primordiale ainsi que la sensibilisation des acteurs à l'importance du tourisme durable et responsable. Projets, innovations et expérimentations dans ce domaine seront

encouragés et soutenus pour répondre aux exigences des touristes de demain.
L'œnotourisme, avec ses offres labellisées Vignobles & Découvertes, ses 5 Routes du Vin autour de Bordeaux, porte du vignoble et le pôle d'intérêt mondial que constitue maintenant la Cité du vin, représente un grand potentiel de développement.
L'agritourisme, et ses producteurs labellisés Bienvenue à la ferme, est lui aussi riche de ses savoir-faire et de ses produits d'excellence. Si on y ajoute l'attrait de l'ostréiculture et le charme des ports et villages ostréicoles, ce tourisme est un complément gourmand au patrimoine culturel et naturel de la Gironde.

4 Des touristes mieux accueillis

Mieux informer, mieux accueillir : voilà deux exigences au cœur de la réussite touristique sur lesquels le Schéma départemental veut faire porter ses efforts. Aujourd'hui, la qualité dans ce domaine nécessite de comprendre les attentes des touristes et de personnaliser les propositions. Le « mieux informer » commence avec Internet sachant que c'est sur ce média que deux touristes sur trois préparent leur séjour et qu'un sur trois l'achète. Il se poursuit pendant les vacances, grâce aux compétences des Offices de Tourisme, à la signalisation et à l'accès au numérique. Il continue après le séjour pour ancrer la fidélisation. Quant à l'accueil, c'est aujourd'hui l'ensemble du territoire qui doit se mobiliser pour qu'il soit remarquable : prestataires, partenaires, commerçants …
Le Schéma prévoit d'**aider les Offices de Tourisme dans leur démarche qualité** avec l'objectif qu'ils soient tous classés en 2021 et que se généralise la labellisation « Générosité de l'accueil » et l'obtention de la marque Qualité Tourisme. L'information doit pouvoir se diffuser partout et à tout moment et, bien sûr, dans la langue du client. Ainsi des formations seront proposées, avec l'aide de la CCI de Bordeaux Gironde, pour l'apprentissage des langues et la connaissance des attentes des différentes clientèles.
Le site Internet de Gironde Tourisme sera repensé pour devenir un pivot de l'information et de la réservation. Pour les touristes : approche séductrice avec la mise en valeur de scènes de vacances, retours d'expériences validées, réservation en ligne…. Pour les professionnels : base de données, résultats d'études, informations, conseils pour améliorer la relation avec les clients...

5 Destination Gironde… pour tous !

Le tourisme durable doit être équitable et permettre à tous de voyager et d'être accueillis dans des conditions adaptées. Le Schéma pose donc **l'accessibilité comme une exigence importante et urgente**. L'accueil touristique doit tenir compte des handicaps définitifs ou temporaires visibles mais aussi des handicaps invisibles qui sont les plus nombreux, comme la surdité ou une vision déficiente par exemple. Quant aux handicaps du vieillissement, ils nous touchent ou nous toucheront tous. Pour répondre à la demande, pour élargir la saison, pour le bien-être de tous, la mise aux normes des équipements est donc à généraliser et la marque « Destination pour tous » à promouvoir. Les activités sportives et de loisirs à destination de tous les publics seront aussi soutenues.
Le tourisme durable doit être solidaire : un autre effort concerne les personnes qui ne peuvent partir en vacances pour des raisons financières. Les chèques vacances et les aides aux vacances sont destinés à les aider et le Département poursuivra ses efforts d'activités gratuites sur ses domaines de Hostens et Blasimon ou dans le cadre de Cap 33 et des Scènes d'été.
L'accessibilité à l'information est aussi une condition du développement touristique : entreprises du tourisme et visiteurs devront bénéficier du très haut débit et le wifi territorial sera déployé sur tout le département.

Le club de voile de Carcans-Maubuisson a aménagé ses pontons et dispose d'un voilier adapté pour que les personnes handicapées puissent goûter aux joies de la voile.

Le choix de l'écotourisme

Le Parc naturel régional des Landes de Gascogne mise sur l'écotourisme et la randonnée douce, à pied, à cheval, en VTT ou en canoë. Les sentiers thématiques de la réserve ornithologique du Teich ou le domaine de Certes accueillent les passionnés d'oiseaux. A Hostens, le Sentier des demoiselles propose un parcours de découverte d'un ancien site d'extraction de lignite. La Leyre, sa forêt galerie et son delta se visitent en canoë… « Avec Paulette et sa bicyclette » est une formule exemplaire de court-séjour de balade en vélo proposée en collaboration avec des hébergeurs engagés dans l'écotourisme et le respect de l'environnement.

