

## SYNTHESE DES TRAVAUX DES PREMIERES RENCONTRES TERRITORIALES DU TOURISME

### 1) PREAMBULE

**A l'initiative de la CARA, les premières Rencontres Territoriales du Tourisme** organisées sous l'autorité de **Jean Pierre Tallieu (président de la CARA) et de Pascal Ferchaud (vice-président de la CARA délégué au tourisme)** se sont déroulées le 23 juin 2014 au Palais des Congrès de Royan. Délibérément, pour cette première édition, elles n'ont été accessibles qu'aux seuls acteurs touristiques du territoire.

L'événement a rassemblé un peu plus de 300 participants sur un total de 340 inscrits : élus des différentes collectivités du territoire, professionnels de la filière touristique, institutionnels du tourisme, représentants de la société civile et du monde associatif.

L'affluence au Palais des Congrès témoigne de la forte mobilisation des acteurs du territoire sur la thématique du tourisme, très transversale, qui représente, la principale source de l'économie locale.

**Messieurs Didier Quentin (député-maire de Royan) et Pascal Ferchaud** ont ouvert ces Rencontres Territoriales du Tourisme et accueilli les participants en précisant toute l'importance de ce secteur d'activité, aujourd'hui principalement balnéaire, dans l'économie locale. L'objectif central de cette journée était d'animer un débat avec les élus, les acteurs professionnels et les techniciens sur le développement touristique du territoire en partant du client, de ses besoins et de ses pratiques avec pour ambition d'éveiller une conscience collective.

Il a été également rappelé que le tourisme du XXIème siècle a de nombreux défis à relever, parmi lesquels : professionnaliser les acteurs, revaloriser l'accueil, fédérer les initiatives, inventer de nouvelles organisations inter filières, des services à valeur ajoutée, faire émerger de nouvelles pratiques mettant en valeur un territoire « pluriel » dans ses paysages, son offre, ...

### 2) POURQUOI CES RENCONTRES TERRITORIALES DU TOURISME

**Le tourisme est une filière économique à part entière.**

Il impacte fortement l'économie locale et, en matière d'attractivité, a des effets structurants pour le territoire. En effet, la CARA avec 180 000 lits touristiques marchands et non marchands (prépondérance des résidences secondaires = 70% et de l'hôtellerie de plein air = 24%) qui génèrent plus de 15 millions de nuitées chaque année, 600 millions d'euros de consommation touristique, la filière consolide 1 500 emplois permanents et 6 300 emplois saisonniers, il constitue un axe majeur de développement économique. De près ou de loin, rares sont les entreprises qui ne travaillent pas pour ou avec cette filière. L'état des lieux de l'étude sur l'économie résidentielle territoriale diligentée par la CARA devrait confirmer cette réalité.

L'activité touristique du territoire de la CARA se caractérise par une fréquentation de masse, composée en grande majorité de populations ouvrières, d'employés et de cadres moyens, soit des catégories socioprofessionnelles possédant des revenus contraints, qui consomment déjà pour leur séjour le maximum de leurs possibilités et dont la venue est fortement dépendante de l'offre de lits marchands. En complément, les populations étrangères et les CSP+ sont présentes, mais dans des proportions modestes.

Seconde caractéristique clé, l'économie touristique de la CARA est très fortement marquée par la saisonnalité, du fait notamment de ce tourisme de masse, dont les temps de séjours restent contingentés sur la période estivale pour des raisons économiques et de congés payés.

Un territoire dont l'économie touristique s'essouffle depuis 6 ans, qui perd des parts de marché avec en parallèle des emplois qui se précarisent, un taux de chômage qui s'accroît en particulier chez les jeunes et les femmes, la disparition récurrente de lits marchands. Enfin un territoire qui communique peu (depuis 2008) en interne et surtout en externe. Seuls les Offices de Tourisme maintiennent un niveau de communication mais principalement basé sur le numérique ! Des actions en ordre dispersé dont les offres quasi semblables sur un même territoire peuvent apparaître concurrentes aux yeux du client !

En gros, un territoire qui manque d'une nécessaire concertation/coordination entre les décideurs, que ce soit entre collectivités ou entre les collectivités et le secteur privé. Tout cela autour de la notion d'un développement touristique qui concerne : l'aménagement, l'équipement, la gestion de la relation client, la communication, la commercialisation, la qualité, la formation, le marketing territorial, l'accessibilité : routière, ferroviaire mais surtout numérique (fibre optique), l'observation économique ... Pourtant le territoire n'est pas dépourvu d'atouts tant par la pluralité de son offre (paysages, hébergements, produits, ...) que par le poids de sa capacité d'hébergement qui conditionne les résultats de l'économie touristique à l'échelle départementale et régionale.

