



Stratégie de Développement touristique en Meuse

Pays du Lunévillois

22 juin 2011





La Meuse

- Un département rural
- De l'Est
- Naturellement non touristique sauf :
VERDUN

Mais :

- Au sud de ...
- Proche de zones urbaines
- 190.000 ha
- 35% de forêts
- La Meuse et les canaux,
- Verdun 450.000 visiteurs
- Un patrimoine parmi les plus riches de l'est
 - *Un nombre de prestataires limité permettant le développement d'un modèle qui n'est pas applicable partout*





Un constat :

- Un tourisme désorganisé
- Des offres majeures ayant du mal à s'adapter au temps qui passe
- Des problèmes sur des prestations en difficulté
- Un tourisme désorganisé qui se satisfaisait de cueillette
- Des problèmes de compétences de prestataires

Un objectif :

atteindre des seuils en termes de compétences, de qualification d'offre, d'organisation, adaptés aux besoins



Une philosophie

Que chacun :

- Améliore ses **compétences**
- S'inscrit dans un **réseau**

Que le CDT, outre ses missions traditionnelles, avec ses partenaires s'inscrivent comme

- **Un canal d'information et de distribution** performant
- **Un animateur** de l'organisation et des savoir faire
- **Un garant de la qualité des outils** mis à disposition de tous

Au cœur :

*Satisfaire le **CLIENT** pour prendre notre place dans la concurrence*



Quelle stratégie ?

- Appuyer des prestataires isolés ou en réseau
- Organiser : Les **DESTINATIONS**
 - disposant d'OT classé en animation d'un PROJET
- Soutenir le développement de l'**OFFRE : ACTE**
- Un outil d'action : le **WEB**
 - Outil de communication et promotion
 - Outil de réseau et de mobilisation
 - Outil de distribution

Objectif :

multiplier les canaux d'information et de distribution efficaces



La destination

C'est

- un espace disposant d'une identité touristique (Perçu = Image)
- une offre suffisante en quantité et en qualité (Vécu = Offres et Services)
- Une organisation touristique.
- Un réseau de partenariats entre les acteurs

Ce n'est pas :

- une construction administrative
- une vision intellectuelle ou politique



La destination

Estimer la **pertinence** par

- une étude **MARKETING** :
 - Perçu : Les mots clés extraits du Web (CDT)
 - Vécu : Interviews en Face à Face (AMO)
- un **ETAT** des **LIEUX**

Etablir la **géographie** et le positionnement de la Destination

Soumettre :

- une **STRATEGIE**,
- un **PLAN D'ACTION**,
- une **GOUVERNANCE** et une **ANIMATION** par destination

