

Gers : une logique de conquête

Le Gers lance son 4^e schéma de destination touristique 2015-2019 structuré autour de la gouvernance, du numérique et de l'open data, ainsi que de l'œnotourisme et de l'écotourisme qui s'inscrivent dans un modèle de développement.

Entretien exclusif avec José-Louis Pereira, directeur du comité départemental du tourisme et des loisirs.



GOT : Quels sont les enseignements de la réflexion liée à ce nouveau schéma ?

José-Louis Pereira : Les audits liés à l'élaboration du schéma se sont appuyés sur une méthodologie participative et co-construite avec les acteurs du tourisme afin de mieux partager la stratégie départementale et de détecter les marges de progression. Les actions menées ces dix dernières années ont permis d'asseoir la notoriété du Gers en tant que destination de campagne ayant pour atouts la convivialité et l'art de vivre.

Le modèle de développement, d'organisation et de qualification de l'offre est original. Face à la nécessité de mise en réseau des acteurs, le CDTL a créé des clubs thématiques de prestataires pour qualifier et segmenter l'offre afin de mieux répondre aux demandes de la clientèle, et a fondé sa démarche sur une stratégie de e-tourisme. Créer des clubs de prestataires permet d'être en phase avec la stratégie des entreprises, de constituer une offre qualifiée pour cibler un segment de clientèle, d'accompagner les professionnels par des plans d'actions et une formation spécifique. Le CDTL propose un modèle de destination et de développement dans lequel chaque entreprise doit trouver sa place.

En dix ans, le chiffre d'affaires lié au tourisme a progressé de 53 %, le nombre de visiteurs de 40 % et la part du tourisme dans le PIB départemental a doublé.

Il nous faut maintenant conforter la culture de mise en réseau. Lors

de la préparation du schéma, le CDTL a incité les prestataires à s'interroger sur le modèle de développement souhaité, en prenant en compte les tendances de fond et les mutations des territoires.

GOT : Quels sont les axes du schéma ?

J.-L. P. : Ce schéma est structuré autour de quatre axes principaux : innovation, développement durable, mise en tourisme de la culture, du patrimoine, et des loisirs actifs.

Le premier axe consiste à valoriser l'attractivité du Gers en tant que campagne vivante pour les séjours touristiques, à travers le développement d'une culture de l'accueil partagée par les acteurs professionnels et la population. Le 2^e axe sur la qualité et la transversalité vise à renforcer la qualification de l'offre et l'organisation interne autour de marques de territoire afin de rendre visible l'offre segmentée pour répondre à des demandes de plus en plus personnalisées. Il s'agit de mieux structurer le tourisme de famille, l'écotourisme, l'œnotourisme en s'appuyant sur des marques de territoire. Le 3^e axe concerne l'innovation et a pour objectif de réaffirmer les atouts de la destination autour de trois enjeux (loisirs nature, écotourisme, observation et évaluation). Le 4^e axe porte sur la commercialisation et la mise en marché afin de mieux vendre la destination grâce à une promotion des marques départementales comme atout et positionnement différenciant. Il s'agit également de confirmer un marketing de

conquête et de fidélisation autour de plates-formes web de séduction permettant d'annualiser la fréquentation.

Une démarche participative

GOT : Quelle est la gouvernance liée au schéma ?

J.-L. P. : Le schéma promeut une gouvernance spécifique pour amplifier les acquis en matière d'organisation du tourisme gersois. L'objectif de la gouvernance est le partage et la responsabilisation.

Le nouveau président du CDTL est également celui du conseil départemental. Le tourisme, la culture, les sports et les loisirs actifs sont reconnus en tant que vecteurs de développement et d'identité permettant d'équilibrer l'économie des territoires et de pérenniser les services. Au sein du CDTL, un comité d'experts apportera une vision prospective et innovante. La co-construction de plans d'actions sera portée par un comité hébergement, par un comité Destination Gers rassemblant les filières, par un comité territorial (offices de tourisme et collectivités) et par des clubs (Baïse pour le tourisme fluvial, Stations Vertes autour du développement durable, animation numérique de territoire). Par ailleurs, le CDTL va fusionner avec l'UDOTSI.

GOT : La culture du numérique et du partage demeure un enjeu de premier plan...

