

GUIDE MÉTHODOLOGIQUE ÉLABORATION DU DIAGNOSTIC

Appel à projets
« STRUCTURATION
TOURISTIQUE DES
TERRITOIRES
AQUITAINS »



RÉGION
AQUITAINE

Direction
Tourisme

Ce guide méthodologique constitue une aide à l'élaboration du diagnostic du territoire, élément indispensable à la constitution du dossier de candidature.

Il a aussi pour objet de délivrer, à la Commission Tourisme, les clés de lecture du territoire qui permettront d'apprécier notamment la pertinence de la candidature en terme de périmètre (offre touristique, bassin d'emploi, organisation, etc.), la présence d'un réseau de prestataires étoffé, sa capacité à s'organiser et à porter des actions collectives (professionnalisation, numérique, observation, accueil, qualité, etc.).

1.1 LE POIDS ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DU TOURISME

- ✓ Le tissu économique du territoire : État des lieux du tissu existant (secteur industriel, primaire et tertiaire) ; principaux employeurs ; historique de développement des filières.
- ✓ Poids du tourisme sur le territoire : Entreprises/prestataires, emplois (permanents, saisonniers, touristiques), commerçants, restauration...

Synthèse : Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces (AFOM) et enjeux du 1.1.

Données : INSEE, Pôle Emploi, emploi saisonnier (étude Région Aquitaine-INSEE), emploi étude Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, études locales (SCOT/PLU, Opération Urbaine Collective, observatoires, Missions Locales....).

1.2 L'ÉTAT DES LIEUX DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- ✓ Les filières majeures du territoire : Historique, caractéristiques, avenir de(s) la filière(s) (en déclin, à maintenir, à conforter).
- ✓ Les filières différenciantes (à citer).

Illustration : Les filières identifiées en Aquitaine dans [l'étude prospective Tourisme 2020-2040](#).

- ✓ Les équipements touristiques structurants : Nature des équipements, statut juridique, tarification, mode de gestion et modalités de fonctionnement, nombre de visiteurs, typologie de la clientèle, évolution du chiffre d'affaires, équipements projetés.
- ✓ Les hébergements touristiques : Nombre de structures, répartition hébergements marchands/non marchands, nombre de lits touristiques (hôtels, résidences de tourisme, hébergement de plein air, villages de vacances, locations saisonnières), taux d'occupation, localisation par ensemble territoriaux homogènes, classement/labels, stratégie du territoire en matière d'hébergements touristiques (orientations SCOT/PLU sur l'habitation permanente et le locatif touristique, stratégie pour attirer de nouveaux investisseurs, lien avec la filière,...).

Synthèse : Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces (AFOM) et enjeux du 1.2.

Données : INSEE, Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, Comités Départementaux de Tourisme, données locales.

1.3 L'ÉTAT DES LIEUX DE LA DEMANDE

- ✓ La typologie et la segmentation de la clientèle : Origine (français/étrangers, excursionnistes, proximité, etc.), composition (séniors, groupe, famille, individuels,...), répartition par CSP, motivation du séjour.

- ✓ La fréquentation des hébergements, des principaux sites de visites et lieux d'accueil.

Synthèse : Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces (AFOM) et enjeux du 1.3.

Données : Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, Comités Départementaux de Tourisme, locales.

1.4 LE POSITIONNEMENT TOURISTIQUE ACTUEL DU TERRITOIRE

- ✓ Cibles de clientèles et marchés prioritaires et secondaires du territoire, produits proposés, méthode de partage du positionnement avec les professionnels.
- ✓ Positionnement du territoire vis-à-vis de territoires voisins ou concurrents.
- ✓ La stratégie numérique du territoire.

Boîte à outils : <http://bit.ly/RIT-strategienumerique>

1.5 L'ORGANISATION TOURISTIQUE

- ✓ Les compétences de la (les) EPCI, le(s) statut(s) juridique(s) de(s) OT, l'organisation des OT.
Rappel : Compétence Tourisme obligatoire du (des) EPCI, présence d'un Office de Tourisme catégorie II.
Boîte à outils : <http://bit.ly/RIT-Sadi>
- ✓ Les ressources humaines (nombre, missions, temps de travail générés par l'ingénierie touristique du territoire, compétences dédiées de type ANT, qualicien,...) et financières mobilisées pour le tourisme : nombre de personnes, taxes de séjours, gestion d'équipements,...
- ✓ Les démarches collectives de labellisation existantes, les actions de professionnalisation engagées (PLF/PLFI, GPEC,...) ainsi que les actions communes.

Boîte à outils : <http://bit.ly/RIT-pro-qualite>

1.6 LA STRATÉGIE TOURISTIQUE PRÉVISIONNELLE DU TERRITOIRE

- ✓ Le positionnement recherché pour le territoire sur les prochaines années : cibles de clientèles et marchés prioritaires et secondaires.
- ✓ Les objectifs stratégiques et les pistes d'actions sur les filières et l'offre (équipements, hébergements), sur l'organisation.

1.7 LES ÉLÉMENTS COMPLÉMENTAIRES

- ✓ Présentation d'éléments cartographiques : localisation, réseaux,...
- ✓ Présentation d'indicateurs d'évaluation, principalement sur les thèmes privilégiés dans l'appel à projet : Professionnalisation, numérique, observatoire, accueil, moyens financiers.

PARTENAIRES ASSOCIÉS

