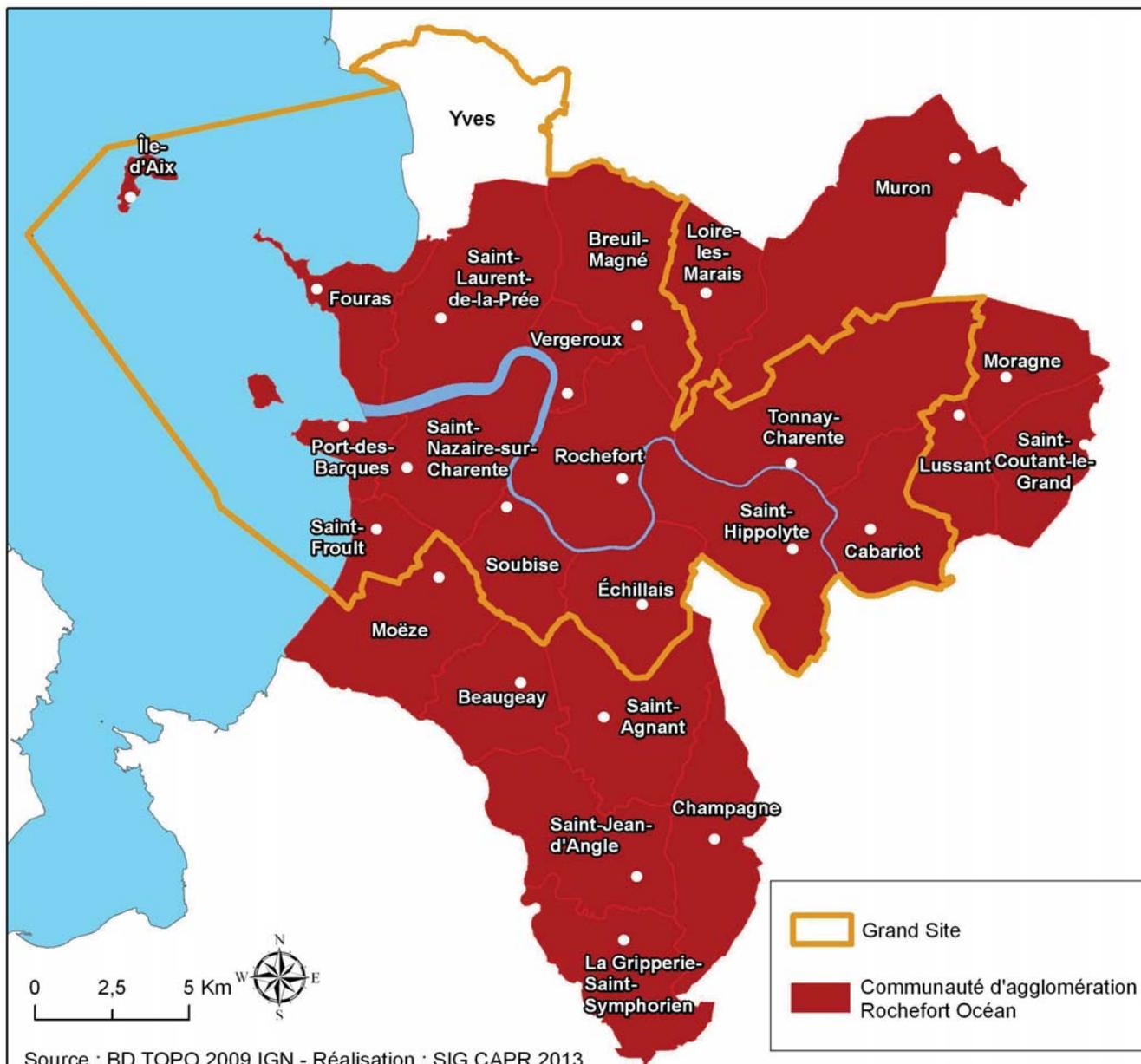




*Structuration de l'organisation
touristique à l'échelle d'une
destination :
l'exemple de Rochefort Océan*



Intercommunalité et tourisme en 2015



L'intercommunalité au 1er Janvier 2014



Un site géographique et des espaces naturels hostiles à toute occupation humaine, propices au déploiement d'un ensemble stratégique exceptionnel.

ROCHEFORT
OCEAN
Communauté d'agglomération

Rochefort Océan
Le Pays de Fort Boyard



L'estuaire de la Charente tire de son environnement et de son histoire militaire les composantes originelles de son développement touristique.

Quelques chiffres clés :

- 1 million de visiteurs sur le territoire / près de 800 000 nuitées touristiques marchandes ;
- Rochefort, station thermale classée au 6ème rang national avec plus de 16 000 curistes ;
- A l'échelle du département, le territoire représente seulement 6% de la capacité d'accueil (14 000 lits touristiques marchands) mais 20% de la fréquentation des sites de visites ;
- 4 540 résidences secondaires / 20 000 lits touristiques non marchands ;
 - 34 700 lits touristiques au total
- L'Office de Tourisme : 7 sites d'accueil répartis à Rochefort, Echillais, Fouras, Port des Barques, Soubise et l'île d'Aix.