Faut-il orchestrer le développement touristique ? Il semblerait que oui au regard des apports d'informations du matin qui indiquent que l'évolution du marché touristique et des techniques de consommation ont changé. Aujourd'hui le client s'inscrit dans une logique globale de « destination ». Il s'affranchit des frontières administratives pour consommer un territoire. Il s'informe de l'offre en amont, par le biais d'internet, et une fois sur place utilise les « applis » pour s'informer sur l'offre immédiate. L'entrée sur la destination doit être la plus large et la plus simple possible.

### **3) LES INTERVENANTS, LA PLENIERE ET LES ATELIERS**

#### **La plénière**

- **Stéphane St Pierre** consultant de la société Nicaya Conseil, nous indique que quels que soient les cadeaux que « mère nature » a pu faire, le tourisme est toujours affaire de volonté, de destin choisi, où la vocation collective prend, aujourd’hui, tout son sens.
- **Bernadette Price, responsable de la structuration de « Cévennes Tourisme »,** comme un peu plus tard **Stéphane Canarias, directeur de l’office « Brive Agglomération »,** sont venus confirmer cette démarche. Un territoire qui a « faim », qui choisit de prendre son destin en main, trouve les solutions d’un développement touristique en composant au pluriel. Faisant fi du millefeuille administratif, l’outil créé par les élus, véritable tête de pont de cette dynamique, travaille dans un esprit consensuel et fédérateur à l’échelle de la destination dans sa globalité, et multiplie pour cela les partenariats avec les territoires voisins. Professionnalisation des prestataires de tourisme, actions collectives de communication ou de mise en cohérence graphique, développement de partenariats public/privé, tout est mis en œuvre pour favoriser la structuration de cette destination largement optimisable au regard de son potentiel et pour développer sa fréquentation sur les ailes de saison.
- **Pour Stéphane Canarias,** les apports d’une structuration territoriale planifiée par les élus de l’Agglomération conduisent à développer une vision intégrée et stratégique du secteur touristique. Dans ce cadre, l’office de tourisme devient une entreprise et un véritable centre de ressources au service du territoire et de ses acteurs, apportant la synergie et la mutualisation des moyens pour chasser les doublons administratifs, la mise en réseau des ressources touristiques afin de maximiser les effets de cohérence territoriale, d’améliorer la visibilité pour positionner le territoire en tant que destination touristique et d’amener une capacité d’expertise capable de clarifier les enjeux.
- **Jean Burtin, président d’Offices de Tourisme de France,** a abordé les changements sociétaux, la concurrence accrue, les nouveaux marchés, la modification des comportements des consommateurs, les nouveaux canaux de distribution, l’économie de la connaissance et du savoir... Par ailleurs, le “produit France” vieillit, inexorablement, lentement, sûrement... Les OT doivent, comme leur territoire d’attachement, relever de nombreux défis, repenser leur organisation, se professionnaliser et contribuer à la professionnalisation des acteurs. Nouvelles normes de classement, révision du référentiel qualité national, déploiement de stratégie, culture partagée de l’innovation...
- **Olivier Amblard, directeur de Charente-Maritime Tourisme et Arnaud Crussard de la CCI de Rochefort et de Saintonge,** nous ont présenté, sans fard, la réalité chiffrée de notre économie touristique. Il en ressort que nos marges de progression sont importantes sur le hors saison notamment et l’accueil des étrangers, ... mais ils nous alertent sur l’urgence d’une réaction à la morosité qui s’empare de ce secteur sans

quoi nous pourrions entrer dans une « progression négative ». Et comme l'a signalé Olivier Amblard, « si la CARA s'enrhume, c'est le département qui tombe malade ! ».

