

Quatrième partie :

Pistes de réflexion sur la
stratégie touristique



En préambule il convient de rappeler que l'organisation touristique de la France repose sur une stratégie participative et une compétence partagée entre les différents échelons : Etat, Régions, Départements, Communes.

La Loi du 23 décembre 1992 précise la répartition des compétences dans le domaine du tourisme entre ces différents niveaux.

En cohérence avec la politique régionale et départementale, l'échelle géographique des Pays est un cadre pertinent pour l'élaboration concertée et la mise en œuvre des stratégies et actions de développement.

I. Les schémas de développement touristique existants

A. Le schéma départemental de développement touristique (synthèse en annexe)

Les principes du développement du tourisme en Aveyron sont :

- une démarche fondée sur la qualité,
- un tourisme s'appuyant sur l'identité et la spécificité de l'Aveyron,
- une démarche centrée sur le client,
- un tourisme accessible, professionnel et affectif,
- un tourisme respectueux de notre patrimoine et de notre exceptionnel environnement naturel,
- une démarche s'appuyant sur la nécessaire coopération des acteurs touristiques.

B. Le schéma régional de développement touristique

Le Schéma régional de développement touristique est aujourd'hui en cours de redéfinition.

II. Le rôle du Pays Ruthénois et articulation avec les autres acteurs touristiques

Le Schéma Territorial de l'économie touristique du Pays Ruthénois a permis de connaître les principes du fonctionnement touristique de ce territoire.

Les premières conclusions de cette étude permettent d'établir que plusieurs entités touristiques différentes existent sur ce territoire et sont le fruit de collaboration parfois ancienne.

En effet, les spécificités, les pratiques touristiques du secteur Conques-Marcillac sont très différentes de celle du Ségala ou de l'agglomération du Grand Rodez.

Ces entités touristiques dépassent même souvent les limites territoriales du Pays Ruthénois. C'est le cas pour :

- l'entité Ségala Vivant dans laquelle sont rattachées deux communautés de communes du Pays Rouergue Occidental,

- pour le Pays de Roquefort auquel est rattaché la communauté de communes du réquistanais,
- pour le territoire Conques Marcillac qui lie des pratiques avec la communauté de communes de Bozouls Comtal.

Dans ce contexte de pratiques cohérentes autour d'entités touristiques reconnues et pratiquées, la volonté de créer une destination touristique de « Pays Ruthénois » n'aurait aucun sens.

Le rôle du Pays Ruthénois a toujours été de coordonner, de transmettre la connaissance au sein de son territoire global en favorisant des pratiques collectives, de fédérer. Il devra donc assurer ce même travail concernant le volet touristique.

Pour autant, dans le travail collectif qu'il animera pour le compte des communautés de communes du Pays, en associant étroitement les acteurs touristiques, et sous couvert des décisions des élus, il pourra impulser des actions fédératrices.

Ces actions pourront relever de différents secteurs d'intervention :

Structuration en réseau :

Faciliter et organiser la mise en réseau des acteurs touristiques en concertation et partenariat avec les OT / SI et le CDT.

Développement :

Appui au développement de nouveaux projets publics ou privés en concertation avec les Collectivités concernées (Etat ,Région ,Département) et leurs services associés (CRT ,CDT,...) ainsi que les porteurs de projets concernés.

Appui à la mise en production du territoire : animer et développer une offre produits de qualité en partenariat avec les organismes de tourisme locaux et les représentants de filières (Labels, Chambres Consulaires,...).

Promotion :

Promotion de l'image et des produits touristiques du territoire comme dans le cadre de la démarche Bistrots de pays par exemple.



Formation / professionnalisation :

Favoriser la formation et la professionnalisation des acteurs touristiques en partenariat avec les OT / SI et les organismes de formation

Observation de la demande touristique :

Mise en œuvre d'une méthodologie et d'un outil commun en partenariat avec les OT / SI et en articulation avec l'observatoire départemental et régional.

