

SCHEMA REGIONAL DE
DEVELOPPEMENT DU TOURISME
ET DES LOISIRS (S.R.D.T.L.)
2020 - 2025



Œuvrer pour le bien commun et la cohésion sociale sont deux principes fondamentaux de l'action publique. Or, la complexification de l'échiquier organisationnel et réglementaire peut conduire à brouiller la perception de l'effort public, voire à limiter son efficacité. Nos concitoyens, les Bretonnes et les Bretons, attendent à bon droit de la Région comme des autres acteurs publics, qu'elle défende l'intérêt général et apporte des réponses qui fassent sens, par des actions concrètes et opérationnelles.

Dans le champ particulier du tourisme, force est de constater que le défi est de taille. En effet, le récent cadre législatif a maintenu le caractère partagé de cette compétence entre tous les niveaux de collectivités, quand l'Etat, lui, supprimait concomitamment ses services déconcentrés en région.

Ainsi, le paysage institutionnel et opérationnel découlant de la Loi NOTRe s'appréhendait en une multitude d'acteurs publics (Communes classées, E.P.C.I., Départements, Région...) et d'opérateurs (Offices du tourisme, Comités départementaux du tourisme / Agences de développement touristique, Comité régional du tourisme) sans chef de filât désigné, mais plus troublant encore, par une multitude et grande hétérogénéité de définitions du secteur, de problématiques, de stratégies, de mailles d'intervention, de dispositifs d'actions, achevant de brouiller les lignes de ce secteur pourtant essentiel de nos économies et fort d'un important potentiel de développement humain.

C'est pourquoi en Bretagne, dès l'adoption de la Loi NOTRe, il a été convenu par les collectivités de rechercher à construire un modèle breton de développement touristique. Un modèle qui soit porteur de sens et pragmatique. Un modèle qui pense la juste valeur-ajoutée de l'action publique, aux côtés de l'action privée, qui privilégie la sobriété et la simplicité des dispositifs d'intervention centrés sur l'utilisateur, le visiteur, et qui instaure un dialogue fécond et responsabilisant avec les territoires.

Le tourisme doit être perçu à sa juste valeur, loin de toute caricature. L'action touristique recouvre en effet un périmètre très large d'enjeux et de compétences : économie, aménagement, mobilités, culture, emploi et formation, ... sans compter les richesses spécifiques à la Bretagne : le patrimoine naturel et les paysages, la culture et les patrimoines, la mer, les canaux, etc.

Son poids économique est essentiel pour la Bretagne : 8,1 % du PIB. Et s'il est vecteur d'attractivité et de rayonnement, il est aussi une pratique culturelle aux dimensions sociétales et humanistes.

La crise sanitaire que nous traversons et dont l'économie touristique subit les conséquences dramatiques, nous conforte dans notre ambition de faire du tourisme en Bretagne, un levier de développement responsable, d'ouverture, d'innovation.

Le changement de paradigme engagé collectivement dès le 16 décembre 2016, date de la 1^{ère} Conférence territoriale de l'action publique (C.T.A.P.) bretonne dédiée au tourisme, a posé les bases de notre démarche. Un objectif commun à l'ensemble des collectivités bretonnes a été acté ce jour-là : aller au-delà de ce qu'impose la Loi NOTRe et passer en Bretagne **d'une compétence partagée à une compétence coordonnée** en matière de tourisme. Cette coordination doit être garante d'une réactivité et d'une agilité de l'organisation bretonne. Elle a d'ores-et-déjà fait la preuve de son efficacité ces derniers mois auprès des entreprises et associations.

Ainsi, pendant plus de trois années, le Conseil régional de Bretagne, en continuant d'accompagner les territoires et les porteurs de projets touristiques, a conduit une démarche exigeante de co-construction d'un modèle breton de développement touristique.

Concrètement, ont été animés diverses instances et groupes de travail et ce, en lien avec les Départements, les EPCI, les stations touristiques, et leurs opérateurs, mais également avec le concours des représentants des filières privées et associatives. Ce travail de longue haleine a permis de consolider les liens qui nous unissent et de définir collectivement des référentiels communs.

Il s'agissait de se doter d'une vision commune du tourisme.



**LOÏG CHESNAÏS
GIRARD**
Président du Conseil
régional de Bretagne

Le Conseil régional, fort de ces travaux collectifs, a adopté sa propre stratégie touristique régionale en février 2018. Celle-ci fait la part belle à une méthode de travail collaborative afin de mieux articuler son action avec l'ensemble des acteurs publics et privés, mais aussi de mieux coordonner les politiques touristiques des différents échelons territoriaux et les moyens consacrés. Il s'agit de faire valoir l'exemplarité de l'action publique en faveur d'un objectif commun : accroître l'efficacité et la performance de l'économie touristique bretonne.

Les territoires ont adhéré massivement à la démarche proposée par le Conseil régional, et se sont également organisés pour définir, au lendemain de la Loi NOTRe, leurs stratégies touristiques. Ce travail a été mené certes au sein de leurs nouveaux territoires de compétence mais également au-delà de ces périmètres administratifs dans une approche innovante et pragmatique : les Destinations touristiques. Cette approche, coordonnée régionalement, vise à permettre la collaboration publique et publique-privée autour de grands projets partagés en plaçant l'utilisateur qu'est le visiteur au cœur du processus de développement et en aboutissant à l'émergence des stratégies intégrées de développement touristique des 10 territoires de projets : les Destinations touristiques de Bretagne.

Aujourd'hui, de par la Loi, la Région se doit d'adopter un Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs afin de « *fixer les modalités et les conditions de mise en œuvre des objectifs ainsi définis par le plan régional, notamment en matière de financement* ». Le Conseil régional ne souhaite pas répondre à cette obligation d'une façon technique et sans dialogue avec les acteurs de la sphère touristique. Il souhaite tout au contraire se servir de cet outil pour poursuivre le travail collectif des collectivités bretonnes : coordonner une vision ambitieuse du développement de la Bretagne. Pour cela, il s'agit de se nourrir bien évidemment de l'ensemble des démarches régionales et territoriales, mais aussi de fixer l'ambition bretonne en matière de tourisme, la trajectoire partagée, les valeurs communes à diffuser...

Le développement touristique breton visé se veut être performant, contributeur d'un projet territorial ambitieux pour la Bretagne en déclinaison des objectifs de sobriété, solidarité et proximité portés par la Breizh COP.

Le schéma entend construire une relation territoriale équilibrée. Il s'agit pour la Région à la fois d'endosser ses responsabilités régionales consistant à définir un cap, une méthode bretonne de travail mais également de permettre la remontée et l'intégration des expertises territoriales. Ainsi, ce schéma capitalise notamment sur les travaux les plus ambitieux des 10 Destinations touristiques de Bretagne pour s'alimenter de leurs visions et prendre en compte toutes les singularités qui font de la Bretagne une Destination si particulière.

Ce nouveau schéma pour le tourisme s'articule autour d'un **positionnement** fort qui exprime la personnalité de la Bretagne : « **Identité et transitions** ».

Il traduit une ambition régionale, celle de s'appuyer sur les valeurs qui fondent la Bretagne pour penser l'avenir, repenser le tourisme et ses formes au lendemain d'une crise qui réinterroge les modèles de développement et de consommation et nous incite à nous inscrire, aujourd'hui plus que jamais, dans les transitions.

Un tourisme qui doit en ce sens être accélérateur du changement et des modèles initiés ces dernières années en Bretagne et nous permettre d'envisager un développement pleinement en phase avec nos valeurs, avec ce que nous voulons pour nos territoires et ses habitants.e.s.

Ce schéma est un schéma de **méthode, d'organisation et d'engagement** derrière des principes : il définit un modèle **organisationnel comme moteur d'innovation et de performance**, et appelle à l'engagement, à la coordination et à la convergence de tous les acteurs touristiques afin d'en optimiser l'efficacité.

Chaque niveau de collectivités peut ainsi, s'il le souhaite, s'engager dans cette action collective, quels que soient ses moyens et son organisation.

L'ambition de notre démarche est de construire une méthode au service de la performance socio-économique du tourisme au long-cour, un schéma vecteur de sécurisation permettant de surmonter et dépasser les problématiques mais aussi d'assurer la relance en période de crise.

