

Compte rendu réunion vendredi 24 avril 2020

53 professionnels présents

Préparation plan de relance touristique mutualisé de la destination

Etaient inscrits à cette réunion :

Ardèche Loisirs et Patrimoine ; Chambre de Commerce et d'Industrie ; Chambre d'Agriculture de l'Ardèche ; Comité Départemental de Randonnée Pédestre de l'Ardèche ; FRHPA - Chambre Départementale de l'Ardèche ; Grotte Chauvet 2 Ardèche ; Office de Tourisme Ardèche des Sources et Volcans ; Office de Tourisme Cévennes d'Ardèche ; Office de Tourisme Ardèche buissonnière ; Office de Tourisme du Pays du Val d'Ay ; Office de Tourisme en Val de Ligne ; Office de Tourisme Intercommunal du Pays d'Aubenas / Vals / Antraigues ; Office de Tourisme Intercommunal Sud Ardèche Rhône et Villages ; Office de Tourisme Pont d'Arc - Ardèche ; Office de Tourisme Val'Eyrieux ; Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche ; Syndicat mixte de la Grotte Chauvet Pont d'Arc ; Syndicat mixte de la Montagne Ardéchoise ; Pôle Gerbier/Bourlatier ; Agence pour le développement des métiers d'art ; OT Ardèche Hermitage Tourisme ; OT Ardèche Grand Air ; Ardèche le Goût ; Bistrot de Pays Ardèche méridionale ; Chambre de Métiers de l'Ardèche ; Gîtes de France ; Grand Site de France de l'Aven d'Orgnac ; Logis de France Ardèche ; Office de Tourisme Communautaire du Pays de Lamastre ; Office de Tourisme Intercommunal Du Rhône Aux Gorges De l'Ardèche ; Office de Tourisme Montagne Ardéchoise ; OT Rhône Crussol Tourisme ; Syndicat Mixte du Vivarais Méridional / Pays d'Art & d'Histoire du Vivarais méridional - Ardèche ; U.M.I.H. ; Département de l'Ardèche.

Laurent Ughetto, président de l'Agence de Développement Touristique de l'Ardèche et Gil Breysse, directeur ont proposé en visio-conférence une rencontre de l'ensemble des acteurs organisés et fédérés du secteur du tourisme.

Plus d'une cinquantaine de participants représentant la trentaine de partenaires permanents de l'ADT associés depuis 4 ans dans la mise en œuvre d'une stratégie marketing de destination partagée et mutualisée.

On y retrouve les fédérations et syndicats professionnels, les associations départementales, les réseaux d'acteurs, les offices de tourisme et les chambres consulaires.

Les principaux points d'appui d'un futur plan de relance pourraient être :

« Au 1er juin, 75% de la saison restent encore à sauver”

“L'Ardèche est la première destination touristique régionale des habitants d'Auvergne Rhône Alpes, en intention de départ (source enquête Kantar – ADT/CRT 2019)”

“Une communication axée sur les offres de séjours et d'activités plutôt que sur l'image et la notoriété nous semble une des clés de la réussite pour rester dans la durée et anticiper 2021”

“Une communication particulièrement renforcée envers les clientèles de proximité et les clientèles affinitaires de l'Ardèche”

Un questionnaire sur l'état des lieux et les perspectives de chacun a été adressé à l'ensemble des participants, vous trouverez en annexe les principaux indicateurs reçus.

Introduction par Laurent Ughetto, président de l'ADT :

La situation de crise et la nécessité de relance invitent à jouer collectif. La stratégie de rebond est nécessairement un plan de relance de la destination et ne sera efficace que si elle s'appuie sur les grandes valeurs et spécificités de l'Ardèche. Impliquer dans ce plan de relance l'ensemble des Ardéchois en tant qu'habitant, ambassadeur et consommateur de l'offre touristique ardéchoise. En qualité de Président du Département, Laurent Ughetto a annoncé un fonds de soutien aux initiatives économiques locales à destination des communes de 4 millions d'Euros pour accompagner leurs acteurs économiques en difficulté.

10 principaux axes d'un plan départemental de relance du tourisme ardéchois ont été retenus au fil des échanges et des propositions ; les actions au service de ces axes seront soumises à validation et engagement des partenaires :

1- Raisonner à partir de 3 scénarii de reprise : fin mai, "très timidement et localement" ; juillet pour des vacances "autrement" et l'automne pour des vacances "malgré tout" .

