

Investisseurs,  
grands opérateurs privés,  
collectivités, offices de tourisme,  
gestionnaires culturels...

## ILS ONT TESTÉ LES *accélérateurs* *de tourisme,* ILS TÉMOIGNENT.



### ACCÉLÉRATEUR D'INVESTISSEMENT

#### Anjou Tourisme et les propriétaires de **L'HÔTEL TROGLODYTE ROCAMINORI**

Dans le cadre de son schéma départemental de développement touristique 2009-2015, **Anjou Tourisme\*** a défini parmi 4 enjeux, celui du développement des offres d'hébergements identitaires dont la mise en valeur de la filière troglodytique. Ainsi, Anjou Tourisme a notamment accompagné les porteurs d'un projet d'**hôtel troglodytique de 12 chambres 3\*** : **connaissance des marchés, de l'offre et de la demande** (taux d'occupation, prix moyen), normes hôtelières et labels de qualité (Logis, Tourisme et Handicap), **recommandations en matière d'aménagement, de tarification, de système de réservation**. Un soutien a été aussi apporté pour la demande de subventions en lien avec les Conseils Départemental et Régional. Après 9 mois d'activité, **Anjou Tourisme**, qui commercialise directement des hébergements, a réalisé une cinquantaine de ventes soit **10 000 € de CA** pour ce nouvel établissement.



### ACCÉLÉRATEUR D'INVESTISSEMENT



Vincent POTTIN,  
Directeur du Développement Center Parcs France  
**GRUPE PIERRE & VACANCES-CENTER PARCS**

Le premier Center Parcs français, les Bois-Francis, a ouvert dans l'Eure il y a presque 30 ans et nous sommes toujours en relation avec **Eure Tourisme\*** ! Notre groupe, leader européen du tourisme de proximité, privilégie le développement touristique local et l'intégration territoriale. Sur de nouveaux projets comme le Bois aux Daims, dernier né des Center Parcs dans la Vienne, nous avons construit depuis 5 ans avec Vienne Tourisme un vrai partenariat : sur la communication touristique et la diffusion de documents.

**Cette ouverture sur les territoires est aujourd'hui fondamentale** : l'information sur les visites dans les environs arrive en troisième position des demandes clients, une part



conséquente de notre clientèle résidant une semaine (30% au Center Parcs des Trois Forêts en **Moselle\*** par exemple). Sur nos futurs domaines Center Parcs - comme le projet en Saône-et-Loire - nous sommes d'ores et déjà en contact avec **Saône-et-Loire Tourisme\*** afin d'étudier de possibles partenariats.



### ACCÉLÉRATEUR DE PERFORMANCE

Jean-Christophe MERCORELLI, Directeur  
**OFFICE DE TOURISME DE CHÂTELAILLON-PLAGE, CHARENTE-MARITIME**

**Charente-Maritime Tourisme\*** et les offices de tourisme œuvrent depuis 5 ans dans la co-construction d'une **plateforme e-tourisme**. Ces réflexions portent sur l'ensemble des **attentes des consommateurs**, sur les « besoins métiers » des offices de tourisme et également sur les outils attendus par les prestataires locaux pour développer leur chiffre d'affaires. Nos conclusions ont permis de faire émerger des solutions : **gestion de la relation client, système d'information touristique, business intelligence** ou encore **création de mini-sites**. Les domaines d'intervention de Charente-Maritime Tourisme et de l'office de tourisme sont parfaitement définis : **L'ADT\*** co-imagine, finance et favorise la mise à disposition des outils. Les offices de tourisme sensibilisent et déploient localement. **Cette démarche est en parfaite cohérence** avec le programme d'animation numérique initié sur la station. J'y vois une collaboration intelligente qui s'inscrit dans la **logique de performance** prônée par l'**office de tourisme de Châtelaillon-Plage** : aider les acteurs à développer leur CA, monter en compétence des équipes notamment sur la relation client.