III. Les enjeux associés

Le Pays Ruthénois n'est pas une destination en soi (la destination est l'Aveyron) mais un territoire d'accueil pour une large variété de publics consommateurs d'activités, qui génèrent une économie multiforme.

Le Pays est par contre un territoire de concertation propice à faire émerger des dynamiques d'acteurs, dans le cadre de filières d'activités ou de zones touristiques homogènes.

Il doit permettre d'aboutir, comme le précise le diagnostic, « à une culture partagée du tourisme en développant les complémentarités et les partenariats ».

Afin que cette économie touristique puisse jouer son rôle en matière de retombées directes et indirectes, cinq enjeux majeurs se dégagent :

- Partager une même conception du tourisme, consistant dans l'accueil de publics de toutes natures, en décloisonnant les secteurs du tourisme, des loisirs, du sport, de la culture, du patrimoine et l'économie ,
- Faire jouer les complémentarités entre les pôles du territoire et leur environnement et notamment entre le Grand Rodez et l'offre périphérique,
- Développer la consommation liée au tourisme et aux loisirs, de la part des habitants du territoire et des populations de proximité,

- Développer, à travers toutes les complémentarités, la valeur ajoutée du tourisme, seule capable de convaincre et de mobiliser les acteurs,
- Conforter les dynamiques des territoires homogènes.

IV. Les axes stratégiques

AXE 1 - Mettre les territoires en production pour proposer une offre de produits diversifiés

Objectifs :

- ✓ Développer une offre de produits touristiques, à partir des thématiques originales du territoire, en ciblant les clientèles spécifiques au territoire
- ✓ Alimenter les diffuseurs en produits de qualité :
 - ART
 - OT grand Rodez
 - réceptifs locaux
- ✓ Mener une politique de l'offre qui prime sur une politique de la destination

Axe 1.1 - Lignes de produits qui s'appuient sur Rodez

- donner, dans le cadre du Pays Ruthénois, plus de richesse et de contenu au thème « les bons côtés de la ville à la campagne »
- mettre en réseau l'offre à partir de Rodez
 - Rodez et les Bastides (Sauveterre, Villefranche...)
 - Thématique équestre autour de Rodez
 - haras
 - domaine de Combelle
 - sports équestres
 - Cheval dans la Ville
 - Cit'équestre
 - Autres centres équestres du territoire
 - Route du Sel

- Produits week-end à Rodez
 - hébergement hôtelier + animation, événement, visite + découverte périphérique + gastronomie
 - week-end culturel à l'occasion d'une exposition au musée Fenaille

- Circuits pour groupes à partir de Rodez
Sur la base des circuits classiques (Rodez, Conques, Millau...), enrichir les contenus avec des offres insolites, plus confidentielles : savoir-faire, découverte de sites, visites guidées... sur différents sites du Pays Ruthénois

Axe 1.2 - Tourisme de séminaires et congrès

Mettre en réseau les espaces, les sites de réunion originaux et de prestige, les offres post congrès, les prestataires, les prescripteurs à travers une présentation complète et homogène, à l'échelle de Rodez et du Pays (sur le principe de l'expérience « Aveyron Congrès »).

Axe 1.3 - Les lignes de produits autour des savoir-faire

Des découvertes qui montrent que les savoir-faire aveyronnais ne sont pas uniquement ancrés dans la tradition et la ruralité.

- Les savoir-faire traditionnels
 - route des métiers de Ségala Vivant
 - pôle des métiers d'art de Sauveterre
 - les musées ethnologiques à dynamiser
- Le tourisme industriel et technique
 - Bosch
 - RAGT (semencier)
 - coutellerie
 - industrie pour l'aéronautique
 - les savoir-faire liés à la pierre, les compagnons du devoir
- Les savoir-faire agricole et agro-alimentaire
 - visite d'exploitations
 - viticulture
 - conserveries

- Les stages d'artisanat, d'artisanat d'art en particulier autour du pôle de Sauveterre