Ces scenarii peuvent se compléter ou s'annuler au fil du temps et des consignes nationales et locales

2- Accompagner TOUS les acteurs du tourisme dans les démarches de préservation, de sauvetage de leur outil de travail et de maintien de l'activité – une démarche menée de concert avec la Région, la Préfecture, la CCI et les syndicats professionnels.

Actions envisagées ou en cours :

- *Phoning de proximité par chaque partenaire auprès de ses adhérents (OT, syndicat, représentant de filière, ADT) pour prendre le pouls, recueillir les besoins, informer sur les dispositifs, le cas échéant accompagner*
- *Cellule d'information et d'accompagnement individuel des entreprises du tourisme, en particulier sur les dispositifs Etat, région, BPI (pilote CCI)*
- *Création d'une plate-forme d'échange et de veille commune sur l'actualité tourisme liée à la crise et le recensement des dispositifs d'aide*
- *Enquête de conjoncture par téléphone en sortie de confinement auprès d'un échantillon de 150 professionnels ardéchois (partenariat CRT). A compléter le cas échéant par un dispositif d'enquête complémentaire à l'échelle des EPCI*
- *Recensement et valorisation de l'offre départementale de commerces et de services ouverts (plateformes consulaires, ...)*

3 - Etablir en continu un état des lieux le plus complet possible de l'offre disponible en sortie de confinement et tout au long de la saison – 3 000 professionnels devraient être contactés pour

cet état des lieux menés en partenariat avec les offices de tourisme, les représentations professionnelles et la CCI.

Actions envisagées ou en cours :

- *Définition "qui questionne qui ?"*
- *Recensements des réponses dans Apidae : adaptation de l'outil Apidae à la qualification de nouveaux critères et de nouvelles offres liés à la crise et accompagnement des OT sur ces nouvelles procédures de collecte de l'information*
- *Sensibilisation aux outils @rdeche resa et @rdeche en direct*
- *Création du support grand public pour avoir accès tous ensemble aux mêmes infos les plus complètes possibles*

(coordination ADT)

4- S'appuyer fortement sur les protocoles sanitaires élaborés par les différentes branches professionnelles et en faire la meilleure communication pour garantir un haut niveau de rassurance aux visiteurs.

Actions envisagées ou en cours :

- *Recenser et partager les protocoles et chartes mis en place par filière (cf plate-forme de veille commune ci-dessus)*
- *Elaborer des supports d'accompagnement (tutos, formation en ligne...) pour les filières non couvertes par des chartes et protocoles nationaux (NB : possibilité de s'adosser à un accompagnement DDCSPP pour les sites de visite et prestataires de loisirs)*
- *Mettre en place un recensement des circuits d'approvisionnement et le cas échéant une logistique d'approvisionnement (type commande groupée) de kits sanitaires et autres équipements à destination des professionnels (coordination consulaire ?)*

5- Activer une cellule marketing départementale impliquant plusieurs structures pour la mobilisation et la valorisation d'une offre Ardèche singulière et en phase avec les nouvelles attentes suscitées par la crise ; offre diffusable à l'unisson par la totalité des acteurs du tourisme.

Actions envisagées ou en cours :

- *Recenser les personnes volontaires (coordination ADT)*
- *Définir ensemble les ambitions de cette cellule départementale (définitions des publics ciblés, kit de comm pour les pros, messages grand public rassurant, motivant en plusieurs langues, supports à créer et à partager, messages pour les Ardéchois)*
- *Evaluer la faisabilité de l'offre "surclassement"*
- *Fournir à chacun des membres du groupe une feuille de route et des interlocuteurs dédiés*

6- Disposer 7 jours/7 d'une plate-forme unique d'informations (de type Chat) pour les multiples questions que se posent nos visiteurs – Action à mener essentiellement avec les offices de tourisme.

Actions envisagées :

- *Voir avec les OT du Rhône aux Gorges de l'Ardèche et Ardèche Buissonnière les outils utilisés*
- *Imaginer l'extension de ces outils au niveau de l'Ardèche*

- *Partager les plannings de permanence*

7- Engager un process de sensibilisation et formation d'un maximum de professionnels pour une adaptation aux exigences des clients en post confinement et pour suivre leur e-réputation.