## ACCÉLÉRATEUR DE PERFORMANCE

Sandrine SIGONNEY, Directrice

### CENTRE INTERNATIONAL DE SÉJOUR DE BESANÇON, DOUBS

« J'ai fait appel à l'expertise de **Doubs Tourisme\*** via l'outil **Diagtourisme 25** à l'automne 2014 pour notre site web. Les résultats du diagnostic ont été très rapides, clairs et précis. Ils m'ont aidé à repérer les points forts et les faiblesses de notre site internet et également de procéder à des ajustements pour améliorer la performance du site. Les 5 axes analysés m'ont permis de mieux appréhender ce qui composait l'optimisation d'un site internet. **J'ai apprécié la qualité de l'évaluation, l'objectivité de la démarche visant à apporter un appui technique aux professionnels du tourisme.** Le CDT\* m'a également accompagnée sur d'autres projets de développement (marque « Tourisme et Handicap », labellisation « Motards bienvenue », « Accueil vélo », programmation des séjours groupes...). Ces différents accompagnements n'ont pu qu'accroître la visibilité de notre structure et la qualité de notre accueil. »



## ACCÉLÉRATEUR DE SOLIDARITÉ

Patrice JAUBERT, Directeur

### FÉDÉRATION DE LA PÊCHE DU LOT

« Il y a une quinzaine d'années, nous avons été parmi les premières fédérations départementales à tisser un partenariat avec **Lot Tourisme\*** à une époque où l'énorme potentiel pêche n'était pas exploité. Nous avons depuis mis en place un guide mutualisé, l'accompagnement des hébergeurs pour le label « **hébergement pêche** » (dont la création au niveau national a été inspirée par une démarche « Accueil qualité pêche » initiée chez nous). Chaque année, nous organisons ensemble un éducteur pour les hébergeurs, les guides de pêche, les loueurs de bateaux et offices de tourisme sur la réglementation, les parcours existants, avec une séance de pêche. Nous travaillons aussi avec l'ADT\* sur la réalisation de



**pontons handi-pêche** et sur la promotion de parcours thématiques. Avec Lot Tourisme nous sommes vraiment dans une **relation de partenariat durable** - régie d'ailleurs par une convention annuelle - à la fois sur des **aspects techniques, de visibilité ou de mise en réseau.** »

Thierry VERDAVAINE, Président

### OFFICE DE TOURISME DU PAYS DE THIÉRACHE, AISNE

« Aujourd'hui, la Thiérache est devenue une destination que les acteurs du territoire s'attachent à promouvoir de façon collective et cohérente. **Aisne Tourisme\*** nous a beaucoup aidé dans cette démarche de **réflexion sur la destination dans sa globalité**, en intervenant au sein des Commissions Tourisme du Pays et en sensibilisant les différents élus du territoire à cette notion. Cela nous permet désormais de mieux mettre en valeur une ressource qui sonne comme une évidence sur notre territoire, du fait de la richesse naturelle et patrimoniale.

Plus récemment, l'ADRT\* nous a également accompagné dans la **refonte de notre site internet** : leur expertise technique nous a été précieuse dans la rédaction du cahier des charges pour le recrutement d'un prestataire web. Il y a quelques mois nous avons conjointement présenté ce nouvel outil aux prestataires du territoire. Plus dynamique, interactif, et offrant une réponse personnalisée aux internautes, le nouveau site vient d'être mis en ligne. »



## ACCÉLÉRATEUR DE QUALITÉ

Claire BÉCRET, Monitrice

### ÉCOLE NATURAL LODGE SURF, LANDES

« Entrer dans la **démarche Qualité Tourisme**, c'est pour faire la différence d'une autre manière que par le prix, être dans une logique positive d'amélioration permanente et de souci du détail. L'initiative et le suivi du **CDT\* des Landes** a été bénéfique, a permis aux écoles de surf de se mettre autour d'une table, a abouti à la création du **Syndicat National des Écoles Françaises de Surf** et **a participé à la professionnalisation de l'activité.** En interne, l'accompagnement du CDT\* des Landes nous a permis de **mieux nous structurer pour assurer un meilleur service.** Nous pouvons également prendre du recul et aborder l'ensemble des facteurs qui, mis bout-à-bout, font la qualité. Enfin, nous pouvons espérer que le travail effectué et poursuivi aujourd'hui aura un **rayonnement et une reconnaissance tant à l'échelle locale que nationale.** »



