



pays **Bourrian**

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Juillet 2011

Un état des lieux et diagnostic réalisés en 2009

Un accompagnement ADEFPAT qui a débuté en mai 2010

Intervenante : Anne Rostand Coutouly

Un groupe de travail composé d'élus, de professionnels, d'acteurs du territoire, membres du Conseil de développement, qui a travaillé de mai 2010 à mars 2011

« Définir collectivement les priorités pour le développement touristique du Pays bourian »

- **Diagnostic (potentiels, acquis, faiblesses, manques)**
- **Analyse des clientèles**
- **Prise en compte des politiques départementales**
- **Définition des priorités d'actions (cibles et axes)**
- **Définition par thématique des clientèles, objectifs et actions**
- **Communication et commercialisation**
- **Organisation touristique locale**

Situation, accès



Situation carrefour entre Rocamadour, Sarlat, Cahors
Proximité de capitales régionales : Toulouse, Limoges, Bordeaux
Proximité du nouvel aéroport de Cressensac



Sortie de l'A20 à 20 km
Accès ferroviaire limité

Environnement, patrimoine



Pays vert, forte présence de la forêt
Des sites naturels préservés : ENS, ZNIEFF...
Un patrimoine bâti riche : églises, châteaux, art baroque...
Un bel habitat traditionnel et des villages typiques bien entretenus



Identité propre du territoire peu valorisée et connue
Fermeture des paysages
Certains monuments peu accessibles, du petit patrimoine à restaurer
Risque de banalisation du paysage avec des constructions neuves

Hébergements, restauration



Un parc de gîtes et meublés important

Un développement de l'hôtellerie de plein air avec une concentration sur Haute Bouriane

Un développement des gîtes d'étape sur le GR 652

Une offre en restauration nombreuse et variée, une Bonne Table



Des locations non déclarées, une information sur l'offre incomplète

Manque de structures hôtelières pour l'accueil de groupes et absence de structures pour les enfants

Une restauration de qualité très inégale, des horaires de service restreints, manque d'implication dans le développement touristique

Sites, lieux de visite



2 sites les plus attractifs (Grottes de Cougnac, Musée Zadkine)

Un nouveau site La maison du patrimoine à Fajoles

Petits musées, églises, producteurs fermiers, artisans d'art



Peu de sites et pas de grand site à forte notoriété

Les activités de pleine nature

Réseau dense de sentiers, le GR652, un topoguide Pays bourian
+ Potentiel de développement autour des 8 plans d'eau
3 sites d'escalade, 6 centres équestres
Une véloroute, un guide cyclo pays de 6 circuits

Problème de balisage et d'entretien

Des éditions par Com com hétérogènes

■ Qualité et aménagement des plans d'eau à revoir

Pas de professionnel offrant des prestations en escalade

Peu d'activités en direction des adolescents

Pas de jonction du parcours cyclable avec Groléjac

Les animations et manifestations

- + Beaucoup de petites manifestations, fêtes, réseau d'associations dense
Quelques évènements bénéficiant d'une forte notoriété : festival de Gindou
- Mais manque de communication globale
Un secteur fragile, qui s'appuie essentiellement sur le bénévolat

La communication

- + Des éditions thématiques à l'échelle du pays
Participation des OT aux micro-salons avec l'ADT, Gourdon présent sur le salon de Barcelone avec les documents pays
- Faible notoriété du Pays bourian
Charte graphique non homogénéisée, des sites internet pas mutualisés
Pays bourian peu présent dans la communication départementale

Les tendances du marché touristique

Tendance à l'éco-tourisme

Demande d'activités gratuites

Demande de produits locaux

Intérêt pour la découverte des savoir-faire

Recherche de rencontre avec la population locale

Forte demande d'une clientèle familiale

Afflux de nouveaux retraités dans le Lot

Importance des résidences secondaires

Croissance du marché camping-caristes

Contexte de crise, baisse du pouvoir d'achat

Forte demande d'accès à internet et téléphonie mobile : territoire pas encore suffisamment équipé

Pas d'offre adaptée pour les enfants ou adolescents

Contexte de concurrence internationale

La clientèle touristique du Pays bourian

42% en hébergements non marchands – en hébergements marchands
principalement locations saisonnières

Séjours longs (10 jours)

Clientèle très fidélisée

Activités : activités de plein air, découverte, détente

Points forts du territoire : le patrimoine, la qualité de vie, l'environnement naturel

Clientèle familiale (40%) et couples (36%)

Moyenne d'âge : 48 ans

Origines : Sud ouest, Ile de France, Grande Bretagne

Points à améliorer : développement des manifestations, animations, l'information

En résumé...