Ainsi, **je vous propose un engagement collectif derrière ces grandes orientations car ce n'est que par la fédération de nos moyens humains et financiers, que par la convergence de nos actions et de nos ambitions que nous pourrions accélérer la reprise et envisager à moyen terme le développement d'un tourisme choisi, performant et résolument inscrit dans les transitions.**



**LOÏG CHESNAÏ
GIRARD**
Président du Conseil
régional de Bretagne

UNE AMBITION TOURISTIQUE RENOUVELEE POUR LA BRETAGNE



Partie 1 - Le SRDTL : une ambition, des engagements

/1/ LE TOURISME : UN SECTEUR TRANSVERSAL	P6
/2/ UNE ORGANISATION TERRITORIALE POUR LE TOURISME BRETON	P6
/3/ UN MODELE DE CONSTRUCTION PARTENARIAL PUBLIC PRIVE INTEGRANT L'EXPERTISE DES TERRITOIRES	P7
/4/ LE SRDTL POUR SÉCURISER LA RELANCE ET ASSURER LA PERFORMANCE TOURISTIQUE À LONG TERME	P8
/5/ UN POSITIONNEMENT POUR LE TOURISME BRETON	P8
/6/ LE SRDTL : A LA CROISEE DE LA SRDEII ET DU SRADDET - UN OUTIL AU SERVICE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA BREIZH COP	P9
/7/ UN SRDTL ORGANISE AUTOUR DE 3 TRANSITIONS TOURISTIQUES & 2 NIVEAUX D'ENGAGEMENT	P10
/8/ TRANSITION 1 - PERFORMANCE : DES ENGAGEMENTS A INTEGRER A TOUT PROJET	P11
/9/ TRANSITION 2 - DESTINATION-S D'EXCELLENCE : LES THEMATIQUES PRIORITAIRES POUR DIVERSIFIER / UNIR / AFFIRMER L'OFFRE BRETONNE	P13
/10/ TRANSITION 3 - OUVERTURE : LES DYNAMIQUES VISANT A FAIRE RAYONNER LA BRETAGNE	P14
/11/ LES FEUILLES DE ROUTE REGIONALES, OUTILS DE MISE EN ŒUVRE DES TRANSITIONS 2 & 3	P14
/12/ UN DIALOGUE CONTINU POUR ASSURER LE PILOTAGE DE LA STRATEGIE REGIONALE	P15

Partie 2 - Le SRDTL : pour aller plus loin (en déclinaison technique)

P16

/1/ LE TOURISME : UN SECTEUR TRANSVERSAL

ECONOMIE

AFFAIRES INTERNATIONALES

AGRICULTURE

EMPLOI FORMATION

AMENAGEMENT

ENVIRONNEMENT

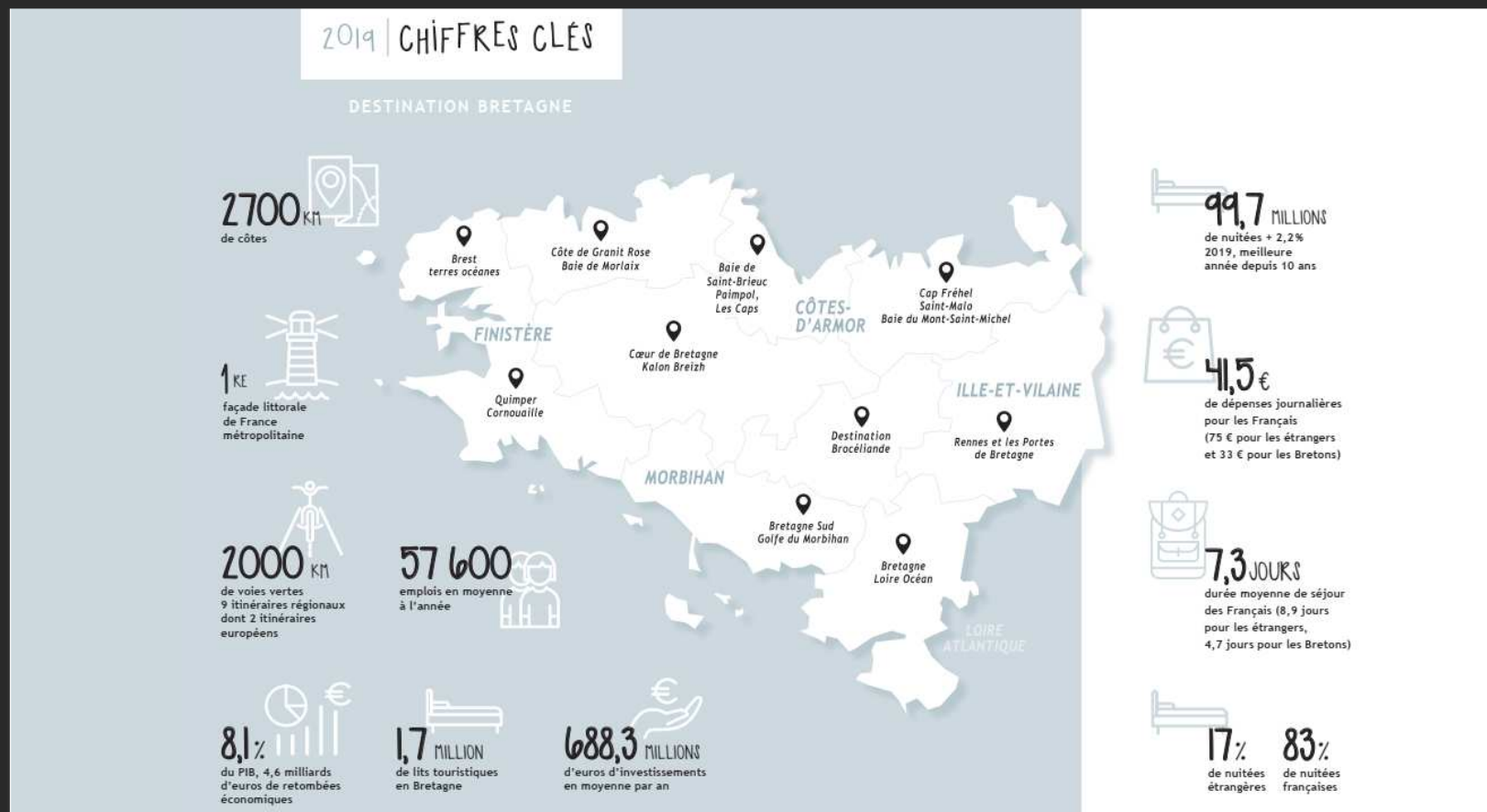
SOCIAL

MOBILITES

MER - PORTS - CANAUX

PATRIMOINE / CULTURE

NUMERIQUE



Le tourisme est, par nature, transversal et ne peut se résumer à lui-même.

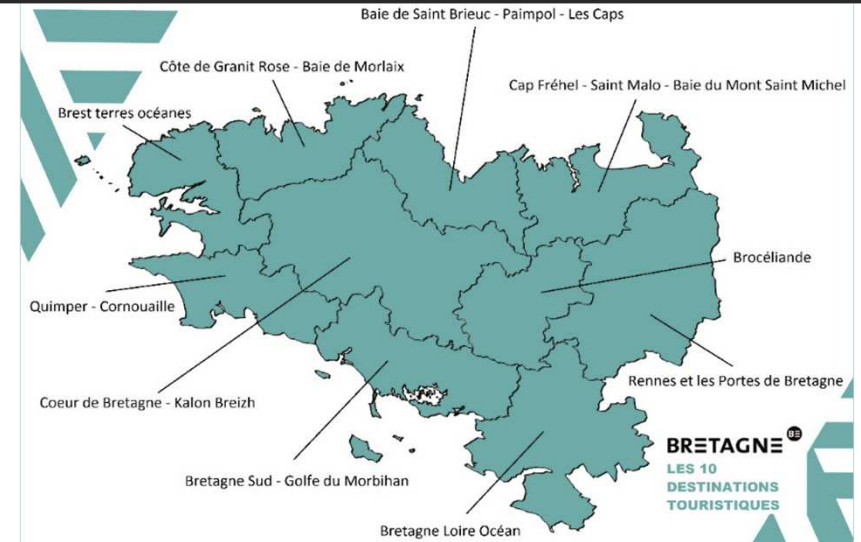
Il est à la croisée des compétences.

- Il impacte autant qu'il peut être impacté par d'autres secteurs
- Il bénéficie des apports des autres secteurs autant qu'il peut être pourvoyeur de solutions aux problématiques territoriales, économiques, sociales, etc.

/2/
UNE ORGANISATION
TERRITORIALE POUR LE
TOURISME BRETON

Le développement touristique ne peut se penser au prisme de mailles administratives mais doit, pour sa performance, être centré sur l'utilisateur, ses modèles de consommation et ses bassins de fréquentation.

En ce sens, les Destinations touristiques sont reconfirmées dans le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs comme les territoires de projets, maille de référence du développement touristique en Bretagne



UN MODELE EQUILIBRE QUI CAPITALISE SUR L'EXPERTISE DES ACTEURS QUI FONT LE TOURISME EN BRETAGNE ET SUR LES STRATEGIES DES 10 DESTINATIONS TOURISTIQUES SOUS COUVERT D'UNE AMBITION REGIONALE

/3/
UN MODELE DE
CONSTRUCTION
PARTENARIAL
PUBLIC PRIVE

INTEGRANT
L'EXPERTISE DES
TERRITOIRES

Le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (S.R.D.T.L.) s'appuie sur :

- Les méthodes et référentiels co-définis avec les acteurs publics et privés depuis 2016 (objectif fixé par la Conférence territoriale de l'action publique le 01/12/2016 : passer d'une compétence touristique partagée à une compétence coordonnée) ;
- La stratégie coordonnée du tourisme breton adoptée par le Conseil régional en février 2018 ;
- Une ambition régionale qui s'inscrit dans la trajectoire de la Breizh Cop et construite à partir du portrait identitaire breton, de l'observation, de la prospective, du benchmark, etc. ;
- L'expertise des territoires, pour être en phase avec la volonté et les stratégies des EPCI représentés au sein des Destinations touristiques : un schéma qui intègre les modèles et engagements les plus vertueux des Destinations touristiques pour en faire des normes régionales.



- CTAP TOURISME
- ATELIERS DU TOURISME
- RENCONTRES DU TOURISME DE BRETAGNE
- CONFERENCE REGIONALE DES ACTEURS PRIVES ET ASSOCIATIFS
- B5 POLITIQUES ET TECHNIQUES
- COMITES DE PILOTAGE DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

SCHEMA REGIONAL DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS 2020 - 2025



LA CRISE COMME ACCELERATEUR DU CHANGEMENT

La Bretagne s'est engagée depuis plusieurs années en faveur des transitions méthodologiques, économiques, sociales, environnementales, climatiques et numériques pour transformer ses modèles à moyen terme :

- À travers la Breizh COP pour sa politique générale ;
- À travers son modèle de construction pour la politique touristique régionale.