Actions envisagées ou en cours :

- *Mise en place d'un outil de suivi de la E-reputation des professionnels à l'échelle de la destination et le décliner par territoire OT. Objectif : disposer d'outils d'alerte des avis clients en particulier pour ce qui touche au volet sanitaire. Monitoring d'un minimum de 1.500 professionnels. Mise à disposition de l'outil à l'échelle des territoires OT*
- *Mise en place de modules d'accompagnement / sensibilisation sur les thématiques du sanitaire et du marketing liés à la crise (adaptation de l'offre, relation client...)*

8- Maintenir un lien fort, affinitaire et solidaire avec les Ardéchois et l'ensemble des clientèles de proximité : festival en ligne, actions de promotion, catalogue d'offres de vacances sur toute l'Ardèche, envoi de news ciblées et personnalisées. Projets à mener avec l'ensemble des acteurs du tourisme.

Actions envisagées ou à venir :

- *Maintien autant que possible des actions prévues sous réserve de confirmation des engagements des partenaires inscrits (Affichage Paris support du magazine (septembre), Marché Autrement de Lyon (14 et 15 juin ?), Street Marketing de Grenoble (juin/juillet ?), affichage Métro Bellecour (juillet), Evènement Blogueurs (Septembre), Salon des blogueurs (oct), Workshop pour comités d'entreprise avec ANCV et sites de visite (octobre), conférence de presse de Lyon (à programmer ou en visio), émission spéciale Ardèche Autoroute Info (juin))*
- *Festival en ligne, peu avant le déconfinement...Une ode à tous les professionnels qui se sont mobilisés pendant le confinement en proposant des live, des concerts, des conférences, des tutos...Sélection à faire à partir des infos récupérées auprès des OT et des pros*
- *Mise en page d'un catalogue d'offres de vacances d'été et d'automne : offres sécurisées, surclassées, personnalisées + plan de comm dédié, en particulier sur les réseaux sociaux et par de l'encartage média*
- *Campagne de notoriété et image sur un public de proximité (probablement conjointe avec le Département)*
- *Participation probable à la démarche 'repos des héros'*
- *Campagne d'incitation des Ardéchois à soutenir LEUR Ardèche tout en la (re)découvrant (lien possible avec le réseau 'Emerveillés par l'Ardèche')*
- *Campagnes e-mailings très ciblées et mutualisées voire enrichies avec les partenaires ou des départements voisins (fichier d'Ardéchois suite au forum du Pouzin, fichier des 30.000 signatures UNESCO, fichier des OT, Ardéchois de Paris, etc...)*

9- Se rapprocher des touristes qui devaient être là pendant le confinement et remercier tous ceux qui ont maintenu leur réservation : Envoi du magazine 'Emerveillés par l'Ardèche', prise de parole collective et rassurante envers les touristes. Projets à mener essentiellement avec les hébergeurs et les sites de visites.

Actions envisagées :

- *Envoi par routage collectif du magazine Emmerveillés par l'Ardèche à ceux qui n'ont pas pu venir pendant le confinement (en lien avec les hébergeurs)*
- *Campagnes e-mailing pour remercier et rassurer tous les clients qui n'ont pas annulé leurs vacances : prises de parole collectives et rassurantes envers les touristes qui pourront être relayées par les pros*

10- Profiter de cette situation hors du commun pour en tirer quelques enseignements sur la transition vers un tourisme plus durable, plus solidaire, plus fédérateur et collaboratif.

Actions envisagées ou en cours :

- *Mobilisation du groupe de travail "stratégie environnementale" du plan d'actions partagé*
- *Relais des actions du Département*
- *Evolution des modes de travail collaboratifs entre les partenaires*

Quelques interventions en direct (liste non exhaustive) :

Daniel Rixte – Montagne ardéchoise : rassurer les ardéchois dans la manière d'accueillir dans les mois qui viennent afin de ne pas rajouter d'anxiété aux habitants dans cette période déjà très troublée

Dimitri Brun – ALP prépare d'ores et déjà les "nouvelles" visites et proposerait d'activer le pass comme relance des visites de sites touristiques

Les Gîtes de France - Difficulté pour les chambres d'hôtes d'ouvrir, travail sur une charte sanitaire tout comme la fédé des campings