Henri CARVALLO, Propriétaire

### CHÂTEAU DE VILLANDRY, TOURAINE

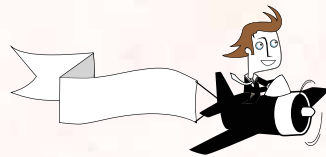
« **Assurer un accueil de qualité à nos visiteurs** est au cœur de nos préoccupations. Dans un constant souci d'amélioration, nous avons pris part à la Démarche Qualité dès son lancement. Nous avons participé à l'élaboration et à la rédaction du référentiel avec l'ADT **Touraine\*** qui nous a été d'une grande aide pour structurer et systématiser notre démarche. Il donne en effet des points de repère et un langage commun pour l'ensemble du personnel du château. Les audits proposés par l'ADT\* nous permettent d'avoir un **retour extérieur sur nos pratiques** et de **mettre ainsi en évidence les éléments à améliorer dans notre accueil.** Villandry a été le premier grand site du Val de Loire à recevoir la marque **Qualité Tourisme™** en 2009. »



## ACCÉLÉRATEUR DE VISIBILITÉ

Cécile DUMOULIN, Responsable des Publics  
**MUCEM À MARSEILLE, BOUCHES-DU-RHÔNE**

« Dès 2010, trois ans avant l'ouverture du Mucem, **Bouches-du-Rhône Tourisme\*** s'est engagé avec conviction et professionnalisme dans l'accompagnement de la genèse du musée, apportant un conseil précieux pour la mise en œuvre de la stratégie de développement des publics touristiques du futur musée. Au-delà de cette action de conseil, ils ont soutenu avec force et constance les actions entreprises par le Mucem pour **prospector les publics touristiques. De précieux éléments d'études ont été mis à notre disposition**, leur connaissance intime des réseaux de prescripteurs et leur expertise dans la diffusion et la communication dans le cadre de plusieurs projets innovants et exemplaires pour le musée ont été d'une grande aide : la mise en place et l'animation du réseau **Culture store** pour fédérer les acteurs culturels du territoire dans le domaine touristique, le partenariat entre le réseau de restaurateurs **Tables 13**, l'exposition Food à l'automne 2014 ou encore la mise en service d'un outil de **suivi des flux de publics** en relation avec **Orange**. Un partenariat de long terme avec un acteur aussi dynamique est précieux pour un musée national, contribuant de façon efficace à son rayonnement aussi bien localement, qu'en France et à l'international. »



Yariv ABEHSERA, Président  
**GROUPE TRAVELFACTORY, SAVOIE**

« Dès le lancement de notre marque **Travelski** il y a 10 ans, j'ai souhaité que nous nous entourions de partenaires fiables, fidèles à notre positionnement et essentiels à notre développement. Grâce à l'expertise de l'équipe **Savoie Mont-Blanc Tourisme\*** maîtrisant tout autant la connaissance de la destination que les besoins spécifiques des groupes privés, nous avons pu développer une offre parfaitement calibrée et en devenir aujourd'hui le distributeur leader. Sur le plan opérationnel, les formations dispensées par l'ADT ont permis de **faire monter en compétences nos équipes de vente** et ainsi d'améliorer nos résultats. Par ailleurs, très exigeants sur la pertinence des contenus que nous diffusons à nos clients, nous nous appuyons **sur leurs productions de très grande qualité** (rédactionnel, vidéos, photos...). Enfin, nous menons ensemble des actions de communication croisées, pour conforter ou booster nos performances de vente. Nous sommes dans une vraie dynamique partagée. »