La crise sanitaire et ses impacts pour la filière touristique ne fait que confirmer, renforcer et accélérer le besoin de transformer nos modèles de développement.

UN POSITIONNEMENT ENGAGE

A travers son positionnement touristique, la Bretagne s'engage à développer un tourisme qui lui soit propre, un tourisme choisi et non subi, en phase avec ses valeurs, en faveur de ses habitants qui privilégie le « mieux » au « plus ».

Un tourisme qui se fonde sur ce qui fait la Bretagne et résolument tourné vers l'avenir en s'inscrivant dans les transitions afin de transformer les modèles de développement mais également les modèles de consommation.

SENS DU COLLECTIF

ECONOMIQUE

ENVIRONNEMENTALE

IMAGINATION

IDENTITE & TRANSITIONS

CLIMATIQUE

ENGAGEMENT

SOCIALE

OUVERTURE

METHODOLOGIQUE

NUMERIQUE

/4/

LE SRDTL POUR
SÉCURISER LA
RELANCE ET ASSURER
LA PERFORMANCE
TOURISTIQUE À LONG
TERME

/5/

UN POSITIONNEMENT
POUR LE TOURISME
BRETON

16/
LE SRDTL :

A LA CROISEE
DE LA SRDEII
ET DU SRADDET

UN OUTIL AU
SERVICE DE LA
MISE EN ŒUVRE
DE LA BREIZH COP

Contribution du SRDTL aux objectifs



Un objectif spécifique : objectif n°10 « Faire de la Bretagne la région du tourisme durable »

Une contribution à d'autres objectifs du fait de la transversalité du secteur touristique :

Raccorder et connecter la Bretagne au Monde :

- 1. Amplifier le rayonnement de la Bretagne
- 2. Développer des alliances territoriales et assurer la place européenne de la Bretagne

Accélérer notre performance économique par les transitions :

- 8. Faire de la mer un levier de développement pour l'économie et l'emploi
- 11. Faire de la Bretagne la région par excellence de l'agroécologie et du « bien manger »
- 12. Gagner en performance économique par la performance sociale et environnementale des entreprises
- 13. accélérer le déploiement de nouveaux modèles économiques
- 14. Bretagne : région pionnière de l'innovation sociale

Faire vivre une Bretagne des proximités

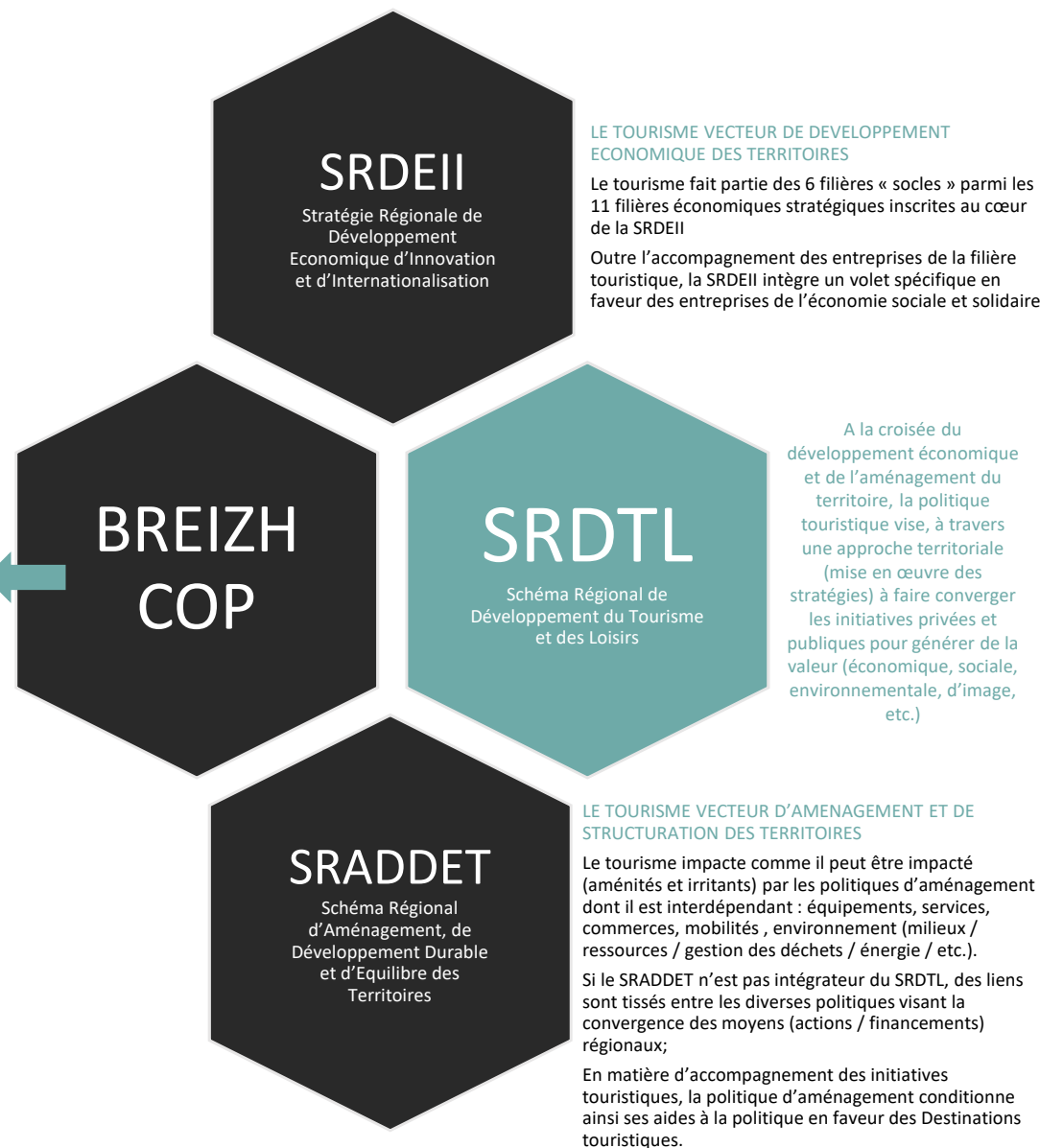
- 15. Mieux intégrer la mobilité dans les projets d'aménagement pour limiter les déplacements contraints
- 16. Améliorer collectivement l'offre de transports publics
- 17. Inventer les nouvelles mobilités de demain pour une réelle proximité d'usages et réduire le parc automobile breton
- 18. Conforter, dynamiser et animer les centralités urbaines, périurbaines et rurales

Une Bretagne de la sobriété

- 22. Déployer en Bretagne une réelle stratégie d'adaptation au changement climatique
- 26. intégrer les enjeux de l'eau dans tous les projets de développement et d'aménagement
- 28. Stopper la banalisation des paysages et de l'urbanisme en Bretagne
- 29. Préserver et reconquérir la biodiversité en intégrant comme une priorité des projets de développement et d'aménagement
- 30. Garantir comme une règle prioritaire l'obligation de rechercher l'évitement des nuisances environnementales avant la réduction puis en dernier lieu la compensation
- 31. Mettre un terme à la consommation d'espaces agricoles et naturels

Une Bretagne unie et solidaire

- 32. Conforter une armature urbaine et territoriale au service d'un double enjeu d'attractivité et de solidarité
- 35. Favoriser l'égalité des chances entre les territoires
- 36. Renouveler l'action publique, sa conception et sa mise en œuvre en réponse aux usages réels de nos concitoyens
- 38. Garantir l'égalité des droits entre les femmes et les hommes



T1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT
... composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

TRANSFORMER

REPENSER LES MODELES DE CONSOMMATION
... un tourisme durable à la bretonne : la promesse d'une Bretagne qui vous transforme

T1

ENGAGEMENT DE PRINCIPE :

Des principes que tout acteur gagne à intégrer pour faire converger les projets à l'ambition partagée (des engagements qui conditionneront l'intervention régionale)

/7/
UN SRDTL
ORGANISE
AUTOUR DE

3
TRANSITIONS
TOURISTIQUES

&

2 NIVEAUX
D'ENGAGEMENT

ENGAGEMENT OPERATIONNEL : VOLONTAIRE / « A LA CARTE »

T2

DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre/mer comme signature de l'offre bretonne

DIVERSIFIER

DIFFERENCIER LA DESTINATION BRETONNE PAR SES DESTINATIONS
Capitaliser sur les singularités, les différences de rythmes, de cultures, d'ambiances, de paysages pour renforcer l'attractivité et la fidélisation

UNIR

RENFORCER LES LIENS ENTRE LES HOMMES, LES TERRITOIRES
Faire des liens humains et territoriaux un vecteur d'immersion « transportant » les visiteurs du réel à l'imaginaire, dans les cultures et entre les territoires

AFFIRMER

FAIRE DE LA MER, DES CANAUX ET DU PATRIMOINE DES LEVIERS DE PERFORMANCE ET DE SINGULARITE
Singulariser, valoriser, innover en tissant des liens entre les acteurs, les patrimoines et l'identité maritime et nautique en Bretagne

T2

T3

ENGAGEMENT OPERATIONNEL VOLONTAIRE A LA CARTE

AUX FEUILLES DE ROUTE THEMATIQUES ET/OU PLANS D' ACTIONS PARTAGES :

Les acteurs peuvent s'engager aux côtés de la Région pour contribuer à mettre en œuvre des thématiques partagées en souscrivant à des feuilles de route qui préciseront l'ambition, l'organisation et l'engagement des moyens de chacun au regard d'un plan d'action spécifique co-construit.