Rappel des grandes étapes de l'organisation du territoire

Dix ans de choix d'organisation précurseurs :

- **Avant 2001** : volonté de travailler ensemble 5 OT + CDC
- **2001** : la Cda lance une réflexion sur la mutualisation des 5 OT-SI du territoire ;
- **2003** : élaboration de la politique touristique du territoire, un préalable nécessaire ;
- **2004-2005** : compétence tourisme partagée, et un système conventionnel qui montre ses limites ;
- **2005** : redéfinition de l'intérêt communautaire en matière de tourisme ; une volonté politique forte en matière de tourisme à l'échelle d'une destination : Le pays rochefortais ;

Rappel des grandes étapes de l'organisation du territoire

- **2006** :
 - Etude de faisabilité sur la création d'un OT sous la forme d'EPIC à l'échelle de la Cda ;
 - Mise en place de la taxe de séjour communautaire ;
 - Transfert de charge
 - Création de l'OT du Pays rochefortais ; année de transition ;
- **2007** : dissolution des 5 OTSI
- **2009** : étude de positionnement qui permet de définir une marque ;
- **2010/2013** : engagement de l'OT dans la démarche Grand Site ;
- **2013** : labellisation qualité tourisme de l'OT et classement en catégorie I ;
- **2014** : fusion des deux intercommunalités, au profit de la CARO

L'organisation entre la Communauté d'agglomération et l'Office de Tourisme

Les acquis :

Communauté d'agglomération

- Stratégie
- Aménagement
- Accompagnement des porteurs de projets
- Démarche qualité & professionnalisation prestataires

L'Office de Tourisme

- Accueil, information du public
- Promotion
- Commercialisation
- Mise en réseau des acteurs

La convention d'objectifs et de moyens entre la CARO et l'OTRO, un document de cadrage essentiel

L'objectif général du territoire est de développer un tourisme de séjour toute l'année, pour des retombées économiques plus fortes sur l'ensemble de la destination touristique Rochefort Océan qui s'entend désormais à l'échelle de l'estuaire de la Charente, territoire éligible dans sa globalité au label Grand Site de France.

La convention d'objectifs et de moyens entre la CARO et l'OTRO, un document de cadrage essentiel

Pour atteindre cet objectif, la stratégie de l'Office de Tourisme doit s'appuyer sur :

- 1. le développement de la notoriété de la destination ;**
- 2. la valorisation de la richesse et de la qualité de l'offre touristique locale, tant sur le plan du patrimoine historique et culturel que des espaces naturels et du cadre de vie ;**
- 3. l'organisation des opérateurs touristiques de nature publique et privée autour d'un projet de territoire, validé par tous et partagé dans sa mise en oeuvre ;**
- 4. la réalisation d'un véritable plan marketing de la destination et le pilotage de sa mise en marché ;**
- 5. la mise en place d'une démarche qualité.**

Quels retours de la réorganisation ?

- Un effet de structuration des acteurs tourisme locaux ;
- Une reconnaissance des prestataires (représentativité au comité de direction, prise de décision...) ;
- Une reconnaissance de l'OT de pôle à l'extérieur ;
- Des moyens financiers supplémentaires : Taxe de séjour, participation de la Région depuis 2012...
- Une meilleure visibilité pour les clientèles ;
- Bonne synergie / réactivité entre CARO et OTRO ;
- Interlocuteur unique pour la CARO ;
- Accessibilité, classement et label qualité désormais à l'échelle des 7 point d'accueil + un atout pour le classement touristique des communes ;
- Evolution des missions au sein des équipes ;

L'évolution du financement de l'organisation du tourisme entre 2004 et 2014

2004				
Budgets 5 OTSI	1 117 783 €	Subv. communes+part CAPR	853 290 €	62%
Budget promo CAPR	250 000 €	Taxe de séjour	224 402 €	16%
Total :	1 367 783 €	Total :	1 077 692 €	78%

2014				
Budget OTRO	2 075 000 €	Subvention CARO	752 142 €	36%
		Taxe de séjour	447 858 €	22%
Total :	2 075 000 €	Total :	1 200 000 €	58%

- Baisse de la participation communautaire de 13% en 10 ans, soit un poids dans le budget en repli de 26% (62 % en 2004 // 36 % en 2014) ;
- Avec la taxe de séjour, baisse des financements publics de 20% ;
- Augmentation des ressources propres générées par l'OTRO (+20 %) ;
- Impact positif du passage à la taxe de séjour communautaire (recettes X2) ;

Quels écueils ?

- **Vouloir calquer un modèle d'organisation touristique ;**
- **Se focaliser sur l'outil (OT de pôle) avant la définition du projet ;**
- **Ne pas associer les équipes en place en amont de la structuration;**
- **Ne pas associer les acteurs du tourisme à la démarche ;**