Un territoire avec de nombreux attraits, mais qui restent trop confidentiels, et qu'il faut organiser et valoriser

Un territoire qui bénéficie d'un positionnement stratégique mais mal identifié et qui souffre d'un manque de notoriété

Enjeux :

- **Avoir un développement touristique maîtrisé, le maintenir à une échelle humaine afin de défendre la qualité de vie des populations locales**
- **Proposer un développement touristique qui soutienne l'économie locale (activité agricole, artisanale, commerciale), développe l'emploi, valorise le patrimoine naturel et bâti, renforce l'attractivité du territoire et soutienne le développement démographique**

Objectifs généraux

- **Accroître l'activité touristique**
- **Augmenter les flux en recherchant un étalement sur l'année**

Objectifs opérationnels

- **Structurer, densifier et qualifier l'offre autour des atouts du territoire et de ses caractéristiques identitaires**
- **Améliorer l'image et la notoriété du territoire**
- **Renforcer et professionnaliser l'accueil**
- **S'organiser et mettre en œuvre les moyens nécessaires à la conduite du projet**

Clientèles ciblées :

**Clientèle diversifiée : plutôt de proximité,
les familles**

**Centres d'intérêt : la nature,
l'environnement, le patrimoine**

Positionnement :

La simplicité

L'authenticité

La localisation : proximité des grands sites

L'offre de qualité

3 axes de développement thématiques

- Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement
- Favoriser et organiser la découverte des savoir-faire et des produits locaux
- Développer un tourisme culturel

2 axes transversaux

- Qualifier et développer l'offre en hébergement, restauration et services
- Mettre en œuvre une politique de communication et de promotion du territoire

Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement

- Développer et organiser l'offre en randonnées pédestres
- Organiser et valoriser l'offre cyclo
- Développer les activités autour des plans d'eau
- Diversifier l'offre en activités de pleine nature
- Proposer un programme d'animations autour de la faune, de la flore et du patrimoine

Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement

- **Développer et organiser l'offre en randonnées pédestres**
 - Relier les boucles existantes pour créer un circuit de pays
 - Créer un produit de randonnée itinérant (séjour de 2 à 5 jours)
 - Qualifier et thématiser les itinéraires (patrimoine, flore, activités...)
 - Harmoniser les éditions et leur diffusion (téléchargement)
 - Edition d'une carte répertoriant tous les circuits

Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement

- **Organiser et valoriser l'offre cyclo**
 - Valoriser le parcours cyclable (équipements) et développer la liaison avec Sarlat
 - Créer un circuit Pays/Parc

- **Développer les activités autour des plans d'eau (baignade, pêche, loisirs)**
 - Améliorer la qualité de l'eau
 - Réaliser des aménagements et équipements de loisirs
 - Renforcer la communication (réactualisation documents, panneaux...)

Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement

- **Organiser les autres activités de pleine nature**

- Développer les activités en direction des touristes (escalade, tir à l'arc...)

Structurer une offre autour des activités de pleine nature et de l'environnement

- **Proposer un programme d'animations autour de la faune, de la flore et du patrimoine**
 - Développer les animations autour du Chemin de St Jacques de Compostelle
 - Renforcer les animations sur les ENS
 - Favoriser la découverte de la forêt bouriane
 - Organiser des randonnées découverte thématiques
 - Aménager des sentiers d'interprétation

Favoriser et organiser la découverte des savoir-faire et des produits locaux

- **Faire découvrir les produits agricoles et gastronomiques**
- **Aller à la rencontre des artisans**
- **Faire découvrir les savoir-faire traditionnels**
- **Développer des produits autour des savoir-faire innovants**

Favoriser et organiser la découverte des savoir-faire et des produits locaux

▪ Faire découvrir les produits agricoles et gastronomiques

- Développer l'accueil à la ferme (visites, vente, cueillette, dégustation, repas, stages, ateliers...)
- Faire de la châtaigne un produit emblématique de la Bouriane
- Valoriser les produits locaux de qualité qui présentent une originalité, une spécificité (vin paillé, légumes d'antan...)
- Créer un magasin de producteurs et des lieux vitrines

Favoriser et organiser la découverte des savoir-faire et des produits locaux

- **Aller à la rencontre des artisans**
 - Créer et animer un réseau d'artisans, artisans d'art
 - Organiser l'offre de stages
 - Organiser des journées portes ouvertes d'ateliers
 - Créer un salon de l'artisanat
 - Mettre en place des marchés d'artisanat local (avec une charte)
 - Créer une boutique de l'artisanat (à mettre en lien avec boutique des producteurs)
 - Réinvestir la rue du Majou à Gourdon

Favoriser et organiser la découverte des savoir-faire et des produits locaux

▪ Faire découvrir les savoir-faire traditionnels

- Organiser des projections du film de collecte de la mémoire sur les métiers
- Créer une base de données sur le sujet et la rendre accessible
- Organiser un éco-musée éclaté sur cette thématique : développer dans les communes des outils de médiation

▪ Développer des produits autour des savoir-faire innovants

- Développer une offre touristique autour de l'éco-construction (éco-pôle, maisons bourianes...)