- **Guy Raffour** de Raffour interactif, a clôturé cette matinée en développant l'impact et les enjeux du tourisme en ligne, une réalité incontournable pour l'avenir de notre territoire. Des innovations permanentes créent de nouvelles infomédiations entre l'offre et la demande touristique. L'E-tourisme est en croissance continue, que ce soit pour la recherche d'informations, la communication, l'expression (web 2.0) et les transactions. Il représente à lui seul plus de 30% de la valeur du e-commerce en France en 2013. Raffour Interactif a évalué, en 2013, à 16 milliards d'euros les ventes générées par la recherche en ligne avec l'augmentation des ventes directes des acteurs touristiques des domaines de l'hébergement, des activités de loisirs, des parcs de loisirs, des transports, du patrimoine, ... le secteur touristique est en parfaite adéquation avec ce nouveau « média » qui est à la fois :
  - Un nouveau système d'information global, interactif, en temps réel, multimédia, ...
  - Un nouveau système de communication « réticulaire » grâce aux liens hypertextes, aux e-mails, aux forums, aux blogs, aux réseaux sociaux, aux affiliations, aux partenariats,
  - Un nouveau système de réservation en temps réel avec toutes les possibilités de recherche en amont de la date de départ ou en dernière minute.

Dans ce nouvel univers virtuel, le consommateur a des exigences précises en matière de qualité des contenus, d'ergonomie des sites, d'accessibilité, ... Nous sommes inscrits dans une croissance inéluctable du tourisme en ligne aussi bien dans l'e-tourisme que dans le m-tourisme (utilisation du smartphone). Pour tous les territoires touristiques qui souhaitent croître par l'activité touristique, l'enjeu est capital.

En 2013, 19,4 millions de Français ont préparé leurs séjours en ligne, soit 62% des Français partis et 45% d'entre eux ont payé en ligne. M-tourisme : 20% des Français partis utilisent leur smartphone pour leurs séjours avant et surtout pendant.

Tout au long de cette matinée, le public de ces premières Rencontres Territoriales du Tourisme a été profondément captivé tant l'apport d'information a été riche et concret.

## Les ateliers

- **Atelier 1 : quelle échelle pertinente pour un territoire efficace ?** Animateur : Eric Walter, directeur de l'OT de St Palais/mer, aidé à la prise de note par Léopold Romain et Anthony Gonzalez (OT St Georges).

Pour Yves Buisson directeur de « Dordogne-Périgord » la structuration est née de la volonté des élus de territoires voisins voire concurrents de s'associer. La volonté de se fédérer autour d'une activité emblématique, le tourisme.

Postulat de départ : il est plus facile de faire venir des touristes que des entreprises sur le territoire.

- Ne pas faire d'économies d'échelles mais augmenter l'efficacité des actions en mutualisant les moyens
- Afficher un vrai changement notamment stratégique
- Faire du territoire une Destination Touristique

Des choix assumés par un pilotage unique pour un projet partagé et le choix d'une structure (en EPIC) qui s'est imposé naturellement à tous (part de l'investissement public et implication du secteur privé).

Pour Jean Sébastien Halty, directeur d'Hendaye Tourisme, une mutualisation « technique » s'est organisée autour d'une stratégie de communication à l'échelle de la Côte Basque : Ma Côte Basque. Une évidence : mutualiser le numérique de séjour et les outils associés. Une organisation articulée autour des offices de tourisme de Bayonne, Anglet, Biarritz, Bidart et de « Terres et Côte Basques » à l'initiative des directeurs des différentes structures. L'enjeu est bien sûr une communication accrue vers le marché français mais surtout en direction des espagnols. Les points positifs sont d'avoir apporté un outil fédérateur aux prestataires touristiques et de mettre en ligne une présentation globale de l'offre du territoire. La limite à l'exercice, celle d'une action menée par des offices qui ne repose pas sur une démarche des collectivités concernées : lancement web non suivi d'actions de référencement ou de promotion, une absence d'administration réelle du site internet.

#### - **Atelier 2 : le numérique, outil transversal !**

**Animateur : Stéphane Massin, directeur de l'OT de Meschers/Gironde aidé à la prise de note par Ludivine Madrid (OT St Palais) et Xavier Pasteau (CARA).**

L'intérêt d'une communication numérique bien maîtrisée est de rendre accessible à nos clients l'information, le renseignement et le conseil de manière permanente que ce soit avant, pendant et après son séjour. Les outils du numérique peuvent nous aider collectivement à organiser la gestion de la relation client et à qualifier l'offre. C'est en prenant davantage en compte ses attentes que nous pourrions l'amener vers l'engagement en faveur de notre territoire.