Les acteurs s'engagent en s'inscrivant comme partenaires ou pilotes d'une ou plusieurs actions de la feuille de route.

T3

OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

RAYONNER

ASSURER LA PRESENCE LOCALE, NATIONALE ET INTERNATIONALE DE LA DESTINATION BRETAGNE
Amplifier le rayonnement de la Bretagne : une région ouverte au monde

/8/

TRANSITION

1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

DES
ENGAGEMENTS A
INTEGRER A TOUT
PROJET

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

TRANSFORMER

REPENSER LES MODELES DE CONSOMMATION

... un tourisme durable à la bretonne : la promesse d'une Bretagne qui vous transforme

#1
Coordonner les acteurs du tourisme breton en matière d'observation et de prospective

#2
Faire converger observation, développement et communication

#3
Faire converger identité et innovation

#4
Faire converger les enjeux touristiques avec ceux des populations locales

#5
Faire converger les enjeux de croissance et de solidarité

#6
Faire converger les acteurs autour de thématiques partagées pour sécuriser les politiques touristiques

#7
Faire converger les enjeux de croissance, de performance et d'équilibre territorial

#8
Faire converger les différentes politiques pour optimiser la réponse publique aux enjeux d'une filière transversale

#9
Faire converger les acteurs publics, privés et secteurs d'activité pour accélérer le déploiement de nouveaux modèles socio-économiques

#10
Faire converger les enjeux de croissance et de durabilité

#11
Faire converger les enjeux de développement touristique, de sécurité et de santé

#12
Conforter le tourisme comme levier de développement pour l'économie et l'emploi par la montée en compétences et la formation

#13
Rendre le visiteur « responsable » par l'expérience touristique

#14
Faire du tourisme breton un secteur pionnier de l'innovation sociale

La première transition du SRDTL définit les engagements à intégrer à tout projet qu'il soit régional ou en déclinaison des stratégies des partenaires publics comme privés :

- pour garantir un changement de modèle nécessaire à la sortie de crise et à la relance ;
- au-delà, pour garantir une performance durable à l'action touristique bretonne ;

DES ENGAGEMENTS DE PRINCIPE POUR TRANSFORMER LE TOURISME BRETON

/8/

TRANSITION

1

PERFORMANCE

DES
ENGAGEMENTS A
INTEGRER A TOUT
PROJET

POUR UN TOURISME ANCRÉ DANS LES RÉALITÉS D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN, VOULU ET NON PLUS SUBI

- #1 Fédérer nos observatoires touristiques, territoriaux, économiques et environnementaux pour définir et orienter nos stratégies
- #2 Fonder toute action sur la base de l'observation et de la prospective pour être en phase avec les réalités d'aujourd'hui et de demain

POUR UN TOURISME A LA BRETONNE INTÉGRATEUR DES BRETONS

- #3 Utiliser l'identité, nos identités comme vecteurs de singularité pour lutter contre l'uniformisation de l'offre, nous différencier et innover
- #4 Penser les projets en intégrant l'ensemble du parcours usager en s'assurant que les habitants en soient les premiers bénéficiaires
- #5 Privilégier non pas le nombre de visiteurs, mais un tourisme qualitatif qui maximise la dépense client tout en intégrant une approche solidaire à tout projet

POUR UN TOURISME OPTIMISANT LES RESSOURCES

- #6 Adhérer prioritairement aux démarches coordonnées lorsqu'elles existent avant de penser localement pour optimiser nos moyens
- #7 Favoriser l'équilibre territorial en pensant complémentarité et non concurrence à l'échelle des bassins de fréquentation
- #8 Intégrer pleinement le tourisme aux autres secteurs car le tourisme peut en bénéficier autant qu'il peut être pourvoyeur de solutions
- #9 Accélérer le développement de nouveaux modèles économiques au profit des territoires et entreprises par le partenariat public-privé

POUR UN TOURISME RESPECTUEUX DES RESSOURCES ET DE L'HUMAIN

- #10 Intégrer les principes de sobriété et d'économie circulaire à l'ensemble de nos actions
- #11 Développer et organiser une réponse collective aux enjeux de sécurité, de salubrité et de santé
- #12 Asseoir la performance économique du tourisme en assurant le bien être et le développement personnel des acteurs qui le font
- #13 Transformer les modèles de consommation pour rendre le visiteur acteur de la préservation des équilibres de nos territoires
- #14 Penser les projets et les offres en attachant une attention aux valeurs pour un tourisme contributeur de l'épanouissement personnel des visiteurs et comme réponse aux maux de la société

La deuxième transition donne l'ambition régionale sur les thématiques stratégiques à adresser prioritairement. Ces thématiques ont été déterminées collectivement en 2018 pour faire de la Bretagne une destination d'excellence.

/9/



TRANSITION

2

DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

LES THEMATIQUES PRIORITAIRES POUR DIVERSIFIER / UNIR / AFFIRMER L'OFFRE BRETONNE



/10/

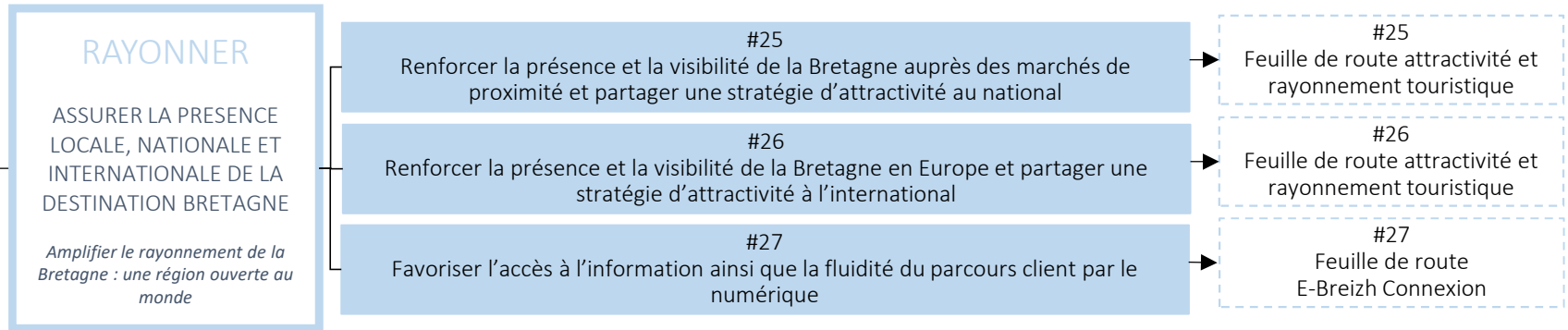


OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

LES DYNAMIQUES VISANT A FAIRE RAYONNER LA BRETAGNE

La troisième transition appelle à l'ouverture pour assurer la présence et la visibilité de la Bretagne sur les marchés de proximité, au national et à l'international.



UNE MISE EN ŒUVRE OPERATIONNELLE SOUPLE DES TRANSITIONS 2 ET 3

/11/

LES FEUILLES DE ROUTE REGIONALES, OUTILS DE MISE EN ŒUVRE DES TRANSITIONS



LES FEUILLES DE ROUTE REGIONALES sont les outils de mise en œuvre opérationnelle des transitions 2 et 3 du Schéma.

Une feuille de route est établie pour chacune des thématiques stratégiques.

Elles précisent : l'ambition au regard de la thématique, la cartographie des acteurs et le système de gouvernance propre à chaque thématique au regard des domaines de compétence et de responsabilités des acteurs, le plan d'action partagé, les moyens humains, techniques et financiers consacrés par chaque acteur impliqué

Les partenaires peuvent adhérer s'ils le souhaitent à une ou plusieurs feuilles de route selon leurs compétences et priorités d'actions.

Elles servent l'organisation et la coordination de la compétence touristique au prisme de chaque thématique.

Les grands principes des feuilles de route :

- elles constituent les engagements de moyens (humains, techniques et/ou financiers) pour les actions sur lesquelles chaque partenaire s'inscrit
- elles sont à engagement volontaire,
- elles proposent un engagement « à la carte »
- elles font état d'un engagement annuel pour tenir compte notamment de l'annualité budgétaire des programmes d'actions portés par les acteurs publics
- elles sont révisables annuellement pour une souplesse maximale (inscription de nouvelles actions, de nouveaux acteurs, etc.)
- elles sont un moyen de valoriser les stratégies de chacun au profit de l'ambition régionale partagée

/12/

UN DIALOGUE
CONTINU POUR
ASSURER LE
PILOTAGE DE LA
STRATEGIE
REGIONALE

La Conférence Territoriale de l'action publique bretonne :

afin d'échanger sur les sujets relevant de la répartition de la compétence touristique

Le Comité consultatif constitué des représentants publics, privés et associatifs de la filière touristique

pour travailler sur les sujets régionaux stratégiques prioritaires et/ou liés au contexte.

