



# Contrat de Pays de l'Auxois 2007-2013

« l'Auxois naturellement... »

innovA**t**ion  
natU**r**ellement  
e**X**cellence  
contemp**O**rain  
access**i**ble  
res**S**ources

**FICHE ACTION III-6**  
**Filière touristique : Les troupes se préparent...  
 en ordre de bataille...  
 à l'attaque !!!**

**Référence à l'axe de la Charte de Pays**

- Axe 2 : « travailler ensemble »
- Axe 8 : « valoriser des atouts »
- Axe 9 : « une identité pour l'Auxois »

**MOTIVATION DE L'ACTION**

Contexte de l'action et descriptif général

Le tourisme est en Pays de l'Auxois, Pays d'art et d'histoire, une filière économique à part entière. Comme toute filière, nous souhaitons mieux en connaître les forces et les faiblesses, l'offre des acteurs et la demande des clients, pour les consolider, les développer et les structurer.

Les acteurs de la filière touristique de l'Auxois souhaitent se doter d'un plan stratégique. Ce dernier doit, sur la base d'un examen de l'offre et de la demande, définir la stratégie d'action en matière de développement touristique (orientation, animation, aménagements, plan marketing,...).

Enfin, ce plan stratégique doit s'inscrire dans la dynamique existante en terme de tourisme, au plan local, départemental et régional. Il doit s'articuler autour des projets structurants du territoire que sont la véloroute le long du canal de Bourgogne, le muséoparc d'Alésia, les PER de la Ferme du Hameau et des Grands Lacs du Morvan.

**Le Pays de l'Auxois a décidé de prendre en compte les priorités du développement durable (la préservation de l'environnement, le progrès économique et le progrès social) dans chacune de ses actions. Cette volonté se traduit par une conditionnalité des interventions du Pays, selon deux niveaux d'exigence (niveau 1 : grille de critères de l'Etat et de la Région, niveau 2 : grille de critères « L'Auxois naturellement... »).**

Résultats attendus et impacts de l'action

- meilleure connaissance de l'offre et de la demande touristique sur l'Auxois
- amélioration de la qualité d'accueil des visiteurs
- formation et mise en réseau des acteurs pour le recueil et le traitement des données
- faire de l'Auxois une destination touristique
- positionnement marketing dans les médias (radios, journaux,...)
- augmentation de la fréquentation et allongement de la période touristique
- renforcer le poids du tourisme dans l'économie locale

Contribution de l'action à la mise en œuvre de la stratégie de développement local, régional et national

Au regard de la charte : le travail en commun permettra une meilleure valorisation des atouts du territoire, pour afficher une meilleure lisibilité et la promotion de l'identité commune « Auxois ».

Au regard des priorités régionales et nationales : la filière touristique est considérée, à part entière, comme une filière économique et un levier de développement pour le territoire.

Plus-values

- mise en réseau des partenaires touristiques

- augmentation de la qualité du produit
- augmentation de la fréquentation
- élargissement des produits proposés

**Caractère intercommunal de l'action**

Le contrat de pays précédent a placé les Communautés de communes au coeur du dispositif, le Pays est vécu comme une fédération de Communautés de communes.

L'évaluation a permis d'analyser la vision qu'ont les acteurs du territoire : le Pays est perçu comme un « état d'esprit », une « solidarité » tournée vers l'intérêt général, un lieu d'échange d'expérience et de réflexion partagée pour des préoccupations communes.

L'action est composée d'opérations qui peuvent être collectives ou individuelles, l'ensemble formant un programme cohérent de Pays, car conçu à l'échelle du Pays puis décliné (« penser globalement pour agir localement »).

**Caractère durable de l'action**

L'implication de chacun des acteurs touristiques, du Conseil de développement et la qualité de l'animation du réseau permettent de pérenniser l'action touristique sur le Pays.

**Articulation Pays – Villes d'appui**

Les « projets de ville » des Villes d'appui de Montbard et Semur-en-Auxois s'inscrivent naturellement ;-), dans la démarche de développement durable du Pays. Les deux contrats Villes d'appui ont été élaborés en coordination avec le Pays et sont soumis à la grille de lecture « l'Auxois naturellement... ».

**Articulation et partenariat Pays - Parc Naturel Régional du Morvan**

Le Pays pourra bénéficier des savoir-faire du Parc. Les outils et données développés par le Parc seront disponibles pour le travail du Pays (ex. audit touristique). Le Parc sera consulté concernant les projets situés géographiquement sur le Parc, où tous les investissements sont soumis à un cahier des charges spécifique au Parc.

Concernant le plan stratégique, le PNR du Morvan sera associé à la réflexion du Pays.