Elodie Poudevigne, chargée de communication à l'OT de La Rochelle insiste sur une société en pleine mutation dont la notion de temps est désynchronisée. Une société exigeante, à la recherche de contact humain, où émergent les notions de collectif et de collaboratif et qui demande une expérience unique, du sur-mesure ! Avec de nouveaux besoins : se retrouver en clan, être rassurée, assurer une qualité de vie, reconquérir la rue, apprendre en s'amusant, se faire entendre. Mais aussi une consommation touristique qui change avec une division du temps de vacances, une désintermédiation, une négociation sur tout à chaque instant, une réservation « first

minute » et son opposé « ultra dernière minute » et la mise en ligne d'un partage au-delà du cercle social. Ce qui implique une relation client à réinventer !

Julien Vrignon, directeur de l'OT Aunis-Marais Poitevin, s'est engagé par choix des élus dans la qualification numérique de l'offre. La commande des élus a été très simple : la réalisation avec des prestataires mobilisés et motivés a été moins aisée mais parfaitement efficace. Ils sont devenus les ambassadeurs des actions de l'OT et surtout fiers de leur destination.

- **Atelier 3 : le tourisme du XXIème siècle, professionnalisation nécessaire !**

**Animateur : Régis Alexandre, directeur de l'OT de La Tremblade/Ronce-les-Bains aidé à la prise de note par Nathalie Sablon (OT Meschers) et Marina Texeira (OT Vaux).**

Marie Le Bihan, directrice de la FROTSI Poitou-Charentes, Julien Vrignon et Patrice Ruelle expliquent que les enjeux du 21<sup>e</sup> siècle pour tous les professionnels, sont clairement définis : s'inscrire dans une démarche d'apprentissage permanent et être ouvert intellectuellement pour se remettre en question. La mise en œuvre de cette démarche doit permettre l'adaptation des acteurs de la filière à de nouveaux métiers qui passe par une meilleure prise en compte des technologies de l'information, de la communication, par des actions de formation du personnel en lien avec le territoire, par le recours à des outils de management de la qualité , par la qualification de l'offre ...

L'enjeu est double : répondre aux évolutions des métiers du tourisme et utiliser l'outil formation pour appuyer les projets locaux de développement touristique. Pour développer de nouveaux métiers afin de rationaliser les actions (animateurs numériques de territoire, reporters, ...), de mettre en place des stratégies touristiques partagées au service du territoire, de mettre en réseau les acteurs touristiques autour de thématiques et / ou de sensibilisation/formation aux nouveaux outils électroniques, de développer des ressources nouvelles.

- **Atelier 4 : la communication, indispensable outil de mise en relation !**

**Animateur : Laurent Giraud, directeur de l'OT de Royan aidé à la prise de note par Natacha Aidaoui (OT La Tremblade) et Carine Mayau (OT Saujon).**

Nous avons retrouvé dans cet atelier Stéphane Canarias et Jean Sébastien Halty qui nous ont fait part de leurs expériences respectives. La première, celle de Brive, met en avant une communication pro-active impliquant les habitants du territoire comme ambassadeurs, utilisant une stratégie multicanal, tous les outils du web 2.0 pour marquer une e-réputation : Brive, 100% gaillarde. L'objectif final étant de mettre en place une marque.

L'approche d'Hendaye est plus « classique » mais innovante parce qu'elle s'inscrit dans une démarche stratégique entrepreneuriale avec un plan marketing et des

objectifs chiffrés pour la structure. L'importance de l'évaluation des actions menées implique une observation au quotidien.

Dans les deux cas, il y a le souci de se faire connaître ou d'accroître sa fréquentation pour améliorer le chiffre d'affaires des prestataires, le PIB du territoire. Pour Hendaye c'est aussi le souci du bon rapport qualité/prix. Il faut travailler sur les volumes et la qualité et non plus seulement sur un tarif qui permet de conserver un chiffre d'affaire. Il faut, également, adapter ses horaires d'ouvertures pour maintenir une offre correspondant à la demande du client.