Les Rencontres du tourisme de Bretagne réunissant les acteurs publics, privés et associatifs du tourisme pour :

- Suivre les grands chantiers régionaux, choisir et suivre les projets expérimentaux ;
- Partager les projets portés par les partenaires territoriaux, privés et associatifs sous couvert de la stratégie régionale
- Partage des conclusions du comité consultatif sur les sujets sur lesquels il aura été saisi
- Echanger et inspirer le tourisme breton et participer à la montée en compétence collective

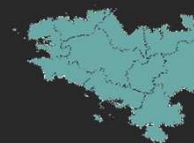
POUR LA MISE EN ŒUVRE DES THEMATIQUES STRATEGIQUES

2

3

Définie au sein des feuilles de route régionales, une organisation spécifique à chaque thématique visant à mettre autour de la table et sur la base du volontariat les partenaires qui souhaiteront s'engager à l'échelon régional selon le modèle le plus efficient pour conduire la thématique.

POUR LA MISE EN ŒUVRE DES STRATEGIES INTEGREES DES DESTINATIONS TOURISTIQUES



Un Comité de pilotage au sein de chacune des 10 Destinations touristiques, composé des représentants élus de chaque EPCI et des acteurs privés et associatifs.



SCHEMA REGIONAL DE
DEVELOPPEMENT DU TOURISME
ET DES LOISIRS (S.R.D.T.L.)
2020 - 2025

Pour aller plus loin



CONTEXTE : LE TOURISME, UN SECTEUR TRANSVERSAL A LA CROISEE DES COMPETENCES

Par nature transversal, le tourisme ne peut se concevoir sans l'interdépendance qu'il a avec l'aménagement du territoire, l'environnement (préservation, gestion maîtrisée des écosystèmes et des ressources), la société (culture, patrimoine, etc.) et l'économie. Il permet l'entrée de devises et le maintien d'activités sur les territoires notamment ruraux et représente un vecteur fort d'attractivité. S'il n'est pas appréhendé de manière intégrée et raisonnée, il peut néanmoins induire des impacts et une modification des équilibres territoriaux (pression foncière, pression sociale, dégradation des écosystèmes, pression sur les ressources, notamment sur l'eau, etc.). Si l'Organisation Mondiale du Tourisme lui donne pour définition : « le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs », nous pourrions la préciser, considérant que les touristes sont des habitants temporaires du territoire, qu'ils ont les mêmes besoins que ceux de la population locale, mais qu'ils en ont d'autres contribuant à l'amélioration du cadre de vie y compris des habitants permanents.

ECONOMIE « Touristique »

- 8,1% du PIB, 6,6 milliards d'euros de retombées économiques / an
- Une consommation touristique bénéfique à l'ensemble de l'économie régionale (commerce, artisanat, etc.)
- Une économie qui se déploie sur tous les territoires y compris sur des territoires où le tissu économique est fragile
- Une économie qui permet le maintien d'un tissu économique et de services à l'année par l'entrée de devises sur la saison (participe à l'équilibre des modèles économiques de certaines entreprises).
- Une atomisation de TTPE, TPE, PME et grandes entreprises / groupes qui gagnent à s'intégrer dans une logique de chaîne de valeurs

AMENAGEMENT

- Un secteur qui participe à l'aménagement du territoire par les infrastructures et les polarités qu'il génère
- Un vecteur de rééquilibrage territorial par l'économie qu'il génère sur des secteurs sensibles.
- Un secteur qui capitalise sur la diversité urbaine et des paysages s'opposant à la banalisation des espaces
- Des impacts à considérer et une planification à envisager pour une gestion durable : surdimensionnement de certains équipements lié à l'afflux temporaire de population, pression foncière et immobilière liée à l'attractivité touristique, consommation d'espaces agricoles et naturels, activités de services et commerces spécialisés, etc.

AFFAIRES INTERNATIONALES

- Un secteur notamment rattaché au Ministère de l'Europe et des affaires étrangères : ses produits comptabilisés comme exportations
- Un secteur générateur d'entrées de devises
- Un secteur qui participe au rayonnement et à l'attractivité tant par la communication que par les aménagements structurels et de loisir qu'il génère

EMPLOI FORMATION

- Un secteur qui génère 57 000 emplois directs en Bretagne soit 5% de l'emploi salarié régional
- Un secteur qui comptabilise de nombreuses offres non pourvues
- Un enjeu fort de la filière en matière de formation (initiale et continue) et d'adaptation des compétences au regard des évolutions rapides du secteur
- Un enjeu fort autour de la saisonnalité et de la sécurisation des parcours (valorisation, logement, sécurisation des emplois, etc.) pour un secteur qui comporte de nombreux emplois « précaires »
- Un enjeu fort autour de la valorisation des métiers pour sécuriser l'installation des « jeunes » sur le territoire
- Un enjeu fort en matière d'égalité femmes / hommes

MER - PORTS - CANAUX

- Des vecteurs d'identification, de singularité et d'attractivité majeurs pour la Destination Bretagne : 2000 km de sentier littoral, plus de 300 ports de plaisance et aires de mouillage, plus de 600 prestataires nautiques, 500 km de voies navigables
- Un potentiel de développement touristique encore peu exploité : seulement 7% des visiteurs pratiquent une activité nautique en Bretagne pendant leur séjour
- Accès au bord de plage / au bord de mer / voies navigables comme prémisses d'un accès de tous et toutes à l'offre de base d'un territoire (au sens non marchand)
- Les ports de plaisance : des portes d'entrée du territoire et hot-spots d'attractivité touristique et territoriale
- Des enjeux croisés entre les différents pans de la filière nautique (les activités nautiques, les ports de plaisance, l'industrie nautique)
- Un duo eau salée / eau douce et des canaux qui traversent la région d'est en ouest (Canal de Nantes à Brest) et de nord au sud (Canal Manche-Océan, Vallée du Blavet), qui permet une diffusion des territoires littoraux vers les territoires intérieurs
- La filière nautique (3 pans) au regard du tourisme : un secteur qui peut servir l'expérimentation pour la prise en compte de l'utilisateur, non seulement aux différentes étapes de son parcours client
- Un enjeu de préservation et d'éducation à l'environnement marin fluvial et littoral à travers le tourisme

PATRIMOINE / CULTURE

- La culture et les patrimoines : ressources fondamentales du tourisme et vecteurs principaux d'attractivité, de singularité et de différenciation
- Dans une logique conservation – préservation – ouverture – valorisation – interprétation, le tourisme peut contribuer à la restructuration, à la requalification et à la préservation des patrimoines bâtis
- Un secteur qui bénéficie / contribue à l'équilibre financier des événements culturels et des structures muséales
- Une attention à porter à valoriser les cultures populaires de Bretagne sans verser dans la folklorisation, parfois attendue par un tourisme en quête d'exotisme, etc.

MOBILITES

- Un secteur qui par nature induit des déplacements (à destination et sur le lieu de séjour)
- Un secteur interdépendant des infrastructures et moyens de transports carbonés et décarbonés
- Un enjeu fort de transformation des usages pour réduire l'empreinte carbone induisant une réflexion sur le croisement des usages dans le dimensionnement des solutions proposées (services au profit de la population et des touristes : cadencement, dimensionnement des vélos-routes, etc.)

ENVIRONNEMENT

- L'environnement, les paysages, la diversité et la typicité des milieux naturels ainsi que de leurs faune et flore associées : ressources fondamentales du tourisme et vecteurs principaux d'attractivité, de singularité et de différenciation
- La préservation d'un patrimoine naturel en bon état de conservation et diversifié est essentiel au maintien d'un tourisme de qualité
- L'eau – un trait d'union entre les territoires / ressource à préserver
- Le tourisme peut être impactant : importance des flux sur des milieux fragiles concentrés dans le temps et dans l'espace, notamment sur les espaces littoraux, usées, question des déchets, artificialisation du trait de côte, etc.
- Le Tourisme peut être impacté : retrait du trait de côte (changement climatique), ressource en eau, etc.
- Le tourisme est pourvoyeur de solutions : préservation, valorisation et éducation à l'environnement, éveil des consciences, etc.
- La question énergétique / empreinte carbone du tourisme doit être considérée

AGRICULTURE

- Un attrait fort des clientèles pour les terroirs, les productions et produits locaux dans un contexte de recherche du « bien manger »
- Un vecteur de valorisation des circuits courts pouvant contribuer à une accélération des mutations du secteur et une valorisation de l'agroécologie

SOCIAL

- Une structuration par le tourisme (aménagement, services, activités, etc.) qui contribue à l'amélioration du cadre de vie des habitants
- Un vecteur d'inclusion pouvant apporter des réponses aux problèmes sociétaux (hyper-connectivité, sédentarité, non acceptation de la différence et de l'interculturalité, etc.)
- Le tourisme transformationnel : un remède aux maux de la société
- Une approche sociale renforcée par le pan touristique de l'ESS visant à favoriser l'accès à tous aux vacances
- Un tourisme qui doit être pensé de manière intégrée pour ne pas être déconnecté du fait social local et impacter négativement les territoires (phénomènes de surtourisme ou de post tourisme induisant des pressions sociales, de la spéculation foncière, etc.)

NUMERIQUE

- Le numérique et la data : enjeux majeurs pour la performance de l'économie touristique
- Un secteur qui, dans un contexte de mondialisation, s'interroge sur la plateforme de ses services pour optimiser la pénétration des marchés

UNE ORGANISATION BRETONNE



UNE ORGANISATION TERRITORIALE POUR LE TOURISME EN BRETAGNE : LES 10 DESTINATIONS TOURISTIQUES

L'étude des flux touristiques a permis de définir les contours des 10 Destinations touristiques de Bretagne. Ceux-ci correspondent aux bassins de fréquentation et de consommation touristique. Ils s'affranchissent des limites administratives pour replacer le visiteur au cœur du processus de développement. Elles sont consubstantielles d'un terroir, d'une zone biogéographique, de lieux de vie, d'une histoire, de patrimoines.