Les Routes du Vin de Bordeaux

Cinq routes du vin parcourent le vignoble le plus visité de France (4,5 millions de visites chaque année) à partir de Bordeaux, porte du vignoble. 855 vignerons et prestataires sont labellisés Vignobles & Découvertes ; cette marque permet au client de faciliter son séjour et l'oriente vers des rencontres de qualité. Alliant tourisme et dégustation des plus grands vins du monde, les routes trouvent leur point d'orgue à la Cité du vin. L'Office de Tourisme de Bordeaux propose 75 circuits en bus ou minibus et peut aussi organiser des visites sur mesure pour les personnes disposant de leur véhicule. 26 000 visites sont ainsi organisées chaque année. Sur le site www.bordeauxwinetrip.com, l'internaute peut en quelques clics créer son itinéraire grâce au «Wine Trip Planner », en sélectionnant toutes les activités payantes ou gratuites disponibles : hébergements, ateliers dégustations, évènements, activités sportives, visites guidées … Mais des offres peuvent encore être élaborées pour mieux diffuser les clientèles sur l'ensemble du vignoble.

« La tournée 33 tours » est une innovation de Gironde Tourisme dans le domaine de la communication. Autour d'animations, les passants s'informent sur les richesses touristiques de la Gironde.

Tourisme & Handicap

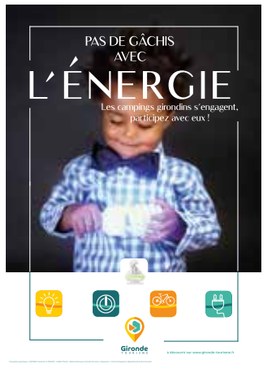
Depuis longtemps, le Département s'est engagé dans la promotion de la marque Tourisme & Handicap et dans l'accompagnement des prestataires. Aujourd'hui, ce sont 140 sites qui sont labellisés et qui offrent toute une palette d'hébergements et d'activités. Un partenariat est envisagé avec le comité de randonnée pédestre de la Gironde pour créer les « Balades à roulettes » accessibles aux personnes à mobilité réduite ou aux familles avec poussettes.
Autre exemple, la collaboration avec la Fédération des associations de pêche pour l'installation de pontons adaptés. Les grands sites ont rejoint la démarche tout comme des plages, des châteaux viticoles, des piscines, des cinémas, des hébergements, des campings ou des restaurants… Le Schéma confie à Gironde Tourisme le déploiement de la marque et l'accompagnement des prestataires intéressés.

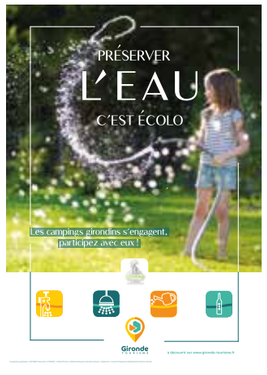
6 Marques et labels au cœur de la qualité

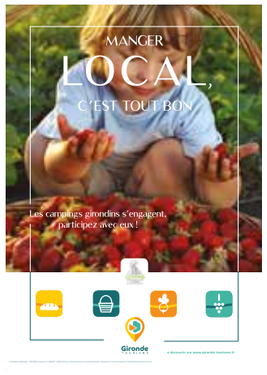
La fiabilité, la qualité et la sécurité des prestations sont des critères primordiaux pour tous les touristes, et plus encore pour les étrangers qui ne connaissent ni notre langue, ni nos habitudes culturelles. Pour les garantir il existe toute une palette de marques et de labels nationaux attribués aux prestations qui répondent à certaines exigences de qualité. Elles sont ainsi mieux identifiées dans un marché fortement concurrentiel et bénéficient de la promotion collective faite par leur réseau. La rentabilité des entreprises s'en trouve en général améliorée tandis que le soutien du réseau facilite la commercialisation et apporte aide et conseils. Le territoire bénéficie aussi de cette mise en réseau des professionnels : la qualité de l'accueil s'améliore ainsi que la réputation de la destination touristique.
Gironde Tourisme sera renforcé dans sa mission de classement des meublés de tourisme et de déploiement de la marque nationale « Chambre d'hôtes Référence ». Cela permettra aussi à plus de prestataires de bénéficier du dispositif des chèques-vacances pour lesquels le classement est obligatoire.
La garantie de qualité s'est étendue depuis quelques années aux démarches durables et respectueuses de l'environnement. C'est le cas par exemple de l'Ecolabel Européen et de la marque NF Environnement qui seront soutenues.

