



Relevé de conclusions – CoPil 1 – 11 octobre 2016

9h – 12h : Salle du conseil – Agglomération du Puy-en-Velay

Liste des participants : cf. feuille de présence en annexe.

Objectifs de la séance : partager le diagnostic et ses grands constats et ouvrir vers les grands enjeux stratégiques.

Pièce jointe : diaporama présenté lors de la réunion.

Ouverture de la séance par Jean-Benoit Girodet.

- Présentation de l'analyse AFOM :

Pas de remarques particulières sur l'analyse AFOM, les participants en partagent les constats et la juge fidèle.

- Présentation des focus thématiques :

- Zoom sur la gouvernance :

Q. Quel retour sur les outils de communication en ligne proposés par les différents acteurs touristiques ?

R. Nos analyses web ont démontré que, globalement, la « destination » était bien couverte par les sites internet des OT mais que les messages diffusés étaient très hétéroclites. Aucun positionnement commun n'existe à ce jour et il en va de même sur les réseaux sociaux.

- Zoom sur l'offre :

Q. Comment justifier que le Mézenc est un élément d'attractivité (inter)nationale ?

R. Le Mézenc offre la possibilité de développer du tourisme de séjour, à la semaine, et notamment en hiver avec l'offre ski et nordique. Il agrmente donc l'offre auprès de certaines clientèles et attire une fréquentation spécifique.

Q. Où se situe l'offre relative au Fleuve Loire qui est absent du diaporama ?

R. Le Fleuve Loire se situe dans la filière « Patrimoine naturel ». Il nous semble aujourd'hui que le manque de valorisation du fleuve sur le territoire d'étude ne permet pas, en phase de diagnostic, de le faire ressortir comme un élément majeur déclencheur de séjour. Cela ne signifie toutefois pas que le potentiel de développement n'existe pas, au contraire.

- Zoom sur les clientèles :

Remarque. Il faut noter le développement d'une clientèle européenne et internationale de groupes organisés sur le Puy-en-Velay qui vient en aile de saison.

- Zoom sur l'hébergement :

Q. Comment la Chaise Dieu peut avoir la même représentation cartographique que le Mézenc ?

R. Le cercle concentrique représente les retombées économiques. Il est donc intéressant de noter que le nombre de lits, le nombre de nuitées et les retombées ne sont pas proportionnels.

- Présentation des 3 grands axes à travailler en phase stratégie :

- Il faut valoriser l'exemple de l'Agence de voyage *Art et vie* et plus globalement des clientèles qui rayonnent déjà sur tout le territoire, dans une logique de produits combinés au-delà des échelles administratives.

- Marie Agnès Petit ajoute que l'on DOIT révolutionner le fonctionnement actuel car le secteur touristique est en évolution et qu'il faut que l'offre soit « visible de la lune ». Les évolutions réglementaires en cours sont cohérentes et la Région a défini sa feuille de route. Les territoires travaillent encore aujourd'hui à la mauvaise échelle et il faut que cela change.

- Cécile Gallien pose la question du Fleuve Loire: est-ce un élément de l'offre qui nécessite des investissements ? Comment le valoriser ? Comment capitaliser sur ce potentiel (fleuve le plus connu en France).