Axe 1.4 - Lignes de produits autour de la gastronomie

- Le tourisme viti-vinicole à structurer sur le Vallon
Relancer, par le biais du Pays Ruthénois, des projets non aboutis et s'appuyer sur des initiatives récentes pour développer une offre complète sur ce thème

- route des vins
- visites des caves
- vin et patrimoine
- vin et culture
- vin et randonnée
- fêtes du vin
- ballade de vigne en vigne (avec le manoir de Valady)
- lien entre Conques et le Vallon (la vigne replantée à Conques)
- le lien entre les moines de Conques et le vin
- Maison des Vins

- Gastronomie / convivialité
 - le vin de Marcillac
 - la fête de la pomme à Salles-la-Source et Pruines (variétés anciennes + cidre)
 - le « soleil de Marcillac » (gâteau sec)
 - le tripoux de Naucelle
 - les Bistrots de Pays
 - les chefs étoilés
 - les stages de cuisine

Axe 1.5 - Ligne de produits de tourisme sportif

- Mise en évidence de l'ensemble de l'offre capable de séduire des clubs sportifs :
 - les sites d'activités
 - les salles
 - les hébergements
 - les clubs
- Valorisation des événements et compétitions



- Mise en avant des sports équestres
- Développement de gamme de produits sportifs pour public hors fédérations sportives.

Axe 1.6 - Les lignes de produits autour de la pédagogie et de l'éducation

- Séjour de formation
 - Conques et le Centre de Civilisation Médiévale
 - Université à Rodez
- Classes découverte et classes patrimoine
 - à partir de thèmes comme l'environnement, l'histoire, l'ethnologie, l'art, le patrimoine et les sites qui proposent des activités dans ce domaine
 - s'appuyant sur des hébergement collectifs du territoire
- Journées pédagogiques autour des sites et des musées
- Stages de formation pour adultes (hors formation professionnelle)

AXE 2 – Définir une politique territoriale à l'intérieur du Pays

Objectifs :

- ✓ Affirmer qu'à l'intérieur du Pays Ruthénois, il existe des pôles et des territoires qui possèdent une logique propre, mais qui peuvent jouer un rôle particulier dans la communication, dans le développement et dans l'organisation des pratiques touristiques du Pays.
- ✓ S'appuyer sur les points forts du territoire, pour développer la fréquentation des zones à plus faible notoriété.
- ✓ Communiquer sur l'offre périphérique à partir des sites stratégiques (sur place, dans les OT et à distance par l'internet)

Axe 2.1 - Conforter et développer les pôles existants

- Les projets de Rodez

Il est évident que les projets du Grand Rodez, tels que le Musée Soulages, le centre de congrès, la politique autour du cheval, l'événementiel, peuvent avoir des retombées pour les territoires périphériques du Pays Ruthénois :

- liens avec Conques (Soulages)
- liens avec l'activité de congrès (pratiques touristiques en marge des congrès)
- liens avec des activités équestres
- séjours à l'occasion d'événements
- ...

Un rôle pour l'office de tourisme du Grand Rodez, dans une politique de développement et de mise en marché de l'offre, au delà de son périmètre actuel de compétence peut également être étudié.

- Les projets de Conques

Conques, de par sa fréquentation sur un plan quantitatif et sur un plan international, possède une position hors norme, qui mérite d'être valorisée, dans un intérêt réciproque de la cité et du Pays Ruthénois.

Une démarche contractuelle pourrait être imaginée entre la régie de Conques et le Pays dans ce sens.

Par ailleurs, la relance du Centre Européen de Civilisation Médiévale représente également un enjeu intercommunal.

- Les projets de Sauveterre

Le pôle artisanal de Sauveterre positionne la bastide comme un pôle d'excellence dans ce domaine, qui peut devenir un point d'appui pour la valorisation du thème des savoir-faire du Pays.

Axe 2.2 - Conforter les logiques de micro-région

Il s'agit ici principalement de territoires comme le Ségala au sud (avec Ségala Vivant) et le vallon de Marcillac au nord (avec le PEP), qui possèdent une forte typicité et conduisent des actions collectives de développement local depuis plusieurs années.