Sous couvert de cette dynamique régionale, les acteurs publics et privés des Destinations se sont fédérés autour d'actions dites de préfiguration avant de définir collectivement une stratégie intégrée de développement touristique à l'échelle de chacune des 10 Destinations.

Les stratégies intégrées constituent un cadre pragmatique en matière d'organisation et de développement de l'économie touristique bretonne et sont en ce sens le point d'entrée privilégié de l'intervention régionale en matière de structuration touristique. Elles ont pour commun de faire converger les acteurs publics et privés autour d'un positionnement et de plans d'actions partagés à l'échelle des Destinations. En réponse aux problématiques et enjeux identifiés, elles affirment, sur chacun des périmètres, une trajectoire claire en matière de développement touristique.

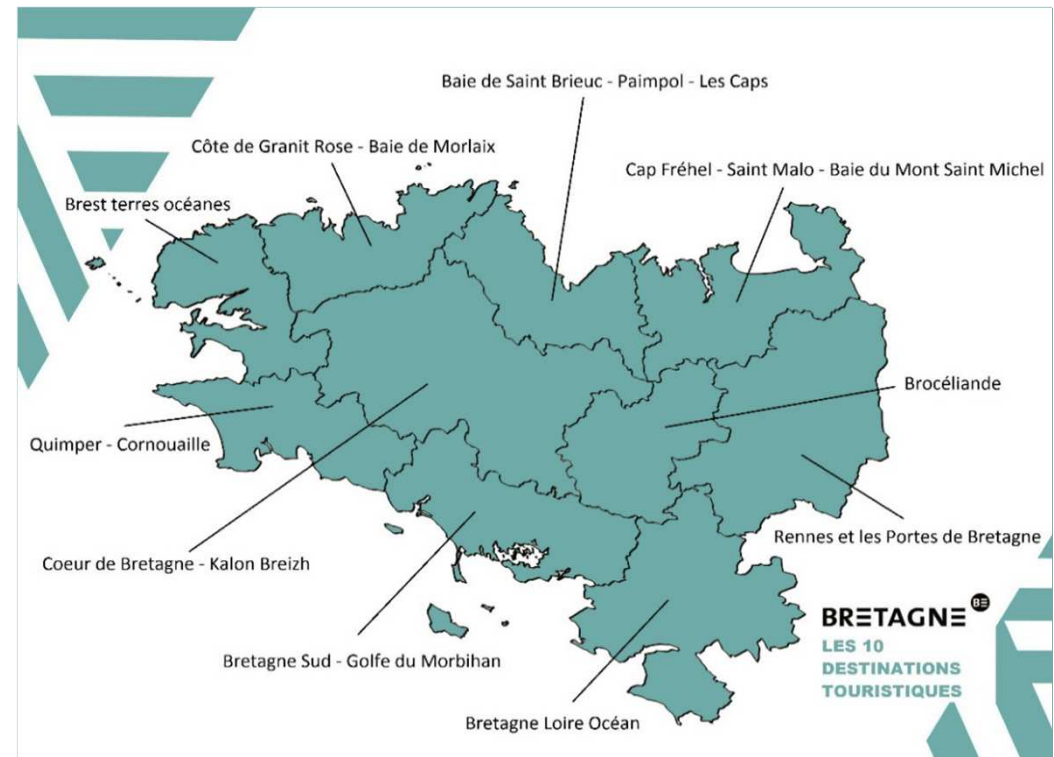
Intégrant l'identité et les valeurs propres à chacune des Destinations comme vecteurs de différenciation, d'appropriation et d'innovation au service d'une offre durable, ces stratégies singularisent 10 univers touristiques en Bretagne, créant des univers cohérents à chaque Destination et complémentaires entre eux, qui améliorent la lisibilité et l'attractivité de l'offre régionale. La somme de ces stratégies constitue en grande partie le fond de la stratégie bretonne en matière de tourisme. **La stratégie régionale en faveur du tourisme reconnaît les 10 Destinations comme les territoires de projets, maille de référence du développement touristique en Bretagne.**

LES STRUCTURES COORDINATRICES :

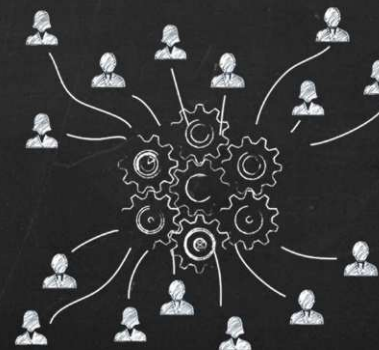
- animatrices du collectif des acteurs publics et privés de chaque Destination
 - référentes des politiques régionales au sein des Destinations
 - interlocutrices privilégiées de la Région
- Un partenariat renforcé entre l'échelon régional et les territoires

LES STRATEGIES INTEGREES DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES 10 DESTINATIONS :

- une ambition touristique partagée entre les EPCI de chaque Destination
- constituent en grande partie le fond de la stratégie régionale selon une approche ascendante : Une reconnaissance de l'expertise locale et des



UNE ORGANISATION BRETONNE



UN DIALOGUE CONTINU ET UN PILOTAGE PARTENARIAL DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE

La stratégie régionale en faveur du tourisme résulte d'un travail multi-partenarial qui a mobilisé les acteurs publics et privés du tourisme breton (*Groupe de travail « tourisme » de la CTAP, Conférence régionale des acteurs privés et associatifs du tourisme, Ateliers du tourisme*).

A l'initiative du Conseil régional, cette stratégie a conduit la Bretagne à aller au-delà des obligations légales pour passer d'une compétence partagée (loi NOTRe) à une compétence coordonnée ayant pour ambition de mieux définir les domaines d'intervention et responsabilités de chacun sur des thématiques dont l'intérêt est reconnu par tous.

Les objectifs induits sont :

- Accroître l'efficacité de l'action publique par une coordination des politiques, des ambitions et des moyens concédés par les acteurs aux différents échelons ;
- Favoriser l'innovation par le déploiement d'une organisation servant l'émergence de modèles économiques plus performants.

Pour ce faire, la stratégie bretonne est une stratégie de fond qui, sous couvert d'une ambition régionale, s'alimente des stratégies des territoires, mais également une stratégie de forme / organisation qui conformément aux valeurs qui font la Bretagne, valorise l'engagement, le sens du collectif, l'ouverture et l'imagination.

2012 - 2014
Le Schéma régional de développement touristique (Acte II) appelle les territoires à s'organiser en 10 Destinations touristiques

2016 - 2019
Sous impulsion de la Région, 3 instances de dialogue (Ateliers du tourisme / groupe tourisme de la CTAP / Conférence régionale des acteurs privés et associatifs) permettent d'aboutir à la méthodologie coordonnée pour le tourisme breton (stratégie régionale adoptée en février 2018)

2016 - 2019
Les 10 Destinations élaborent à leur échelle une stratégie intégrée de développement touristique. Les Destinations sont reconnues comme les territoires de projet, maille de référence du développement touristique en Bretagne



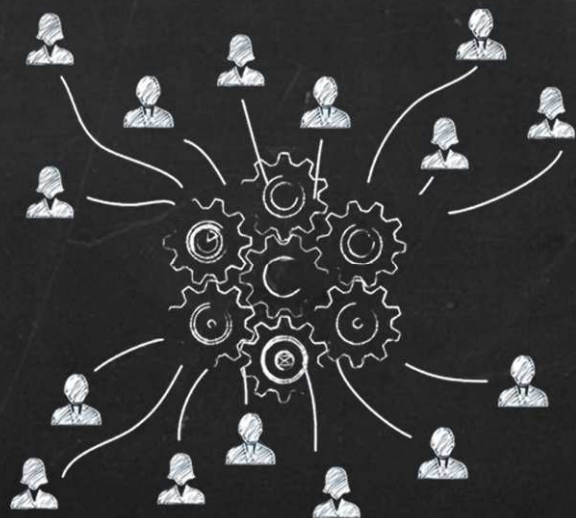
2019 - 2020
La Région redéfinit l'ambition qu'elle porte en matière de tourisme par l'écriture de son nouveau Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en s'appuyant : sur la Breizh COP, le portrait identitaire breton, les 10 stratégies intégrées des Destinations et leurs engagements les plus ambitieux, du Benchmark, de l'analyse des clientèles.