OT Aubenas Vals - Mise en place d'un outil pour les restaurateurs, qui pourrait être, après les premiers tests, étendu au département. Proposition identique de l'OT du Rhône aux gorges concernant un Chat en ligne

OT Pont d'Arc - Alerte sur la nécessité d'avoir de l'offre pérenne afin d'être présent sur la longueur et sur l'année. Axer la comm tout particulièrement sur les garanties sanitaires qui seront une demande très importante de la clientèle

OT Cévennes d'Ardèche - Incitation à mutualiser nos forces et à utiliser les outils collaboratifs habituels (Apidae par exemple)

OT Val d'Ay - Perte de CA sur les groupes et en particulier les mariages ou encore par rapport à l'annulation de l'Ardéchoise. Nécessité de travailler ensemble

Alban de Goulaine – Grotte Chauvet 2 sera ouverte dès le déconfinement, les visites seront réinventées, probablement plus autonomes pour éviter l'effet de groupes

La CCI présente une série d'outils et de veille pour accompagner les professionnels. Création entre autres d'une carte départementale pour localiser les commerces ouverts

Le Parc – Incitation à travailler aussi pour le futur, dans le cadre du futur schéma de développement touristique, des nouvelles stratégies de communication et du tourisme de demain

Ludovic Walbaum (chambre d'agriculture) - ne pas négliger l'automne et tous ces événements qui seront encore plus importants que d'habitude

Quelques interventions via le Chat

09:44:42 De BRICHET DOMINIQUE : Comment intégrer dans ce constat l'impact sur l'agritourisme en particulier fermes et centres équestres et fermes auberges fortement impactés dès les fermetures administratives ?

09:45:47 De BRICHET DOMINIQUE : aussi filière viticole et oenotourisme avec arrêt des salons des vins et inquiétudes pour les manifestations printanières et opérations collectives de ferme en ferme....

09:51:45 De Jean-Marc : Certes privilégier la nuitée mais besoin de relancer aussi activités de loisirs, musées etc et c'est facile en actionnant le levier du tourisme affinitaire. Permettra d'allumer un premier moteur de fréquentation...et de chiffre d'affaires

09:52:03 De tboutemy : L'agritourisme aura toute sa place dans le plan de relance que nous avons vocation à bâtir, en lien notamment avec la Chambre d'agriculture bien entendu, mais aussi avec les différentes filières dont celle de la viti-vini s'agissant de l'oenotourisme.

09:52:43 De Jean-Marc : Plusieurs campings Centre Ardèche envisagent en effet de ne pas ouvrir.

09:57:46 De Philippe : Il faut aussi penser à l'Artisanat de proximité, les Professionnels des Métiers d'Art

10:02:54 De Veronique : effectivement beaucoup de gestionnaire font leur compte et minimisent les pertes financières du coup envisagent de ne pas ouvrir concerne le sud le nord petits et grands campings

10:04:19 De tboutemy : Bien entendu Philippe. La découverte des ateliers des PMA et au-delà, de leurs créations dans les différents espaces dédiés, nous semble avoir pleinement sa place dans le package des activités que nous pourrions proposer à nos clientèles. Une optimisation de la visibilité des créations dans les sites de visite, dès lors que ces derniers auront pu reprendre leur activité, ou encore la "réactivation" de la Route des Métiers d'Art, peuvent notamment faire partie des perspectives sur lesquelles nous pourrions travailler collectivement

10:05:41 De Philippe : Il va falloir accompagner, soutenir, les entreprises dans le temps, mini 1 ans, car, attention à cet hiver !

10:07:34 De Philippe : Pour les Pro de la Création, la perte financière est aussi sur les investissements perdus pour la réservation des salons annulés

10:10:31 De Anne-Sophie Latourre : Nos CommComm lancent des commandes groupées de kits sanitaires

10:14:56 De Dimitri : Sur le volet sanitaire la région CRT indiqué qu'un label "sanitaire" était en cours au niveau national. Avez vous des infos ?

