

Quel chemin pour le tourisme en Morbihan ?

Passer du "plus tourisme" au "mieux tourisme"

En prenant la décision d'actualiser son Schéma Départemental de Développement Touristique, le Morbihan a souhaité s'inscrire dans la logique d'un territoire prenant en main son développement économique et social.

Le Conseil Général, présidé par Joseph KERGUERIS, a confié au Comité Départemental du Tourisme, la réalisation d'un deuxième Schéma.

Des enjeux clés...

Ce document de référence s'appuie sur une stratégie à moyen et long terme qui repose sur un certain nombre d'enjeux clés :

- > l'émergence de nouvelles destinations touristiques et d'une concurrence exceptionnelle à l'échelle mondiale,
- > la constitution d'un espace touristique européen,
- > le renforcement de certains segments phares de la clientèle touristique (seniors par exemple) et la reconnaissance d'un nouveau "consom'acteur", plus exigeant en terme de qualité de services et d'environnement, en recherche de rupture et de bien-être.

...et les points forts du Morbihan

Face à ce contexte, le Morbihan dispose incontestablement de nombreux atouts : offre de qualité mature, richesse des savoir-faire et des traditions, maillage de transports et de voies de communication, positionnement touristique et capital image fort basé sur la Bretagne, le Golfe du Morbihan, le nautisme...

Si ces atouts sont réels, ils n'en sont pas moins fragiles pour certains.

Des objectifs à moyen terme...

- > renforcer l'attractivité du Morbihan en renouvelant son image,
- > créer de la valeur ajoutée et augmenter les recettes et la consommation touristiques,
- > mieux promouvoir l'ensemble des territoires du Morbihan,
- > désaisonnaliser plus efficacement le tourisme morbihannais,
- > relancer une véritable dynamique touristique en fédérant les acteurs du tourisme et les populations locales autour d'un projet de territoire, initié par le Conseil Général et mis en œuvre par le CDT.

... mais aussi à long terme.

- > conquérir de nouvelles clientèles sur les marchés traditionnels. Le grand public reste la priorité du CDT mais sera appréhendé avec une démarche plus segmentée et donc mieux ciblée : population urbaine de proximité, CSP supérieures, seniors actifs retraités, touristes d'affaires, jeunes.
 - > anticiper l'émergence de nouveaux comportements.
- L'objectif de ce schéma est bien de faire du Morbihan

une destination toutes saisons, capable de répondre à tous moments aux attentes de clientèles toujours plus réactives. Il s'agira donc de mettre en œuvre une gamme de produits d'appel et d'images dans le but de modifier durablement la perception du Morbihan, de produits de niche adaptés aux nouvelles clientèles et enfin de produits de découverte facilement accessibles tout au long du séjour. "Venir en Morbihan doit rester une expérience unique, authentique, enrichissante..."

Un travail autour des filières est donc nécessaire devant déboucher sur une véritable stratégie marketing basée sur l'innovation et la créativité.

Afin de s'engager dans cette démarche innovante et participative, le CDT s'est appuyé sur le savoir-faire du bureau d'étude Futuroest de Lorient, spécialisé depuis de nombreuses années dans la prospective. "Imaginez-vous dans 15 ou 20 ans. Quel sera le tourisme de demain ?". Tels sont les maîtres mots de cette méthode originale, qui implique et mobilise, depuis quelques mois déjà, les professionnels du département.

Les travaux préalables des 4 groupes thématiques ont permis d'alimenter la réflexion d'un groupe Expert, dont les réunions qui se poursuivent jusqu'en avril auront pour mission de faire émerger les idées fortes et largement partagées, qui constitueront le terreau du Schéma de Développement Départemental.

Le 15 février, le Comité Départemental a tenu à présenter la démarche à l'ensemble des acteurs du tourisme morbihannais et à les impliquer activement dans les travaux du Schéma.

Au menu chargé de la rencontre : état des lieux du tourisme en Morbihan agrémenté de commentaires des professionnels, bilan des actions du premier schéma réalisé en 1997, et enfin synthèse d'un questionnaire remis dès l'entrée aux participants sur le thème "Quel tourisme pour le Morbihan à l'horizon 2015-2020 ?". L'assistance s'est prêtée au jeu et a pu apprécier les commentaires "sur le vif" de Frank LE HUEDE, directeur-adjoint du service Consommation du CREDOC, qui sont venus enrichir la réflexion déjà amorcée.

Les acteurs du tourisme morbihannais sont d'autre part sollicités dans le cadre d'interviews (une trentaine environ) réalisées par le CDT et Futuroest et au travers de contributions écrites volontaires.

Le 3 mars, se sont déroulées deux très fructueuses réunions de travail avec les Pays Touristiques d'une part et les Offices de Tourisme du département d'autre part. Ces rencontres ont permis de formaliser les souhaits de nouveaux axes de travail entre les partenaires.

Cette réflexion achevée devra aboutir à la rédaction de fiches actions (dispositifs financiers, plan marketing, partenaires...) qui seront soumises au vote de l'assemblée départementale fin 2005 dans la perspective d'une mise en œuvre des premières actions dès 2006.



Futur Ouest
3 rue Cosmao Dumanoir
56100 LORIENT
www.futuroouest.com

Renseignements complémentaires
Jean-Jacques MICOUD
CDT Morbihan
BP 408
56010 VANNES Cedex
Tel : 02 97 54 17 12

Les actes de la rencontre du 15 février 2005 sont téléchargeables sur le site www.morbihan.com, rubrique Observatoire touristique, Schéma départemental