Le CDT en animateur des travaux accompagné d'une AMO

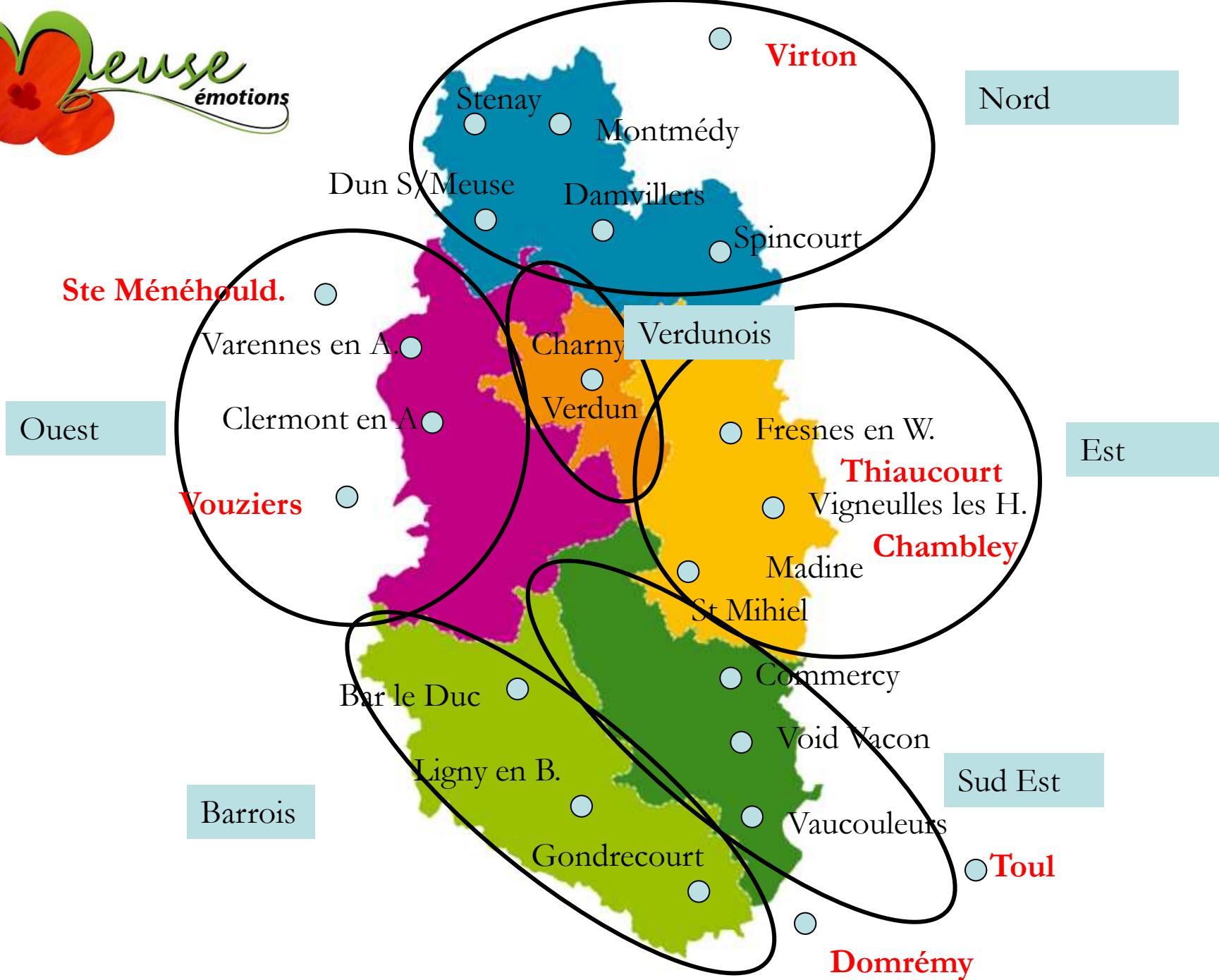


La destination

- **1- Décision des élus**
- **2- Définition de la méthode**
- **3 - Etat des Lieux : Forces/Faiblesses**
- **4- Définition des axes stratégiques du Schéma de Destination**
- **5- Plan d'actions**
- **6 – Gouvernance et animation du Schéma**
- **7 - Formalisation des engagements**

A chaque étape validation par le Comité de pilotage (élus)

Travaux autour un comité technique (représentants des Codecoms, des OT, des prestataires)





Appui aux prestataires

- Par le web, soutien à la **construction d'une offre « économiquement viable »**
 - Dossier A.C.T.E., pour construire le projet
 - L'idée
 - Le carnet de PROJET = l'ensemble des facteurs à approcher dans un projet
 - Le carnet de ROUTE = la mise en œuvre
 - Rencontres directes

2 agents du CDT en Ingénierie (le cas échéant appel à des compétences externes)



Appui aux Prestataires/OT

- Par le WEB, **développer la capacité professionnelle**

- Diagnostique

OU

- Intervention en situation de crise ou en amont de la conception d'un site internet

- Mise à disposition d'outils partagés

- Etablissement d'un Plan de Progrès individuel

- Accompagnement au développement

- Ecriture

- Connecteurs (Distributeurs)

- Savoir faire sur la NOTORIETE

•Moyens :

4 personnels (BDD, Web réseau, formation et marketing, E Marketing)



Territoires/Prestataires/OT

- Mobiliser par le web :
 - Colloque web tourisme Est
 - Un SAV Web (permanence)
 - Formation de « correspondants Web » dans les OT
 - Mise en œuvre des Destinations :
 - embauche d'un « préfigurateur » piloté par les élus accompagnés du CDT



100 prestataires ou structures en « Coaching »



Mutation de l'environnement du tourisme

- **Suivi** mutualisé des services et des outils (par CDT)
 - Assurer la **continuité des évolutions** des outils techniques
 - **Mutualiser** pour mieux conduire les projets, piloter les fournisseurs
 - **Passer les « frontières »**
- **Dépasser les « Peurs »** et organiser la compétence
 - Un contexte en **mutation**
- **Rôle des collectivités :**
 - « **Mobiliser** » et « **Aspirer** »



Direction

Adjointe Direction

Secrétaire Direction

Outre ses missions traditionnelles

Pôle GRC

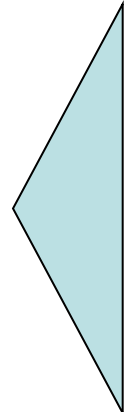
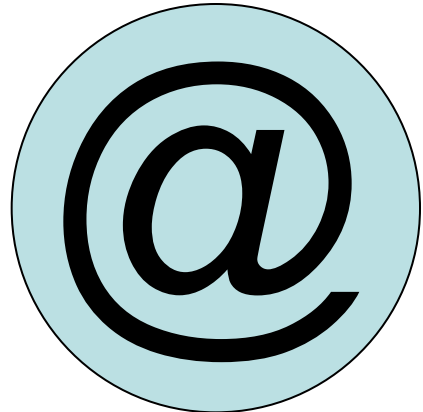
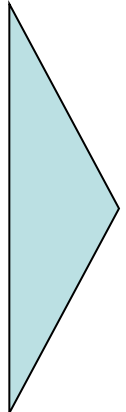
BDD Webmaster Coord.