2020 - 2025
Les engagements de principe du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs sont déclinés aux échelles régionale et locale

... dans les thématiques et projets coordonnés régionalement faisant l'objet d'une feuille de route et/ou d'un plan d'actions

... dans la mise en œuvre des stratégies des 10 Destinations touristiques (conditionnement de l'éligibilité aux aides régionales)



SRDTL 2020-2025 : UNE AMBITION TOURISTIQUE RENOUVELEE POUR LA BRETAGNE
... EN DETAILS

L'identité bretonne

Une mère patrie – l'entrelacs des racines et de l'ailleurs

Une "communauté de Bretons" – l'entrelacs des individualités en une « manière d'être ensemble »

Une histoire en propre - entrelacs entre l'Armorique, les Celtes, le duché de Bretagne et la France et entre passé, présent et futur

Un humanisme "à la bretonne" – Un entrelacs des valeurs des marins et des terriens

Une "multitude de Bretagne(s)" mélangées, intriquées, interpénétrées, etc. qui forment UNE Bretagne

Un "modèle breton" entrelacs de collectif, de traditions, et de création, d'innovation, de matière grise et de goût du faire

Une rencontre de culture(s) – l'entrelacs du local et de l'universel, du réel et de l'imaginaire

UN POSITIONNEMENT POUR LA BRETAGNE:



La Bretagne des transitions

Une Bretagne unie et solidaire

Une Bretagne, diverse et unie, mobilisée et démocratique

Faire vivre une Bretagne des proximités

Une Bretagne terre de progrès humains et écologiques pour les générations actuelles et futures

Une Bretagne de la sobriété

Accélérer notre performance économique par les transitions

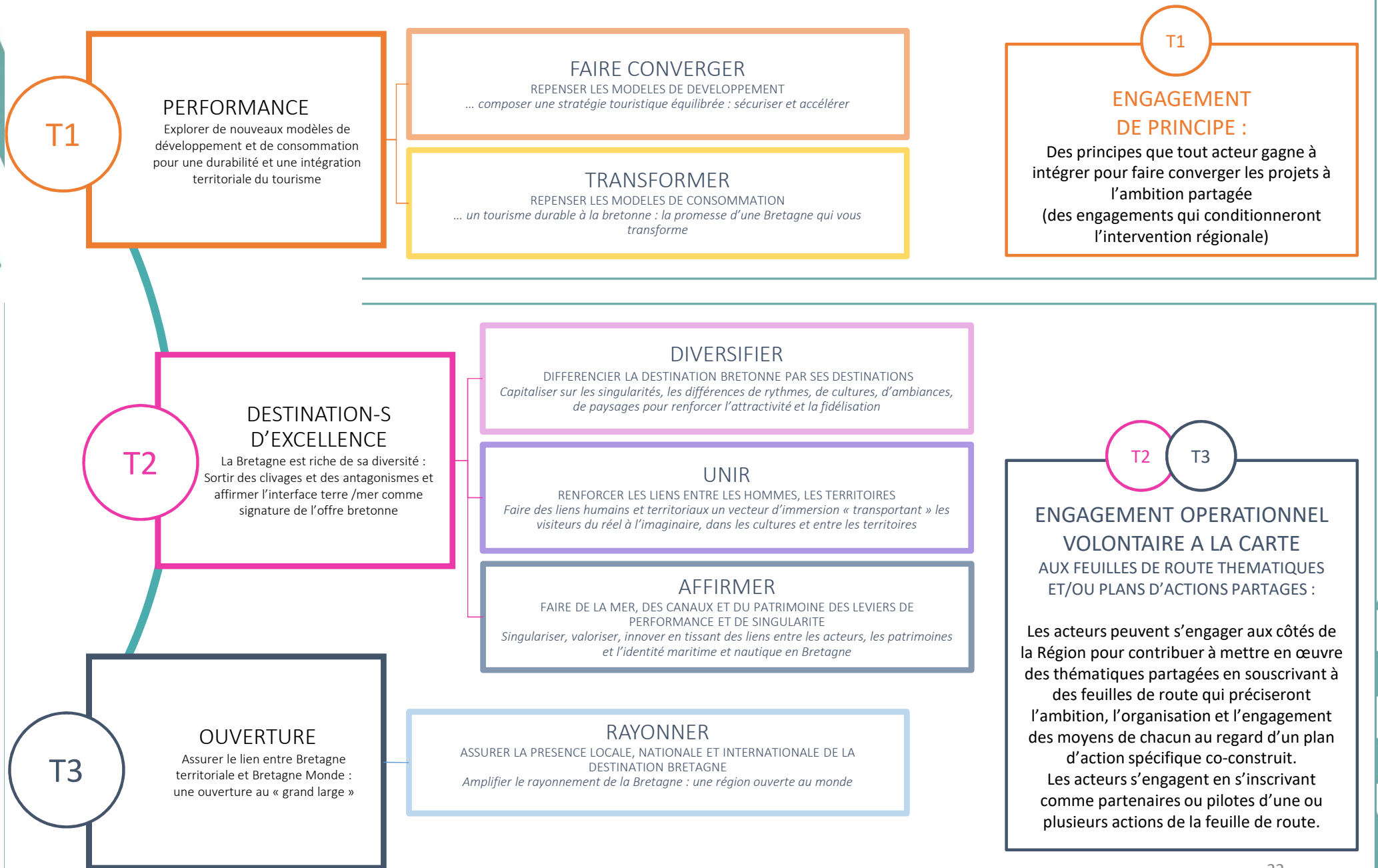
Une Bretagne créatrice, performante et rayonnante dans le monde

Raccorder et connecter la région au monde

BREIZH COP

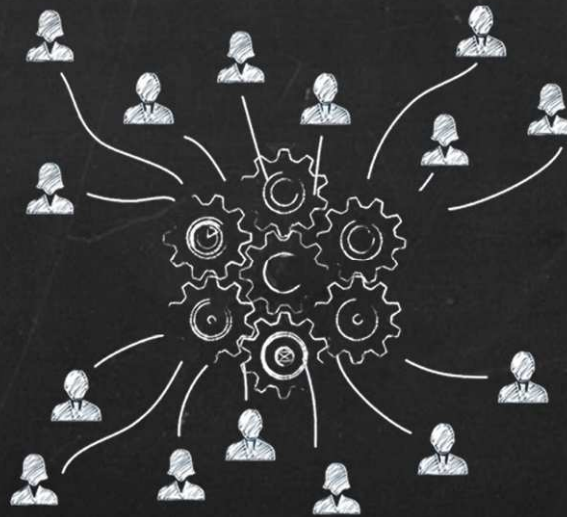
LE SRDTL, UN OUTIL AU SERVICE DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA BREIZH COP :

Qui s'organise autour de **3** Transitions et de **2** niveaux d'engagement



TRANSITION

1



*Entrelacs de collectif, de traditions, et de création,
d'innovation, de matière grise et de goût du faire*
Extrait du portrait identitaire de la Bretagne

*Une "communauté de Bretons" – l'entrelacs des
individualités en une « manière d'être ensemble »*
Extrait du portrait identitaire de la Bretagne

T1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

LA TRANSITION

T1

SE COMPOSE D'ENGAGEMENTS DE PRINCIPE...

CES PRINCIPES GENERAUX, CES MODELES D'ORGANISATION ET DE FAIRE S'IMPOSENT AUX TRANSITIONS :

T2

T3

Les engagements sont une traduction des enjeux de la Breizh Cop et/ou reprennent les dispositions des stratégies intégrées de développement touristique des Destinations les plus ambitieuses. Ces engagements gagneront à être pris en compte :

- dans la manière d'opérer les thématiques régionales / projets régionaux ;
- dans la manière de décliner les projets, notamment des Destinations en conditionnant l'intervention régionale.

T1

TRANSITION 1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

TRANSFORMER

REPENSER LES MODELES DE CONSOMMATION

... un tourisme durable à la bretonne : la promesse d'une Bretagne qui vous transforme

- #1 Coordonner les acteurs du tourisme breton en matière d'observation et de prospective
- #2 Faire converger observation, développement et communication
- #3 Faire converger identité et innovation
- #4 Faire converger les enjeux touristiques avec ceux des populations locales
- #5 Faire converger les enjeux de croissance et de solidarité
- #6 Faire converger les acteurs autour de thématiques partagées pour sécuriser les politiques touristiques
- #7 Faire converger les enjeux de croissance, de performance et d'équilibre territorial
- #8 Faire converger les différentes politiques pour optimiser la réponse publique aux enjeux d'une filière transversale
- #9 Faire converger les acteurs publics, privés et secteurs d'activité pour accélérer le déploiement de nouveaux modèles socio-économiques
- #10 Faire converger les enjeux de croissance et de durabilité
- #11 Faire converger les enjeux de développement touristique, de sécurité et de santé
- #12 Conforter le tourisme comme levier de développement pour l'économie et l'emploi par la montée en compétences et la formation

- #13 Rendre le visiteur « responsable » par l'expérience touristique
- #14 Faire du tourisme breton un secteur pionnier de l'innovation sociale

À prendre en compte dans la manière d'opérer les projets régionaux et territoriaux (stratégies intégrées)

- #1 Contribuer à la consolidation de l'observation et de la prospective pour répondre aux besoins et aux enjeux futurs des territoires
- #2 Engager toute action touristique sur la base d'études clientèles et d'une vision prospective afin de donner du sens aux actions de développement et de communication
- #3 Capitaliser sur notre identité, celle des nos territoires / Destinations pour développer des projets qui nous ressemblent
- #4 Replacer l'utilisateur et l'ensemble du parcours client au cœur des réflexions
- #5 Favoriser un tourisme pour tou.te.s en privilégiant la qualité d'accueil et la valeur sociale / sociétale du tourisme avant le nombre de visiteurs
- #6 Adhérer aux démarches régionales pour accroître la performance bretonne sur les thématiques prioritaires
- #7 Sortir des logiques de concurrence en pensant la complémentarité des projets à l'échelle d'un bassin de fréquentation
- #8 Penser le tourisme en transversalité avec les autres compétences des collectivités pour répondre au parcours client de manière intégrée
- #9 Penser le juste rôle des acteurs publics et privés pour initier de nouveaux modèles économiques plus efficaces et plus sobres
- #10 Intégrer les principes d'économie circulaire et de sobriété, rechercher l'évitement des nuisances environnementales avant la réduction puis en dernier lieu la compensation
- #11 Intégrer la santé et la sécurité des usagers au cœur des réflexions
- #12 Intégrer un volet développement des compétences et assurer la transférabilité des savoir-faire à d'autres projets et territoires
- #13 Susciter des modèles qui incitent le visiteur à agir consciemment ou inconsciemment en faveur des transitions
- #14 Penser un tourisme porteur de valeurs sociales pour les visiteurs comme pour les acteurs publics et privés de la filière