L'Ecolabel Européen est la marque de qualité distinguant tous les hébergements qui s'engagent dans une démarche respectueuse de l'environnement. C'est une distinction attractive car de plus en plus de touristes sont écoresponsables, particulièrement dans les pays du Nord de l'Europe. Rentable aussi car la réduction des dépenses est un effet induit qui n'est pas négligeable (réduction des charges d'énergie et d'eau, diminution du gaspillage). Sans oublier bien sûr les effets positifs sur l'environnement (réduction des déchets, tri, achats de produits écoresponsables).

La norme NF Environnement distingue pour sa part les sites de visite engagés dans une démarche similaire.







7 Élargir la fréquentation sur l'année

La saisonnalité des séjours de vacances des Français est très fortement concentrée sur juillet et août. Le tourisme girondin voit cette caractéristique accentuée parce que son littoral est très prisé à cette période. Près d'un séjour sur trois et près de la moitié des nuitées sont réalisés sur ces deux mois. Cette saisonnalité est moins marquée pour les courts-séjours car la clientèle est plus diversifiée et les raisons de voyager plus variées. C'est le cas pour la clientèle qui visite famille et amis et effectue des séjours de découverte en ville ou dans les vignobles. C'est aussi le cas pour les clientèles spécifiques : voyageurs d'affaires, camping-caristes, excursionnistes, festivaliers ou amateurs d'évènements en tout genre. Pour élargir les périodes de fréquentation, il faut donc **mettre en place des offres de courts séjours** à destination de clientèles ciblées, en particulier les seniors.
L'arrivée du TGV à Bordeaux, le développement des lignes aériennes low cost sont des opportunités à saisir, éventuellement en incluant le transport dans la création de nouveaux produits touristiques. Le regroupement des régions donnera aussi vraisemblablement envie aux néo Aquitains de découvrir la Gironde et sa capitale. La sensibilisation des prestataires à s'adapter à cet élargissement de la saison est importante pour que le tourisme reste attractif à ces périodes.

Cabanes en fêtes

Lors de cet évènement emblématique du Bassin d'Arcachon, ce sont 30 000 visiteurs qui viennent à Andernos-les-Bains braver la fraîcheur de décembre au bord de l'eau. Toute la journée huîtres, tapas de la mer et vin blanc des vignobles girondins sont servis dans les cabanes des ostréiculteurs et régalent les gourmets. Des concerts, une course de barques traditionnelles et un feu d'artifice animent la journée. Bel et encourageant exemple de réussite pour un évènement résolument en dehors de la saison touristique.

8 Pour nous aussi les Girondins

Se balader et découvrir tranquillement son département et sa région séduisent de plus en plus de Girondins. Même s'ils ne représentent aujourd'hui qu'environ 10 % de la fréquentation, ces touristes sont un potentiel important qu'il serait possible de développer. **Le choix d'un « slow tourisme »**, c'est-à-dire d'un tourisme moins gourmand en énergie, plus proche, plus durable, est une motivation pour beaucoup. Un autre avantage de ce **tourisme pour et avec les Girondins** est que lorsqu'ils connaissent bien et apprécient les attraits de leur département, ils se révèlent être d'excellents prescripteurs et ambassadeurs auprès de leur famille et de leurs amis. Il n'y a pas de plus enthousiastes et meilleurs guides qu'eux. Sachant que 38% des séjours, et même près de 50% dans l'intérieur du département, se font chez des amis ou dans la famille, on mesure l'importance de ce « bouche à oreille ». Une information ciblée et des offres adaptées, en particulier pour le court-séjour hors saison, doivent mobiliser cette clientèle. Un partenariat avec les médias locaux et les Offices de Tourisme permettra de proposer des idées de sorties et d'activités assorties de réductions à certaines périodes. Les opérations « Venez avec vos amis », « Paroles de Girondins » ou « Coup de cœurs girondins » seront encouragées.