Ce sont des entités de séjour homogènes, qui entretiennent des dynamiques à soutenir.



AXE 3 – Développement et organisation de l'offre de loisirs de plein air de proximité

Objectifs :

Mener une politique de valorisation des espaces de pratique de loisirs en direction des populations locales et par extension, en direction des populations touristiques.

Axe 3.1 - Valorisation des sites de pratiques de loisirs de plein-air

- Valoriser les bases de loisirs (ex. Baraqueville) et centres nautiques / piscines
- Aménager des sites d'activités de pleine nature
- Etudier l'opportunité de voies vertes / pistes cyclables selon les opportunités, en particulier entre les bourgs et villages
- Développer les circuits de découverte de micro-régions en bicyclette (ex. : demande de découverte du vallon de Marcillac à vélo)

AXE 4 – Favoriser la diversité et la qualité des hébergements

Objectifs :

- ✓ s'inscrire dans le cadre des politiques départementales d'incitation à la qualité
- ✓ mener des actions de niveau « pays » sur des équipements spécifiques

Axe 4.1 - Accueil des camping-caristes

Renforcer le réseau d'aires de services et d'aires d'accueil sur le Pays

Axe 4.2 - Soutien renforcé aux porteurs de projets en lien avec les partenaires départementaux habituels

AXE 5 – Mener une politique de valorisation du patrimoine et des sites de visite

Objectifs :

- ✓ favoriser l'accès et médiation sur les sites
- ✓ renforcer l'attractivité et l'adéquation des sites avec la demande

Axe 5.1 - Développer des sites à fort potentiel

- Relancer le projet autour de la valorisation de l'Abbaye de Bonnetcombe (un pôle potentiel nouveau au sud du territoire)
- Encourager la valorisation du Château du Bosc sur le thème de l'enfance de Toulouse-Lautrec

Axe 5.2 - Mener une réflexion sur l'avenir des musées ruraux

- Développer l'effet de réseau de musées
- Repenser la muséographie
- Opérer des choix
- Créer des expositions, avec l'appui des musées les plus structurés, pouvant ensuite pour ensuite tourner sur le territoire

Axe 5.3 - Valoriser des sites naturels, culturels, bâtis capables de créer une nouvelle offre, à travers une mise en réseau

- la Route du Roman
- Les sites naturels remarquables
- Les beaux villages

AXE 6 – Mettre en place un système d'organisation à valeur ajoutée

Objectifs :

- ✓ Créer une communauté d'intérêt et de compétences entre les OTSI
- ✓ Partager, entre OT une vision commune du tourisme
- ✓ Se doter de nouveaux moyens

Axe 6.1 – Animation d'une réflexion collective des OTSI

- développer la communication inter OTSI
- partager des outils de gestion de l'information
- développer un système d'observation économique du tourisme à l'échelle du Pays
- définir de nouvelles missions à conduire à l'échelle du Pays
- répartition des missions entre les OTSI



Axe 6.2– Engager une politique concertée de mise en production de l'offre

voir AXE 1

Axe 6.3 – Envisager des actions de commercialisation s'appuyant sur l'OT du Grand Rodez

Axe 6.4 – Engager une réflexion sur l'organisation locale du tourisme

- *développer un discours commun et partagé sur les enjeux de l'accueil*
- *renforcer la professionnalisation de certains OT*
- *mettre en place la taxe de séjour en appui des projets de développement des OT*

Axe 6.5 – Développer les actions de formation professionnelle des acteurs

- évaluation des besoins
- mise en place des programmes adaptés en s'appuyant sur les partenaires de la formation professionnelle

Axe 6.6 - Définir une stratégie d'organisation entre les partenaires du Pays

Quelle organisation :

- de l'information
- de la production
- de la promotion de la mise en marché
- de l'observation économique

entre

- o le CDT
- o le Pays
- o les collectivités locales
- o les OTSI
- o les professionnels
- o les réseaux existants
- o les territoires voisins