**A la fin de la journée**, le Président de la CARA, Jean Pierre Tallieu, s'est exprimé sur les travaux de ces Rencontres et a réaffirmé la volonté de la CARA de poursuivre ce travail de coordination/animation dont les Rencontres Territoriales du Tourisme sont la première action :

*« Mesdames et Messieurs les Elus, Mesdames et Messieurs les professionnels du tourisme, Mesdames et Messieurs, Chers collègues,*

*Lorsque Jean-Marc AUDOUIN m'a proposé en 2013, de mettre en place une journée d'échanges entre élus et acteurs professionnels du tourisme, à Royan, pour partager et évaluer l'avenir touristique de notre territoire, j'ai d'abord craint que nous ne parvenions pas à motiver suffisamment de participants, ou que nous nous contentions des débats récurrents qui animent inmanquablement nos échanges depuis de (trop) nombreuses années.*

*Or, rien de tout cela. Le public a répondu présent en qualité et en représentativité. Il en va de même pour les intervenants qui se sont succédés à la tribune, nous faisant partager leurs expériences, leurs analyses et nous faisant prendre conscience s'il en était besoin, que le monde avait changé et par voie de conséquence, le monde touristique aussi...*

*Je vous rassure tout de même, les élus que nous sommes sont fort heureusement conscients de ces évolutions, et si la machine administrative peine parfois à se mettre au diapason, selon certains points de vue, nous avons pleinement conscience du rôle fédérateur que nos collectivités peuvent jouer.*

*Je voudrais simplement mettre en avant quelques thèmes ou idées qui m'ont semblé susceptibles d'alimenter durablement nos futurs débats...*

*Le Territoire : c'est une notion tellement ancienne que nous semblons en avoir perdu les repères. Bernadette PRICE et Stéphane SAINT-PIERRE évoquaient ce matin des « mondes à part », une addition de spécificités et d'histoires qui se juxtaposent, se complètent ou s'ignorent. Nous en connaissons tous.*

*Les territoires historiques, les bassins de vie, les espaces de culture et de pratiques se moquent des périmètres. En tant que Président d'intercommunalité, je sais combien chaque secteur du territoire de l'Agglomération Royan Atlantique est sensible à son identité, à ses valeurs, à la diversité de ses métiers et de ses traditions. Il fût un temps où ce genre de discours semblait passéiste, en opposition avec l'évolution des technologies et des modes de*

*vie. Fort heureusement, les choses ont pris un autre chemin. C'est important de bien comprendre la complexité d'un territoire pour mieux le faire connaître, apprécier par les autres et c'est tout aussi important de le faire découvrir et de le vendre avec les outils d'aujourd'hui.*

*A ce propos, j'ai souhaité que la CARA soit un partenaire actif, avec le Conseil Général de la Charente-Maritime, pour développer la fibre optique sur notre territoire et relever le défi numérique. Guy RAFFOUR a exposé ce matin devant vous les enjeux stratégiques et l'impact économique puissant de l'e-tourisme. Il a évoqué le rattrapage effectué par les nouvelles destinations grâce à une mise en ligne rapide et efficace.*

*Si le premier accueil d'un touriste est désormais virtuel, à nous de lui rendre réel et inoubliable son séjour, le ré-enchanter comme nous l'ont joliment rappelé nos intervenants de l'atelier « communication ».*

*Mais l'intercommunalité a aussi des charges contraintes qui correspondent à ses compétences obligatoires, un peu comme l'a dit Guy RAFFOUR, les vacanciers ont des moyens qui les obligent à rationaliser leurs envies... Néanmoins, nous pouvons apporter une vraie valeur ajoutée quant à l'aménagement de notre territoire, à la mise en réseaux, à la mutualisation des compétences, à la création d'outils en ligne partagés.*

*Les collectivités territoriales sont là pour aider à la production de richesse qui servira au plus grand nombre, habitants et vacanciers, résidents permanents ou occasionnels. Faisons en sorte de conserver une attractivité ouverte au plus grand nombre, ne nous privons pas de voir grandir une nouvelle population touristique de générations plus jeunes, plus exigeantes, plus mobiles qui pourra heureusement cohabiter avec nos « habitués ». C'est cela aussi, vivre ensemble.*

*Je vous remercie pour votre présence et votre écoute ; je souhaite que cette journée soit la première de beaucoup d'autres. Nous avons la chance d'être un poids lourd du tourisme, comme l'a confirmé Olivier AMBLARD, mais un poids lourd qui s'essouffle un peu. Donnons à notre territoire un nouveau souffle, la légèreté que requièrent les nouvelles aventures et les grandes résolutions. Pour réussir ce pari, nous devons être ensemble, professionnels, associations, résidents et élus bien sûr. Notre volonté politique est là incontestablement, j'espère qu'elle s'accompagnera d'une volonté collective active et constructive.*

*J'ai demandé à Guy RAFFOUR de participer à nos travaux de rentrée à La Palmyre en septembre prochain, pour avancer sur notre projet de territoire. Je confie à Jean-Marc AUDOUIN la conduite des opérations, sous le contrôle de Pascal FERCHAUD, Vice-président délégué de la CARA en charge du tourisme. Et je compte sur vous tous mes chers collègues, ainsi que sur vous, mesdames et messieurs les professionnels du tourisme, pour apporter vos expériences et vos contributions à ses travaux.*

*Je vous remercie. »*

Les différentes interventions de la salle ont montré combien l'attente d'actions, de concertation était forte en particulier de la part des professionnels. Il y a eu, également,

cette attention sans faille dont tous les participants ont fait preuve tout au long de cette journée très « dense ».