## ACCÉLÉRATEUR D'INNOVATION

Claude RENOULT, Maire  
**SAINT-MALO, ILLE-ET-VILAINE**



« Un partenariat innovant noué grâce à **Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine Tourisme\*** avec **Orange** (système **Flux Vision Tourisme** à partir des téléphones portables) nous a permis d'observer la fréquentation et l'impact de **La Route du Rhum 2014** à Saint-Malo, notre grand événement. Fréquentation globale et par créneaux de 2 heures, excursionnisme, nuitées, temps de présence. **Ces précieuses données ont ainsi pu être confrontées à celles dont nous disposions déjà afin de tirer de nouveaux enseignements**, présentées en avant première à la Ville et à l'agglomération de Saint-Malo, à la Sous-Préfecture et à la Chambre de Commerce. Cette initiative de Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine Tourisme nous permet d'ores et déjà **d'optimiser nos dispositifs** et d'en mieux connaître l'impact et la notoriété auprès du public national et international pour faire rayonner Saint-Malo. »

Claude BAROUEL, Président Honoraire  
**COMITÉ DE RANDONNÉE PÉDESTRE DE CÔTE-D'OR**

« Partenaire depuis 17 ans de **Côte-d'Or Tourisme\***, le **Comité Départemental de la Randonnée Pédestre de Côte-d'Or** ne peut que se féliciter de ce partenariat. La création du site **www.bouger-nature-en-bourgogne.com** par Côte-d'Or Tourisme où tous les itinéraires sont ceux que nous validons et entretenons a donné une nouvelle impulsion à notre collaboration. Nous nous étions aussi impliqués dans le soutien à la candidature du vignoble de Bourgogne qui vient d'être classé au **Patrimoine mondial de l'Unesco** ! Lorsque Côte-d'Or Tourisme, avec **son application mobile « Bourgogne Rando Vignes »** (géolocalisation et audioguidage), nous a demandé de participer à l'élaboration des itinéraires, nous avons immédiatement coopéré, une vraie reconnaissance de notre savoir-faire. Cerise sur le gâteau, cette application a été reconnue **« Meilleure Innovation Offre France »** lors de l'édition 2015 des Trophées de l'Innovation par l'Écho touristique. En conclusion, **si Côte-d'Or Tourisme n'existait pas il faudrait l'inventer**, mais comme il est bien vivant et innovant, nous collaborons avec lui sans modération. »

\* Comité Départemental du Tourisme ou Agence de Développement Touristique, organismes touristiques des Conseils Départementaux.

# VALEURS, ENGAGEMENTS, ACCÉLÉRATEURS :

## LES DÉPARTEMENTS FONT AVANCER LE TOURISME

Le tourisme est une compétence partagée et par nature une activité partenariale. Les Départements, très engagés dans cette filière transversale qui les concerne tout particulièrement - au croisement de l'aménagement, de la solidarité et du développement commercial - ont fait de leurs **structures spécialisées** - 2000 collaborateurs des 100 ADT et CDT - de véritables **accélérateurs de tourisme**, reconnus pour **leur engagement et leur efficacité** dans un secteur d'hyper concurrence.

Mandatés par leur institution de référence, ils œuvrent à **l'aménagement des espaces et des accès, à la solidarité territoriale**, imaginent avec leurs partenaires des **stratégies marketing et de visibilité**, accompagnent les acteurs les plus isolés comme les entrepreneurs de start-up touristiques et les grands groupes investisseurs, **près de 8000 chaque année**.

Le tourisme étant par nature le "faire ensemble", les partenariats avec répartition des tâches avec les échelons intercommunaux, communaux et régionaux, sont depuis longtemps la norme. Mais la filière étant leader, la pratique doit, plus que jamais, viser l'excellence et l'intelligence territoriale.

**Le Réseau National des Destinations Départementales (Rn2D)** qui regroupe les Agences Touristiques des Conseils Départementaux (ADT/CDT) dans toute la France, a toujours été particulièrement ouvert et sensible à la construction d'**une vision collective** dans l'intérêt même de la filière.