J.-L. P. : Depuis 2005, nous avons organisé la visibilité de l'offre

autour de marques de territoire et de sites Internet dédiés. Nous avons développé une solution propriétaire (« l'application de gestion de l'information touristique »). Après s'être intéressé en amont à la qualification de l'offre et aux bases de données informatives, le volet numérique s'est enrichi d'une base de données clients (470 000 adresses mail) et a développé des newsletters segmentées. Le club des ANT fédère quinze membres produisant des formations au numérique (environ 200 stagiaires par an dans 40 ateliers, 60 ateliers en 2015). En 2014, les Brunchs du tourisme ont permis de parler de la stratégie départementale de séduction, de conquête et de fidélisation.

Le CDTL organise la réflexion au sein des clubs, ainsi que les Rencontres du tourisme, le Printemps du tourisme pour sensibiliser la population et propose des formations. Ce modèle co-construit, qui a mis du temps à s'affirmer, constitue un acquis de départ pour le 4^e schéma. Il s'agit de travailler ensemble, de partager une culture, une stratégie, d'être réactifs, audacieux et conquérants. Il faut se remettre en cause, développer la culture de l'économie touristique et de la prospective.

GOT : Quelle est votre démarche en matière d'open data ?

J.-L. P. : Depuis deux ans, notre base de données départementale contient 9 500 objets d'informa-

tion touristique en open data et 57 000 objets multimédia qui les illustrent et les valorisent. Cette base de données en open data est contributive (prestataires, offices de tourisme, labels d'hébergement, filières).

Les professionnels peuvent mettre à jour leurs données en temps réel grâce à l'espace webservices, ce qui permet d'alimenter la plateforme du CDTL, nos éditions et d'exporter automatiquement des données vers les sites Internet de nos partenaires afin d'enrichir leur offre. Il s'agit de donnée qualifiée, garantie, gratuite au profit de prestataires et intégrant la réservation en ligne. Chaque prestataire peut suivre sa performance au sein de la plate-forme et se comparer aux autres.

Notre objectif est également d'exporter des produits secs ou packagés vers des plates-formes commerciales et des sites Internet affinitaires. En 2016, les contenus et l'environnement de notre plate-forme web vont évoluer. Elle sera expérientielle et segmentée afin de répondre aux besoins personnalisés du client internaute.

GOT : L'œnotourisme est l'un des axes forts du schéma...

J.-L. P. : La viticulture couvre les deux tiers du département (1 490 déclarants viticoles, 20 000 hectares, 317 communes sur 463, 5 appellations, une gamme de produits de l'apéritif au digestif). L'offre étant éparpillée, le CDTL a lancé, en 2007, un club autour des

Bons Crus d'Artagnan® afin de la rendre visible. Cent vingt-trois prestataires sont qualifiés dans cette démarche de territoire au sein du label « Vignobles & Découvertes » obtenu en octobre 2014. Cela permet de communiquer sur l'art de vivre et la convivialité qui sont des fondamentaux de notre destination de campagne.

GOT : Quelles sont vos actions en matière d'écotourisme ?

J.-L. P. : La marque Terra Gers® porte l'image de notre destination de campagne avec la création, en 2009, du club Terra Gers® qui compte 439 prestations autour d'une charte d'engagement individuelle. Le club a piloté une démarche sur l'écoresponsabilité au sein des festivals.

Un tourisme expérientiel

Le SPòTT « Terra Gers® : l'expérience slow tourisme » (contrats de structuration de pôles touristiques territoriaux) vient d'être retenu au plan national. Ce projet s'inscrit dans le champ du tourisme expérientiel de campagne vivante et s'organisera autour de quatre axes : développer la démarche ; appuyer la structuration de l'offre touristique durable autour du référentiel de progrès des seize Stations Vertes ; accompagner et valoriser la thématique du goût en assurant la promotion des circuits courts ; développer l'itinérance douce en créant, par exemple, un maillage de stations de location de vélos électriques. ■

CDTL du Gers

Tél. : 05 62 05 95 95

www.tourisme-gers.com



GERS - GASCOGNE
Comité Départemental
du Tourisme et des Loisirs

Repères

- 71 500 lits (hébergements marchands : 40 %).
- 1,2 million de visiteurs en 2014 (840 000 touristes, 370 000 excursionnistes), 213 M€ de dépenses (6 % du PIB gersois).
- 6,1 millions de nuitées,
- 2 700 salariés permanents liés au tourisme, 3 500 en juillet-août.
- Français : 85 % dont 30 % de proximité ; étrangers : 15 %.
- Annualisation des flux 2014 : 24 % au printemps (1,43 million de nuitées), 48 % en été (2,88 millions de nuitées), 15 % en automne (936 300 nuitées) , 13 % en hiver (799 700 nuitées).
- Sites Internet : 900 000 visites, 6,5 millions de pages vues.