



Relevé de conclusions – CoPil 2 – 25 novembre 2016

9h30 – 12h : Salle du conseil – Agglomération du Puy-en-Velay

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

Objectifs de la séance : présentation et discussions autour de la stratégie proposée (positionnement, clientèles, axes stratégiques, gouvernance).

Pièce jointe : diaporama présenté lors de la réunion.

Ouverture de la séance par Jean-Benoit Girodet.

- Réactions suite à la présentation du diaporama en annexe :

JB Girodet : L'axe Loire doit apparaître. 2000 à 3000 véhicules jour sont comptabilisés sur cet axe en été.

M.Roussel : exprime ses questionnements quant à la proposition de mettre en avant la diversité de l'offre du territoire, notamment concernant le risque de dispersion des moyens. Une priorisation devra être faite dans le choix des actions à conduire.

M.Joubert dit ne pas s'y retrouver car il manque un étendard commun et une priorisation. Un slogan doit être affirmé et mis en avant.

Atemia et Atout France mettent en avant la nécessité de proposer des stratégies marketing adaptées aux différents marchés, cibles de clientèles et filières, et prenant en compte l'évolution des attentes des clientèles. La diversité de l'offre, en phase avec les attentes clients, compte parmi les atouts du territoire, le positionnement « ressourcement du corps et de l'esprit », dénominateur commun à l'ensemble du territoire de projet, apporte quant à lui l'élément de distinction.

Madeline Rigaud intervient pour insister sur le Respirando culturel qui semble un très bon axe de travail pour le plan d'actions.

JB Girodet fait un parallèle entre le positionnement proposé et le principe du « Made In France » : c'est plus un esprit que l'on vend qu'un produit.

S. Falcon précise que des initiatives existent déjà dans le domaine culturel et du volcanisme avec « Volcans en Liberté ».

Philippe Mazet revient sur la nécessité de créer le lien avec les territoires limitrophes et pense que le scenario 2 d'organisation est vraisemblablement la bonne solution.

La question de la gouvernance est centrale et doit être traitée maintenant.

Pour information, 24 nationalités sont passées sur le Chemin de Stevenson cet été.

Emmanuel Boyer remercie Atemia et salue la qualité du travail. En revanche, une déception réelle est exprimée concernant les scénarii de gouvernance proposés qui ne semblent pas à la hauteur des ambitions affichées.

Il est vraisemblable que la marque du Puy-en-Velay doive se maintenir car elle existe à l'échelle internationale.

Cécile Gallien remercie sur la qualité de l'étude et pense que la promesse touristique est déjà réelle aujourd'hui : le ressourcement du corps et de l'esprit.

Elle rappelle également de ne pas oublier la liaison ferroviaire reliant Lyon-St Etienne – Le Puy-en-Velay dans les équipements permettant de structurer le territoire..

Les clientèles ont été bien ciblées et aucun oubli n'est à déplorer.

Richard Masson - Cosy Camp : Bravo pour le travail accompli. Il se reconnaît dans les constats posés et les orientations. La question de la marque est centrale, notamment pour faire exister le territoire alors que la Haute-Loire n'existe pas.

Concernant l'axe A – Action 8, « Se positionner comme une étape incontournable sur la RN88 », il invite à s'inspirer de l'aire d'autoroute entre Clermont et Paris qui valorise les Volcans d'Auvergne.

André Brivadis : insiste sur les attentes des clientèles qui ne connaissent pas de frontières. Le train touristique est une idée forte à mettre en œuvre. La Chaise Dieu dispose déjà de 2 trains touristiques qui fonctionnent bien.

Carole Jeanjean : propose une fusion des deux scénarios de gouvernance : une structure unique de gestion avec une approche filière.

La question des calendriers est centrale et les élus du Mézenc pensent qu'il est un peu tôt pour se positionner sur des rapprochements avec d'autres territoires alors que la fusion des intercommunalités n'est pas encore validée.

Philippe Michel : bravo pour le travail. Il faudrait que la présentation soit diffusée auprès des élus. Il est intéressant de ne pas avoir un seul étendard qui peut être répulsif.

Marie-Agnès Petit : « vous avez su formaliser en quelques phrases l'état du tourisme en Haute-Loire ». Il faut bien réfléchir à l'émergence de plusieurs marques car il faudra bien raisonner à une échelle plus large et éviter l'émergence d'un trop grand nombre de marques à l'échelle du Département.

La grande satisfaction est bien l'affirmation du train entre le Puy et la Chaise Dieu.

Daniel Vincent complète en donnant les explications des difficultés dans les domaines marketing et de gouvernance par l'histoire même du Département.

La question des marques devra se poser à une échelle plus large que celle du Pays.