Le **géocaching** est un nouveau loisir : des boîtes, appelées « caches », sont dissimulées dans la nature et il faut les découvrir. On installe une application sur son smartphone et on choisit un parcours en fonction de sa thématique, de sa durée, de sa difficulté ou de sa proximité. D'étape en étape, des questions s'affichent et, si vous répondez bien, les coordonnées GPS de la cache s'affichent. Dans les caches de Terra Aventura, par exemple (10 parcours en Gironde en 2018), vivent les Poï'z, de petits personnages aux caractères bien trempés, présents sous la forme de badges à collectionner. Les enfants adorent. Les parents découvrent les sites et … s'amusent aussi !

9 Tous … ensemble pour le tourisme

Le secteur du tourisme associe de très nombreux acteurs publics et privés, à différentes échelles territoriales. Cette diversité n'est une richesse que si tous travaillent ensemble et en cohérence. Une réflexion partagée lors de l'élaboration des programmes d'actions et une mutualisation des moyens permettront donc d'optimiser les résultats. Cela permettra aussi de se libérer du découpage administratif, qui bien souvent ne concorde pas avec les territoires touristiques.

Les Conventions d'Actions Touristiques mises en place par le Département avec les entités touristiques seront une réponse à un besoin de cohérence et de synergie. La mutualisation des moyens entre Gironde Tourisme et les Offices de Tourisme, la mise en commun des données et des études, le travail et la promotion en cohérence entre la Région et le Département, le partenariat avec Bordeaux Métropole sont autant de nécessités.
Gironde Tourisme sera chargé d'aider les territoires à élaborer des stratégies de développement touristique. La formation sera aussi un moyen d'harmoniser les compétences et de favoriser les rencontres entre tous les partenaires et pour ce faire les « Matinées de Gironde Tourisme » seront un outil précieux.

LES MATINÉES DE Gironde TOURISME

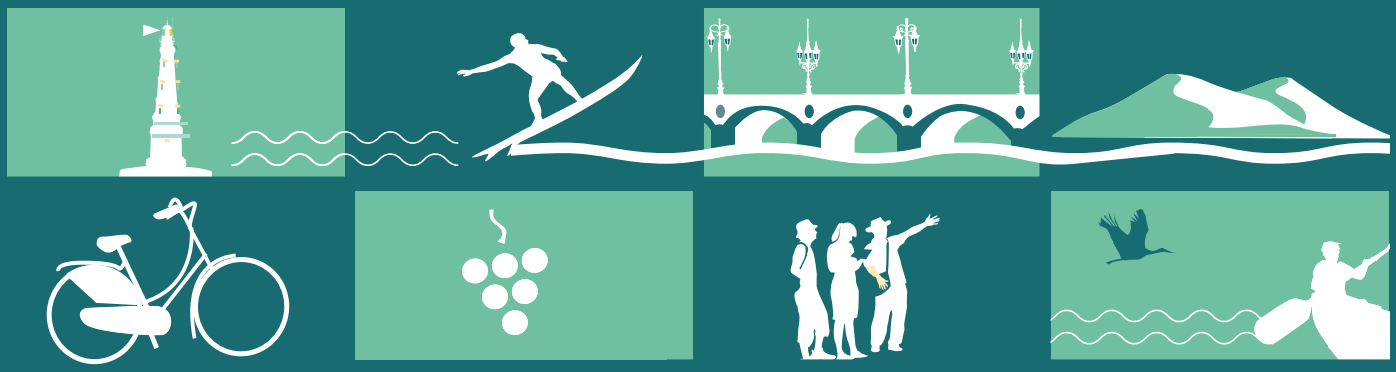
Ces rencontres semestrielles sont l'occasion d'approfondir un sujet d'actualité. Après un rapide tour d'horizon de la thématique du jour, des experts apportent leur vision du sujet. Une table ronde clôt la matinée et permet de confronter différentes approches et de répondre aux questions des participants.

La fréquentation est en hausse et les principales raisons de satisfaction des participants sont la pertinence des thèmes choisis et la qualité des intervenants. Le format des demi-journées, faciles à caser dans un emploi du temps, est aussi apprécié. La pause gourmande qui suit permet des échanges entre professionnels dans une ambiance conviviale.

Pour en savoir plus :

https://www.gironde-tourisme.fr/espace-pro/

Impression : Centre départemental d'impression sur papier PEFC
Photos : © Gironde Tourisme - David Remazeilles sauf mention contraire.



Gironde
TOURISME

Gironde
LE DEPARTEMENT
gironde.fr