

SCHEMA LOCAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ETAPE 1 : Etat des lieux

L'Etat des Lieux va permettre de présenter l'activité touristique à partir de différents paramètres :

- 1-Le Territoire
- 2-L'offre touristique par filières
- 3-La demande touristique et la clientèle
- 4- Image et notoriété
- 5-La concurrence
- 6- Les fonctions touristiques
- 7-Le macro environnement

Pour chaque paramètre, nous pouvons détailler :

1- Le territoire

Présentations :

- Caractéristiques Géographiques et logistiques :

Localisation : internationale, nationale, régionale, départementale...

- Caractéristiques physiques du territoire : topographie, cours d'eau, forêts, climat...

Accessibilité : routes, train, aérien, maritime, fluviale...

dont distance en kilomètres, en temps de trajet,...

- Caractéristiques Naturelles et environnementales

- Caractéristiques Culturelles et Historiques

- Organisation territoriale, administrative et touristique

Commune, communauté de communes, pays...

Compétence tourisme

Office de Tourisme, Point d'information, Pays touristique... (le rôle de chacun de manière synthétique)

- Caractéristiques démographiques, socio-économiques

Evolution population, densité,...

Type d'économie (industrie, agriculture, tourisme...)

Les principales entreprises

Les emplois, le taux de chômage...

2-L'offre touristique par filières

- 1 – L'hébergement
- 2 – Offre culturelle
- 3 – Gastronomie
- 4 – Economie
- 5 – Loisirs actifs
- 6 – Détente, bien-être, site naturel
- 7 – Tourisme d'affaire
- 8 – Education

Pour chacune des filières, il sera possible d'analyser :

le poids économique : nombre d'établissements ou structures, fréquentation, nombre d'emplois...
 les acteurs
 les clientèles
 la saisonnalité/type de clientèle
 l'information/communication
 le positionnement prix
 la commercialisation
 les spécificités de la filière
 les complémentarités avec les autres filières
 le positionnement « tourisme durable »
 la concurrence
 la tendance et l'évolution
 les projets

Données quantitatives / qualitatives

Détail des filières :**1. Hébergement**

- 1.1. L'hôtellerie
- 1.2. L'hôtellerie de plein air
- 1.3. Les meublés de tourisme
 - 1.3.1. Les gîtes de France
 - 1.3.2. Les clévacances
- 1.4. Les chambres d'hôtes
- 1.5. Les résidences de tourisme
- 1.6. Les villages vacances
- 1.7. Les gîtes d'étapes/ de séjours
- 1.8. Les maisons familiales de vacances
- 1.9. Les centres de vacances
- 1.10. Les campings car (politique du territoire, aires publiques et privées, nbre d'emplacements, bornes, nbre de passages..)
- 1.11. Les résidences secondaires
- 1.12. Autres hébergements

On détaillera le nombre de chambres, meublés, emplacements, lits, classement et/ou label, taux d'occupation, origine géographique des visiteurs, durée de séjour, évolution, positionnement tarifaire, appartenance à des réseaux, projets de création, d'amélioration, date de création et évolution du parc...

2. Offre culturelle

- 2.1. Festivals, spectacles et manifestations à caractère culturel
 - Dates, renommée, fréquentation, intégration dans la politique touristique locale, départementale, régionale ...
 - Saisonnalité de l'offre, thématiques, partenariats, réseaux...
 - Mise en place de produits touristiques...
- 2.2. Monuments grands, moyens et patrimoine religieux
 - Fréquentation, nombre d'entrées, signalétique, accessibilité, communication, état d'entretien, voie d'accès, manifestations s'y rapportant, personnes ressources ...
- 2.3. Petit patrimoine
 - Celui faisant partie de l'offre touristique actuelle et celui pouvant le devenir ou inexploité ou abandonné. Mention des dates, faits historiques, informations relatives au patrimoine (personnages, événements...), travaux de restauration, état d'entretien, voie d'accès, signalétique, manifestations s'y rapportant, personnes ressources ...
- 2.4. Patrimoine industriel et scientifique
 - Visites industrielles existantes ou potentialités

- 2.5. Musées, écomusées et expositions
- 2.6. Equipements de loisirs
- 2.7. Sites à caractères militaires et lieux de mémoire
- 2.8. Sites, villes et villages pittoresques
- 2.9. Grottes, gouffres, sites préhistoriques

3. Gastronomie

Nombre de structures, spécialités, nombre de couverts, période d'ouverture, animation, projets...

- 3.1. Restaurants
- 3.2. Bar
- 3.3. Vente directe
- 3.4. Produits locaux
- 3.5. Spécificités agricoles
- 3.6. Monde agricole (sphère)

4. Economie

- 4.1. Commerces
- 4.2. Entreprises
- 4.3. Prestations de services
- 4.4. Artisanat,
- 4.5. Shopping
- 4.6. Casinos
- 4.7. Autres

5. Loisirs actifs

Nombre de chemins de PR, GR de Pays, GR, Inscription au PDIPR, Associations, entretien, Balisage, fléchage, Hébergements, Editions topoguide, Animation, promotion...