Quels sont les pistes, idées issues des débats ?

- Qu'il faut bouger ! Parce que la nature l'a bien gâté, ce territoire est un bel endormi !
- Globalement un besoin de concertation en particulier entre les professionnels et les collectivités sur des problématiques du quotidien mais aussi avec les offices de tourisme,
- Que pour « réenchanter l'économie touristique » la filière a besoin d'être animée sur différents sujets, dont la plupart ont été abordés sur la journée : communication interne/externe (guide de l'été, site ombrelle, ...), marketing territorial, numérique (qualification numérique de l'offre, ...), formation (spécialiser les agents, ...), qualité (à l'accueil, politique des labels, ...), montée en gamme de l'offre, la diversification de l'offre touristique (l'écotourisme, du tourisme patrimonial, de l'œnotourisme, de l'hébergement collaboratif et alternatif, du slow tourisme, de l'éco-volontariat, du tourisme créatif et culturel, du tourisme actif en pleine nature, ...), commercialisation (vente en ligne, tourisme d'affaires, ...), événementiel, mais aussi sur l'aménagement (hôtellerie de chaîne, Palais des Congrès, train, hébergement, fluvial, aéroportuaire, ...), les équipements (parc des expositions, salle de spectacle, jeux aquatiques, centre de formation, logements saisonniers, ...) et surtout l'accessibilité numérique,
- Conscience que pour arriver à travailler toutes ces thématiques de façon efficace et responsable il faut une organisation (groupes de travail entre deux RTT à destination des élus et des professionnels), une coordination (CARA + Offices),
- Que l'échelle pertinente est territoriale et qu'en l'absence de décisions gouvernementales sur la gouvernance touristique des territoires intercommunaux, il faut monter un projet commun qui permette au territoire d'avancer avant de parler d'un schéma de développement de l'économie touristique.
- Que les travaux à venir peuvent s'articuler autour de cette idée forte qu'est la mutualisation dans une logique de destination !

A 19h30 les travaux prennent fin après avoir visionné le film réalisé par les animateurs et reporters numériques des offices de tourisme de Royan, St Georges de Didonne, St Palais/mer, Les Mathes/La Palmyre et île de Ré-Tourisme (ANT/RNT). Les élus et les intervenants ont été interviewés sur leurs attentes et avis suite aux débats de ces premières Rencontres Territoriales du Tourisme.

Ce travail, collégial, montre déjà que la mutualisation est en route ! En effet, Les ANT, en dehors du film, ont animé depuis 3 mois, en y apportant du contenu, le facebook des RTT.

## Perspectives

Chacune des expériences qui nous ont été exposées lors des Rencontres sont exemplaires dans le sens où elles illustrent parfaitement les organisations et stratégies possibles qui répondent tout à la fois aux synergies et spécificités locales et aux logiques marketings.

Elles mettent ensemble en exergue toutes les dimensions d'un projet de développement touristique territorial. Elles sont autant de source d'inspiration pour, à partir de notre histoire et en nous appuyant sur nos forces, mettre en place un système d'organisation qui nous corresponde et qui puisse, tout en préservant notre environnement, assurer un développement économique qui profite au plus grand nombre.

Elles rapportent tout l'intérêt de la mutualisation, de la mise en œuvre d'un projet commun pour constituer un territoire perfectible et performant.

Les Rencontres Territoriales du Tourisme ont favorisé des moments d'échange et de partage, apporter cette nécessaire concertation qui doit nous permettre de construire le projet commun pour un nouvel élan touristique du territoire.

Ces premières Rencontres ne sont pas une fin en soi, nous les retrouverons l'année prochaine pour nous apporter d'autres informations mais aussi pour faire le point sur l'état des travaux amorcés à partir de l'automne 2014. Entre ces deux événements nous fixerons des rendez-vous.