10:15:21 De moulin : Un boucher avait demandé à la chambre d'agriculture de pouvoir apparaître sur la carte de la chambre d'agriculture travaillant beaucoup avec des producteurs, sa demande n'a pu avoir de suite la même carte serait souhaitable côté CCI. Merci

10:15:29 De Jean-Marc : Chez nous c'est l'OT qui met à jour en temps réel liste des commerces ouverts, livraison ou pas etc. (site et réseaux)

10:16:14 De AUDOYER : essayons de regrouper l'info

10:16:32 De moulin : Nous mettons aussi des initiatives sur la page de l'office de tourisme dédié au Coronas Virus. (infos habitants, entreprises,...)

10:18:06 De Anne OT DRAGA : Nous avons mis en place un tchat au début du confinement. C'est chouette mais la difficulté c'est l'immédiateté. il faut être super dispo et super pointu !

10:18:06 De c.bonin : Nous mettons nous aussi au maximum en direct toutes les infos et modifs liées aux adaptations liées au COVID pour nos pros

10:19:23 De Jean-Marc : Tchat aussi mais peu d'activité

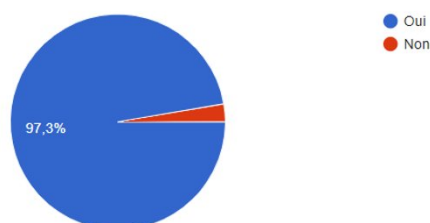
10:19:33 De Anne-Sophie Latourre : Nous n'avons pas de vision sur nos moyens humains et financiers mobilisables....

10:19:39 De Angélique Brioude : Idem pour OT ASV

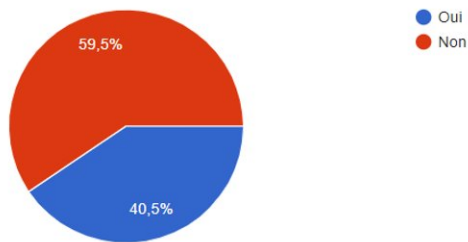
Des échanges qui peuvent se compléter et s'enrichir sur le mail pserole@ardeche-guide.com

Extrait de l'enquête envoyée aux participants en amont de la réunion - 37 répondants

Etes vous disposés à vous engager dans la préparation d'un plan de relance mutualisé de la destination ?



Pensez-vous pouvoir participer à un fonds mutualisé pour la relance ?



Quelles sont pour vous les principales actions opérationnelles à engager en priorité ?

- Valorisation des circuits courts / partenariats locaux (agriculteurs, commerçants, métiers d'art)
- Priorité au marché de proximité, régional
- Capitaliser sur les atouts de la destination : espaces naturels, ressourcement, paysages
- Rassurance sur les aspects sanitaires, diffuser les bonnes pratiques, charte de transparence
- Etat des lieux précis à faire sur la situation économique des pro
- Dispositif d'accompagnement d'urgence pour les entreprises les plus en difficulté
- Alléger la fiscalité des professionnels, transformer les reports de charges en exonérations
- Travailler sur différentes hypothèses, différents scénarii de reprise
- Investir sur l'automne, merveilleux WE prolongés sur l'automne
- Priorité d'actions sur l'offre
- OT = agrégateurs de l'offre au plus près du terrain
- Travailler l'offre d'excursion
- Privilégier une stratégie digitale unique, mutualiser des outils digitaux
- Communication : privilégier les réseaux sociaux
- Campagnes de communication plutôt à l'automne ou en 2021. Embouteillages de communication à prévoir en sortie de confinement
- Nouveaux critères Apidae à créer pour recensement de l'offre
- Valoriser l'offre de découverte individuelle en milieu naturel
- Participer à l'opération nationale « repos des héros »
- Partenariat avec Emergeillés, ALP
- Mobiliser les résidents et résidences secondaires

Avez-vous déjà engagé ou prévu des actions dans l'objectif de relancer l'activité en sortie de crise ?

- Enquêtes auprès des adhérents (OT, syndicats, filières)
- Communication : projets de campagnes FB, promotion dans magazines intrarégionaux, campagnes sur marchés de proximité
- Dispositif spécifique d'information et d'accompagnement des professionnels les plus en difficulté (CCI)
- Mutation de l'OT en Office de Tourisme et des Loisirs
- Site Web dédié à l'expérientiel
- Témoignages Vidéo de visiteurs ayant choisi l'Ardèche
- Charte de transparence de l'information sanitaire et touristique
- Reports d'événementiels à l'automne