- 5.1. Randonnée
 - 5.1.1. Pédestre
 - 5.1.2. Equestre
 - 5.1.3. VTT
 - 5.1.4. Cyclotourisme
 - 5.1.5. Vélo route/voie verte
- 5.2. Sports d'eau vive
- 5.3. Sports aériens
- 5.4. Golf
- 5.5. Plongée
- 5.6. Equitation
- 5.7. Ski nautique
- 5.8. Autres loisirs

6. Détente, bien-être, site naturel

- 6.1. Sites naturels
Sites naturels protégés, nombre de km de côtes, nombre d'ha de forêt, boisement, cours d'eau, labels et mesures de protection...
- 6.2. Naturalisme Sorties nature, associations, guides, personnes ressources...
- 6.3. Parcs, jardins et arboretums Superficie, date création, collections, appartenance à des réseaux, labels, public..
- 6.4. Parcs à thème
- 6.5. Balnéaire
- 6.6. Plaisance Ports, nombre d'anneaux, capitainerie...
- 6.7. Tourisme fluvial
- 6.8. Pêche en mer
- 6.9. Pêche en eau douce
- 6.10. Chasse
- 6.11. Autre
- 6.12. La Santé/Bien Etre

6.13. Thalassothérapie

6.14. Remise en forme

6.15. Autres

7. Tourisme d'affaires

7.1. Foires et salons

7.2. Congrès et séminaires

7.3. « Incentive »

7.4. Pèlerinage

7.5. Autres

8. Education

8.1. Classes découvertes et autres

3- Demande touristique et clientèle

Des données quantitatives possibles, avec l'évolution dans le temps :

Nombre de demandes de renseignement dans les OTSI et évolution

Le nombre de demandes par thématiques, par types d'hébergements, par origine géographique

Les nuitées et évolution

Les arrivées et évolution

Les durées moyennes de séjour

La fréquentation des sites...

Les données qualitatives possibles :

Les motivations

Les pratiques

Les transports

Les catégories socioprofessionnelles

L'âge

Les revenus

Le type de séjours

La période/saisonnalité...

4 - Image et notoriété :

- **Notoriété** (ex : connaissez vous la Presqu'île , oui/non) => notion **quantitative** :

- peut être **notoriété spontanée** : ex : citer 4 villes touristiques en Bretagne ?
- peut être **assistée** : connaissez vous la Presqu'île de Lézardrieux ? oui/non

- **Image** => notion qualitative, perception, identité d'une destination

ex : connaissez-vous la Presqu'île de Lézardrieux ? quelle image en avez-vous ?

Essayez de résumer en quelques mots-clés la Presqu'île de Lézardrieux

5 – Concurrence

Une étude des produits analogues ou similaires sur les zones proches, limitrophes, éloignées sera faite. Les possibilités de partenariats, de complémentarités avec constitution de réseaux seront évoquées.

Aide : 3 questions peuvent être posées :

* Comment le territoire se positionne-t-il ?

* Quels produits touristiques offre-t-il sur le marché ?

* Quels sont les points forts et les points faibles du territoire ?

6 - Fonctions touristiques

Au niveau de l'offre :

- L'organisation des acteurs : association, groupement, adhésion à l'office de tourisme et représentation, participation dans les instances locales, départementales, régionale, nationales...
- La formation : formation initiale des acteurs touristiques, intégration des démarches, participation...
- La coopération entre les opérateurs : sur une manifestation, un projet,...
- L'ingénierie de projet et assistance technique : collaboration avec un service municipal, communautaire, avec le pays touristique, les services départementaux, les chambres consulaires (commerce, agriculture, métiers...)
- Les transports, accès et circulation
- Les financements

Au niveau de la demande :

- Information, accueil et signalisation : Office de Tourisme (organisation, moyens...), Point I, borne télématique, borne Internet, WIFI, panneaux RIS, panneaux de signalétique touristique,...
- Commercialisation : autorisation vente produits touristiques, centrale de réservation, partenariats, Côtes d'Armor Résa, le CRT Bretagne, agences de voyages, autocaristes, Tour Opérateur, agences réceptives, e-commerce ...
- Communication, promotion et image : salons, éditions, sites Internet, webmarketing, plan marketing...
- Animation
- Veille stratégique, observation du tourisme

7 - Le macro environnement

Les conditions générales, les tendances lourdes seront abordées.

Les indicateurs :

- L'environnement économique (émergence nouvelles destinations, crise énergie/transports, lowcost...)
- L'environnement juridique (lois...)
- L'environnement technologique (NTIC, technologie de la mobilité, ...)
- L'environnement socio-économique (temps de travail, temps de loisirs, réseaux sociaux...)
- L'environnement démographique (vieillesse de la population...)
- L'environnement géographique (modifications climatiques, aspects environnementaux et durables...)