**TYPES D' ACTIONS ELIGIBLES**

1.	<p><b>L'état des lieux de l'économie touristique.</b>                  Pour mener à bien l'ensemble des futures actions en faveur de l'économie touristique, un état des lieux est nécessaire par une mise en commun des études existantes et son analyse.                  Une mise à jour de ce dernier permettra de connaître l'évolution du poids du tourisme dans l'économie locale</p>
2.	<p><b>L'élaboration d'un plan stratégique</b>                  Elaboration d'un plan stratégique sur les orientations touristiques à adopter pour les années à venir (comparaison offres / demandes, orientation, animations, aménagements, plan marketing ...) en concordance avec le programme « l'Auxois naturellement... » et les orientations départementales et régionales.</p>
3.	<p><b>Les investissements sur les infrastructures et les équipements répondant aux conclusions du plan stratégique</b>                  Engager une démarche, sur le long terme, de financements d'équipements répondant au Plan stratégique, tout en expérimentant des produits innovants. La question de l'hébergement touristique est traitée via les crédits sectoriels de la Région et du Département.</p>
4.	<p><b>Le plan marketing issu du Plan stratégique.</b>                  Mise en oeuvre du Plan marketing issu du plan stratégique pour faire connaître les richesses touristiques de l'Auxois à l'extérieur du Pays (conditionné aux axes du Plan stratégique). Création d'outils de communication et participation à des événements de promotion d'envergure Pays.</p>
5.	<p><b>La sensibilisation et l'implication des acteurs et de la population</b>                  Suite à l'état des lieux, des actions de valorisation du poids économique du tourisme dans</p>

	l'économie du Pays seront menées. Elles seront destinées à faire comprendre l'intérêt du développement touristique et l'enjeu qu'il représente pour le territoire. Un travail auprès de la population et des acteurs du tourisme sera également conduit pour un accueil de meilleure qualité (plan qualité tourisme, tourisme et handicap, charte de qualité d'accueil, démarche « qualité accueil », carte ambassadeur de l'Auxois...).
6.	<p><b>L'animation et la mise en réseau des prestataires et des données</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expérimenter de nouvelles techniques et outils, pour une meilleure diffusion des informations touristiques entre professionnels</li> <li>- Améliorer le recueil de données afin de disposer des moyens d'analyse nécessaires à l'adéquation de l'offre à la demande</li> <li>- Coordonner l'animation touristique à l'échelle du territoire</li> <li>- Formation des acteurs touristiques (professionnalisation, apprentissage de langues étrangères...)</li> </ul>

MAITRES D'OUVRAGE POTENTIELS	
1.	SYMPAMCO
2.	SYMPAMCO
3.	EPCI, communes, associations, entreprises, sociétés coopératives
4.	SYMPAMCO, associations, communes
5.	SYMPAMCO, association, communes, EPCI
6.	SYMPAMCO, associations, communes

CRITERES SPECIFIQUES ET CONDITIONS PARTICULIERES DE MISE EN ŒUVRE		
	Justificatifs portant sur l'implication intercommunale	Justificatifs portant sur l'éco-conditionnalité
1.	L'action est composée d'opérations qui peuvent être collectives ou individuelles, l'ensemble formant un programme cohérent de Pays, car conçu à l'échelle du Pays puis décliné.	Niveau 1 grille Etat-Région, Niveau 2 grille « l'Auxois naturellement... »
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
Autres dispositions particulières : D'autres critères pourront être intégrés au regard des exigences du programme LEADER.		

PREMIERS CADRAGES FINANCIERS			
	Types de crédits (territoriaux/sectoriels)	Taux d'intervention (définition d'une fourchette)	Fléchage sur volet 1 ou volet 2
1.	-	-	
2.	CRB (territorial) Etat (crédits tourisme) CG21	70% <b>à négocier</b>	Volet 1
3.	CRB (sectoriel ou territorial cf. fiche méthode) Etat ( territorial) CG21	15 à 30% (cf. fiche méthodo tourisme) 15 à 30%	Volet 1
4.	CRB (territorial) CG21	30 à 50% <b>à négocier</b>	Volet 1
5.	CRB( territorial) Etat (crédits tourisme)	30 à 50% cf. CPER	Volet 1

	CG21		
6.	CRB (sectoriel prioritaire ou territorial) CG21	10 à 30%	Volet 1

## DISPOSITIFS D'ÉVALUATION

1.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Réalisation d'un état des lieux quantitatif et qualitatif de l'activité touristique sur le pays Mise à jour régulière de l'état des lieux</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> Utilisation de l'état des lieux pour le choix des actions à mener (appréciation qualitative de son utilisation comme outil d'aide à la décision)</p>
2.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Elaboration et mise en oeuvre du plan stratégique (avec indicateurs)</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> atteinte des objectifs du plan stratégique</p>
3.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Nombre et types d'équipements financés Nombre de produits innovants réalisés</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> Taux de fréquentation des équipements Durée de séjour et taux de nuitée dans le pays (évolution)</p>
4.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Elaboration du plan marketing Mise en oeuvre des actions</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> Résultats selon indicateurs (objectifs) du plan marketing</p>
5.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Elaboration et mise en oeuvre d'un plan d'actions</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> Nombres d'acteurs concernés Modification qualitative et quantitative des pratiques (selon les actions menées)</p>
6.	<p><b>Indicateurs de réalisation</b> Nombre et types de nouveaux outils Actions de coordination</p> <p><b>Indicateurs de résultats</b> Utilisation par les professionnels et satisfaction sur diffusion information (enquête) Modifications des actions et pratiques issues de la coordination</p>