### LES 6 VALEURS DU RN2D

- Une expertise à 360°
- L'atout de la proximité
- L'engagement des hommes et des femmes
- L'innovation
- Un esprit partenaire
- La force motrice d'un grand Réseau National

### REPÈRE



*Les Conseils Départementaux sont dotés d'un Comité Départemental du Tourisme (CDT) désormais appelé Agence de Développement Touristique (ADT) ou Agence de Développement et de Réservation Touristiques (ADRT).*

## 6 LEVIERS CLÉS ACTIVÉS PAR LES ADT / CDT



### ACCÉLÉRATEUR D'INVESTISSEMENT

Grands projets d'équipements sportifs, culturels, d'accès, soutien opérationnel aux porteurs de projets, conseil aux investisseurs français et étrangers.

Avec les ADT/CDT

LES TERRITOIRES AVANCENT



### ACCÉLÉRATEUR DE PERFORMANCE

Croissance du chiffre d'affaires, positionnement et repositionnement de leur offre, conseil sur les prestations et le marketing client, observation statistique.

Avec les ADT/CDT

LES PRESTATAIRES PROGRESSENT



### ACCÉLÉRATEUR DE QUALITÉ

Formation et conseil sur les démarches et process, accompagnement vers l'excellence, classement des meublés de tourisme, démarche qualité tourisme.

Avec les ADT/CDT

LES PRESTATAIRES SE NORMENT



### ACCÉLÉRATEUR DE SOLIDARITÉ

Mise en réseau et en relation, filières transversales, partenariats locaux, partenariats publics nouveaux avec les intercommunalités, démarches Tourisme & Handicap.

Avec les ADT/CDT

LES TERRITOIRES SE PARTAGENT



### ACCÉLÉRATEUR DE VISIBILITÉ

Analyses marketing, plans de communication, investissements publicitaires, révolution digitale et réseaux sociaux, web 2.0, mobilité.

Avec les ADT/CDT

LES DESTINATIONS SE FONT ENTENDRE



### ACCÉLÉRATEUR D'INNOVATION

Recherche & Développement, partenariats high tech, géolocalisation, libéralisation des données, analyse des datas.

Avec les ADT/CDT

LES TERRITOIRES INVENTENT L'AVENIR

# LES IDÉES REÇUES SUR LE TOURISME

Cela peut paraître incroyable, mais le tourisme souffre encore de certains préjugés. Il est pourtant l'un des secteurs les plus dynamiques pour l'emploi, pour la création de richesse pour tous les territoires. Il représente **7,4 %** du PIB national et près de **14% du PIB de certains départements**. Si le marché domestique **-80% de clientèles françaises** environ forment le gros de la fréquentation- reste dominant, la France reçoit aussi **85 millions de touristes étrangers**. Petit tour d'horizon des idées reçues qui ont parfois la vie dure et freinent la compétitivité de cette filière d'excellence.

## 1 IDÉE REÇUE N°

### LE TOURISME, C'EST PARTOUT PAREIL

**Faux !** Le tourisme est une chance pour tous les territoires à condition de s'en saisir. Activité de services, comme **80% de l'économie française et européenne**, il concourt fortement à la création d'emplois et de richesses, au développement de services et au maintien d'activités dans tous les territoires, des plus renommés au plus reculés. Premier secteur de l'économie française, il représente **7,4% du PIB** et une recette globale de **77 milliards d'euros**. Il contribue aussi aux résultats de l'agriculture paysanne, de la restauration, des équipements sportifs, des commerces, participe à rentabiliser les musées, les transports... Mais **80%** des touristes ne fréquentent que **20%** des espaces : il y a là un **FORT POTENTIEL DE CROISSANCE**, combien de filières peuvent en dire autant !