Développer un tourisme culturel

- **Proposer des activités artistiques**
- **Valoriser et faire découvrir le patrimoine**
- **Valoriser les manifestations du territoire**

Développer un tourisme culturel

- **Proposer des activités artistiques**
 - Recenser l'offre existante (stages, ateliers)
 - Accompagner les acteurs
 - Construire un programme multidisciplinaire

- **Valoriser et faire découvrir le patrimoine**
 - Développer des circuits découverte thématiques (le médiéval, l'art baroque, l'art roman, l'archéologie et paléontologie...)
 - Proposer un programme de visites guidées
 - Equiper les villages de panneaux d'information sur le patrimoine

- **Valoriser les manifestations du territoire**
 - Créer un agenda des manifestations

Qualifier et développer l'offre en hébergements et restauration

- Pallier au manque de structures hôtelières pour l'accueil de groupes étudier les possibilités de réouverture du Centre des Cordeliers
- Travailler avec les hébergeurs sur la construction de produits courts et longs séjours à partir des thématiques développées
- Animer un réseau d'hébergeurs et restaurateurs pour travailler sur l'accueil (politique de prix attractive en hors saison, menus spécifiques produits locaux...)
- Développer les formules étapes pour les itinérants, de type gîtes d'étapes, sur l'itinéraire Saint Jacques

Mettre en œuvre une politique de communication et de promotion du territoire

Les cibles

En interne : prioritaire

Les touristes présents sur le territoire, pour les faire consommer sur place et les fidéliser

Les locaux, qui accueillent chez eux, pour qu'ils soient des relais d'information et ambassadeurs du territoire

En externe :

Les touristes à proximité (prioritairement clientèle individuelle), pour les attirer, plus particulièrement sur le hors saison

Thématique de communication

Message général

Plusieurs hypothèses :

Entre Sarlat et Rocamadour, le pays tranquille, le contraste avec les flux importants de ces sites majeurs : les avantages sans les inconvénients, ...

La simplicité du patrimoine

Les manifestations phares : Cinéma de Gindou, médiévales, etc

Mais aussi les fêtes votives « *une fête dans chaque village : multiplicité, diversité des thèmes, ...* » ; mettre en avant le caractère vivant du territoire

Thématique de communication

Des messages et des créneaux très spécifiques

actions de communication ciblées, type mailing :

- Festival de cinéma de Gindou : cinéclubs, associations culturelles, MJC, etc...
- Poterie à Uzech : associations culturelles
- Les Arques : idem
- Chemin de Saint Jacques : associations jacquaires, clubs de marche
- La paléontologie (site du Piage et réseau de sites) : associations spécialisées, amateurs éclairés, professionnels, ...

Les actions et moyens

Editions : à homogénéiser avec charte graphique

Site internet

- Développer les liens entre les sites institutionnels et professionnels
- Développer un site portail, avec centralisation des disponibilités et réservation en ligne
- Référencement du site portail sur certains mots clefs spécifiques

Salons, micromarchés

- Organisation d'une opération sur le site de l'aéroport de Brive, et/ou gares du département, aire d'autoroute Jardin des Causses
- Office de tourisme ambulant

Autres outils et actions

- Constitution d'une base de données photos, réalisation d'un clip vidéo
- Elaboration d'un set de table pour les restaurants
- Elaboration d'un dossier de presse et organisation d'un accueil presse

Les collaborations à renforcer

Salons à maintenir avec l'ADT (Toulouse, Barcelone, Bordeaux à confirmer)

Diffusion d'une newsletter du réseau des offices auprès des professionnels et partenaires

Organisation d'une journée d'information pour les hébergeurs pour les mobiliser et faire en sorte qu'ils soient de bons relais de la communication

Fournir aux producteurs un kit présentoir utilisable sur les marchés et foires

Structurer et renforcer l'organisation touristique locale

- Mobilisation des moyens nécessaires pour la mise en œuvre du projet : humains, financiers
- L'organisation interne : l'évolution du réseau des OT, aller plus loin dans l'organisation, la répartition et la mutualisation des compétences à l'échelle du territoire
- Renforcer les partenariats

PREMIÈRE SÉLECTION DES ACTIONS PRIORITAIRES À ENGAGER

- Mise en place d'une organisation touristique et d'une gouvernance locale optimisée par rapport au fonctionnement actuel du réseau des OT
- Choix d'une action concrète à développer à partir des outils départementaux ; par exemple la carte ambassadeurs
- Elaboration d'un produit de séjour spécifique de découverte du Pays bourian
- Elaboration d'un message de communication valorisant l'identité territoriale, et traduction concrète dans un premier outil de communication