Accueil/Doc/Editions

E Marketing

Coaching web

Mobilisation offre/Plateforme



Pôle Production/Promotion

Coord. GB

Production/Promotion D

Production/Promotion B

Production/Promotion/Presse

Pôle Ingénierie

ODT/ACTE/Porteurs

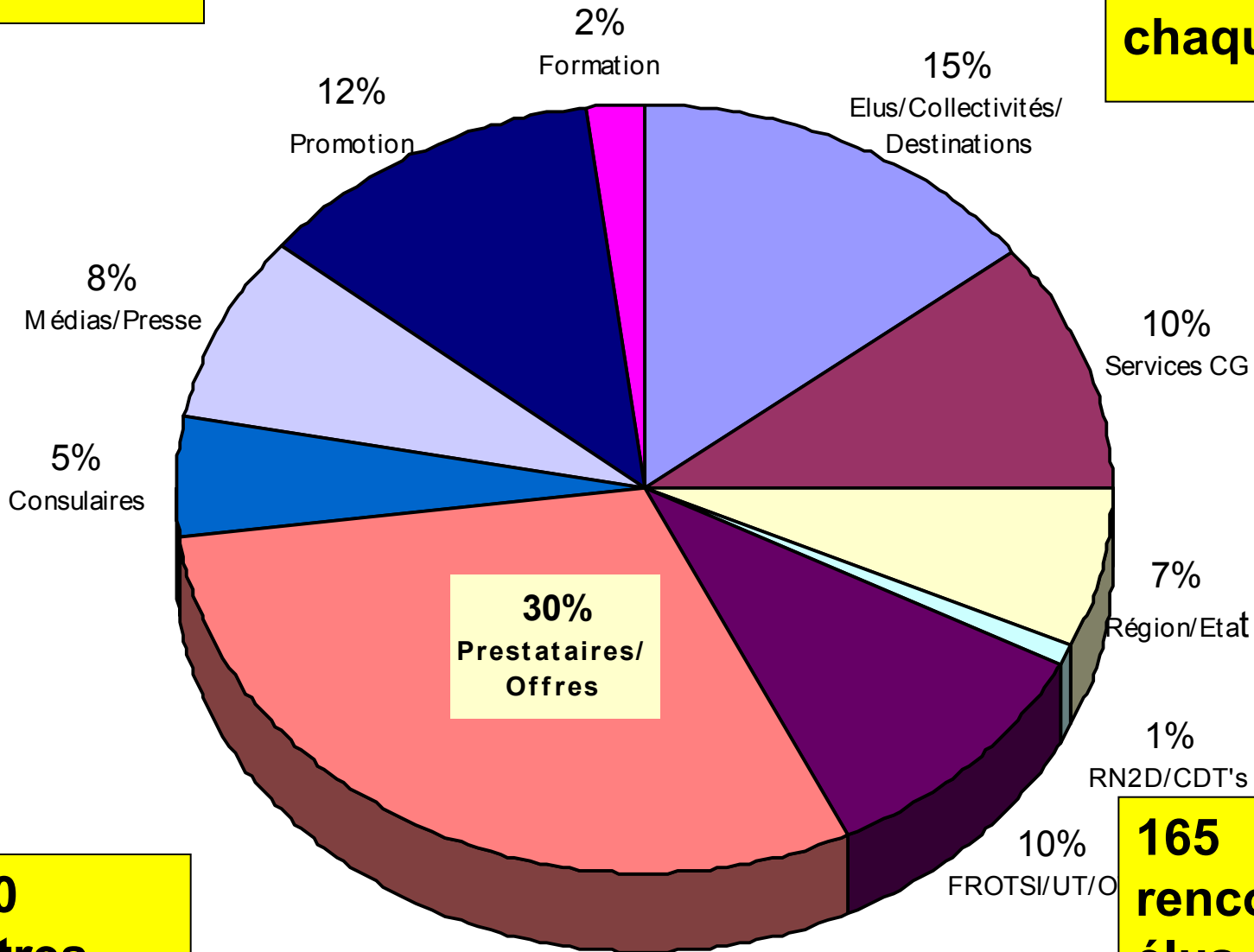
Niches/Opé. spéciales

Le CDT organisé autour du Web

1132
Réunions et déplacements

Déplacements et réunions - CDT Meuse 2010

3,5
personnels
du CDT
chaque jour



Le CDT en appui au terrain

100.000
kilomètres
en 2010

165
rencontres
élus et
Destinations



Merci de votre attention

Articles :

« *Meuse : une nouvelle logique territoriale* »
Gazette Officielle du Tourisme N°2098,
février 2011

« *Mutations des moyens et des métiers au service
du client* » Juristourisme N°131, mai 2011

www.tourisme-meuse.com

03 29 45 78 40