## 4 IDÉE REÇUE N°

### LE TOURISME, ÇA COÛTE CHER À DÉVELOPPER

**Pas vraiment !** Économie souple, réactive, elle ne nécessite pas de gros investissements comme dans l'industrie pour être vite rentable. Proportionnellement aux recettes engendrées par le tourisme et ses retombées transversales sur le commerce, la culture, l'artisanat, les transports et l'agriculture, les investissements des collectivités dans cette filière moderne restent très limités. C'est une filière **à la mesure de tous les territoires**, chacun pouvant s'organiser pour conquérir des visiteurs, véritables "apporteurs d'affaires" itinérants. Et c'est la **SEULE FILIÈRE QU'ON NE POURRA JAMAIS... DÉLOCALISER !**

## 2 IDÉE REÇUE N°

### LE TOURISME, ÇA MARCHE TOUT SEUL

**Faux !** Si la France est le **leader mondial du tourisme**, c'est bien sûr parce qu'elle offre un ensemble de paysages, de villes, de sites, et de littoraux qui n'a pas son pareil ailleurs. Mais c'est bien l'implication des collectivités et de leurs agences spécialisées tourisme qui font la différence : activité relativement récente et hyper concurrentielle, le tourisme serait infiniment moins performant sans le travail permanent d'aménagement, de classement, de création d'activités, de formation et de promotion dans un monde exigeant en services et d'hypercommunication. Avoir un **PAYS IDÉAL POUR LE TOURISME** c'est bien, l'organiser et l'adapter en permanence **C'EST MIEUX.**

## 5 IDÉE REÇUE N°

### LE TOURISME, C'EST L'AFFAIRE DES PRIVÉS

**Pas seulement !** Les acteurs publics du tourisme et leurs collectivités ou institutions mères jouent un **rôle fondamental** dans la structuration de l'offre en proposant un accompagnement aux prestataires privés, en gérant directement des équipements, en préservant les espaces naturels, en favorisant les accès... Ils favorisent la création d'activités et soutiennent l'investissement, impulsent des démarches permettant d'améliorer l'offre et participent au pilotage de grands projets touristiques publics privés.

**L'UN NE VA PAS SANS L'AUTRE.**

## 3 IDÉE REÇUE N°

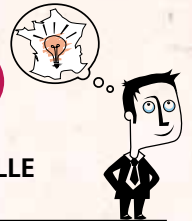
### LE TOURISME, CE N'EST QUE DE L'ÉCONOMIE

**Justement pas :** le tourisme joue un rôle social et culturel en offrant aux habitants des équipements et des services développés grâce à la fréquentation touristique. C'est aussi un élément de solidarité territoriale. En gérant les flux dans l'espace et le temps, il permet de bénéficier équitablement à tous les territoires. C'est aussi un vecteur fondamental de la (bonne) image d'un territoire et un **élément d'attractivité majeur** qui, en valorisant grâce au tourisme le cadre de vie et le "hors travail", concourt fortement à sa visibilité. **QUAND ON A UNE IMAGE TOURISTIQUE, ON A UNE IMAGE TOUT COURT.**

## 6 IDÉE REÇUE N°

### LE TOURISME, C'EST UN MILLEFEUILLE INSTITUTIONNEL

**Un procès plutôt injuste :** l'**intelligence territoriale** dans le tourisme est déjà là depuis longtemps : la coopération entre échelons territoriaux est permanente et bénéfique, la répartition des rôles, les co-financements, les partenariats (actions de communication, actions de formation, marketing territorial, observation statistique, innovation...) est active. Mais le touriste selon ses envies et ses temps de séjour a besoin d'une information localisée, non standardisée et à des échelles qu'il peut appréhender ; **LE TOURISME C'EST DU SUR-MESURE**, pas du prêt à porter, impossible de modéliser une seule approche tant les territoires diffèrent et tant le consommateur demande des offres customisées.



LE RÉSEAU NATIONAL DES DESTINATIONS DÉPARTEMENTALES (Rn2D)

présente

# 6 accélérateurs de tourisme



## 6 LEVIERS EXPERTS

pour accélérer les performances du tourisme  
dans les départements



Comités Départementaux du Tourisme  
Agences de Développement et de Réservation Touristiques