T1

TRANSITION 1
PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE
CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

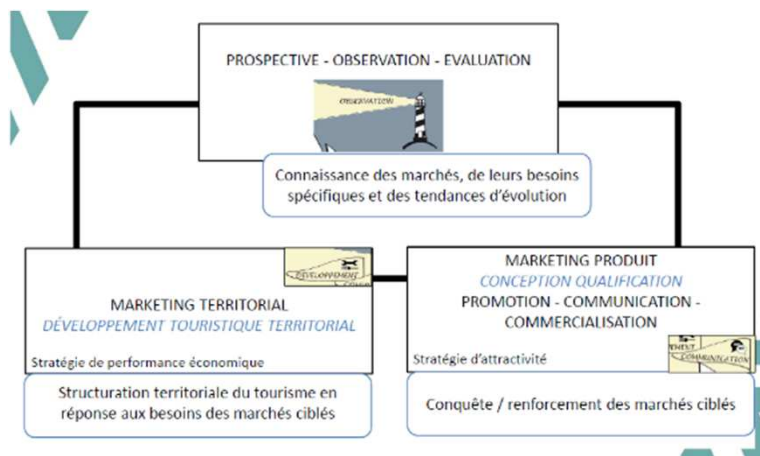
#1

Coordonner les acteurs du tourisme breton en matière d'observation et de prospective

Engagement à intégrer à tout projet : **Contribuer à la consolidation de l'observation et de la prospective pour répondre aux besoins et aux enjeux futurs des territoires**

Objectifs

- Coordonner les actions pour une optimisation de l'observation et pour une diffusion efficiente des données ;
- Contribuer à la cohérence des données produites entre les différents échelons territoriaux : principe d'agrégation – désagrégation des données ; partage des méthodologies ;
- Respecter le principe d'interrogation unique et coordonné des professionnels : un professionnel ne doit pas être interrogé par plusieurs acteurs sur le même sujet, afin d'optimiser la qualité des enquêtes (taux de réponse) et assurer le moindre dérangement des professionnels ;
- S'inscrire dans les dispositifs d'observation régionaux par la mutualisation des ressources humaines et/ou financières pour une couverture optimale des champs d'observation ;
- Partager les réflexions autour de la prospective et des tendances ;
- Evaluer les actions menées et leurs impacts pour les faire évoluer en permanence et les adapter au plus juste (notamment en matière d'évaluation des politiques publiques) ;
- Articuler les différents observatoires (touristiques, environnementaux, économiques, territoriaux etc.) pour éclairer les prises de décision et considérer de manière systémique comment le tourisme impacte (aménités et irritants) et est impacté.



#2

Faire converger observation, développement et communication

Engagement à intégrer à tout projet : **Engager toute action touristique sur la base d'études clientèles et d'une vision prospective afin de donner du sens aux actions de développement et de communication**

Objectifs

- Capitaliser sur l'observation, la prospective et l'évaluation pour anticiper, penser, organiser, structurer le développement touristique en Bretagne ;
- Faire de la « brique » observation / prospective / évaluation la pierre angulaire de l'ensemble des politiques touristiques afin :
 - d'identifier, suivre et prioriser les thématiques, filières, clientèles et les marchés stratégiques à adresser ;
 - de définir les marchés à cibler au regard du contexte local et extérieur (aménités et irritants);
 - d'orienter les investissements et en faire une évaluation ;
 - de définir les besoins en communication pour optimiser le taux de transformation sur les marchés ciblés (notoriété / image/ action selon les bassins et le degré de notoriété par marché /filière sur ces bassins) ;
 - de définir les besoins en structuration territoriale, infrastructures et services pour optimiser les retombées économiques et sociales au regard des besoins spécifiques des marchés ciblés : répondre à l'ensemble des composantes de la demande des clientèles affinitaires cibles

T1

TRANSITION 1 PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE
DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie
touristique équilibrée :
sécuriser et accélérer

#3

Faire converger identité et innovation

Engagement à intégrer à tout projet : Capitaliser sur notre identité, celle de nos territoires / Destinations pour développer des projets qui nous ressemblent

Objectifs

- Utiliser l'identité comme garde-fou pour éviter de céder à des effets de mode qui appelleraient au développement d'offres qui ne ressemblent pas aux territoires ni à la Bretagne.
- Utiliser l'identité en la considérant dans toute sa dynamique : une identité qui fait état d'une culture vivante, ouverte sur le monde, qui valorise l'imagination, l'engagement et le sens du collectif, une identité qui capitalise sur les traditions et ses valeurs pour se réinventer, penser l'avenir et innover.
- Décliner l'identité (bretonne ou marqueurs du positionnement pour chacune des Destinations) dans chacun des projets pour singulariser l'offre, innover et se différencier en développant des offres non transposables à forte valeur ajoutée.
- Utiliser l'identité pour fédérer et rassembler sous ses valeurs. Vectrice d'appropriation, la déclinaison de l'identité (valeurs ou marqueurs des positionnements) doit permettre le développement d'activités et d'économies qui parlent aux habitants et aux socioprofessionnels.
- Favoriser l'adhésion des acteurs locaux en développant des projets en phase avec les valeurs locales / bretonnes, pour qu'ils se les approprient, en deviennent parties-prenantes, capitalisent sur les initiatives et in-fine assurent leur pérennité (repenser les modèles économiques à ce prisme).

#4

Faire converger les enjeux touristiques avec ceux des populations résidentes

Engagement à intégrer à tout projet : Replacer l'usager et l'ensemble du parcours client au cœur des réflexions

Objectifs

- Fonder toute réflexion sur une approche centrée « usagers » en tenant compte de leurs besoins et modèles de consommation spécifiques.
- Penser tout projet au prisme de la chaîne de valeurs du tourisme : inscrire le projet dans son écosystème pour répondre à toutes les composantes du parcours client : « Notoriété – communication – commercialisation ; organisation spatiale – transports – mobilités ; hébergements ; activités ; restauration – alimentation » et ce, au regard des besoins spécifiques des cibles prioritaires / affinitaires définies ;
- Penser le tourisme en tenant compte des usages locaux en garantissant comme règle prioritaire que les projets de développement et d'aménagement servent l'intérêt des habitants. A défaut, ils ne devront a minima pas aller à l'encontre des intérêts et usages des populations résidentes ;
- Intégrer les usagers dont les habitants ou a minima considérer l'intérêt des populations locales (notamment jeunes) dans la conception et les prises de décisions relatives aux projets touristiques ;

#5

Faire converger les enjeux de croissance et de solidarité

Engagement à intégrer à tout projet : Favoriser un tourisme pour tous en privilégiant la qualité d'accueil et la valeur sociale / sociétale du tourisme avant le nombre de visiteurs

Objectifs

- Trouver un équilibre entre tourisme « intérieur » et entrées de devises ;
- Privilégier l'approche qualitative (maximisation de la valeur client) au quantitatif (augmentation de la fréquentation) ;
- Concilier maximisation de la valeur client et approche « pour tous » en engageant une réflexion en ce sens sur chaque projet ;
- Intégrer pleinement l'économie sociale et solidaire / tourisme social et solidaire non comme une filière à part mais comme un principe devant, comme le développement durable, infuser nos manières de faire pour réinterroger la valeur sociétale du tourisme en Bretagne.
- Favoriser, par le développement touristique, l'accès de tous aux patrimoines dans un enjeu de droit culturel, en veillant à ce que les bretons et bretonnes éloignés des enjeux patrimoniaux soient sensibilisés aux richesses et à la préservation de notre patrimoine (naturel, culturel, maritime, nautique et économique).
- Favoriser, par le développement touristique, l'accès de tous aux pratiques sportives, notamment les habitants et les jeunes bretons.
- Penser les projets de sorte à ne pas exclure et développer des offres de service adaptées aux réalités locales et aux situations sociales ;
- Intégrer la notion de confort d'usage pour tous aux projets ;

T1

TRANSITION 1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

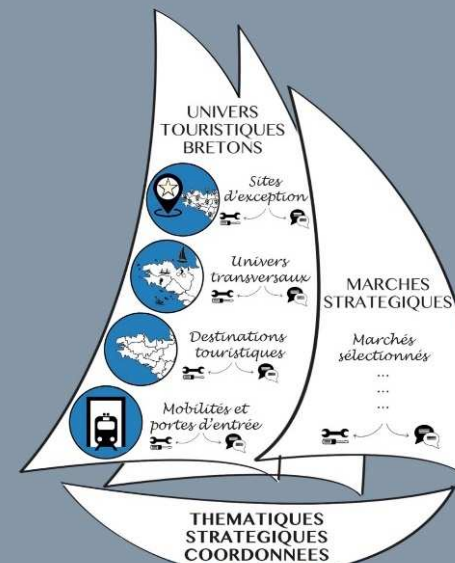
#6

Faire converger les acteurs autour de thématiques partagées pour sécuriser les politiques touristiques

Engagement à intégrer à tout projet : Adhérer aux démarches régionales pour accroître la performance bretonne sur les thématiques prioritaires

Objectifs

- Sécuriser les politiques relatives à des thématiques reconnues par tous (acteurs publics et privés) comme structurantes et prioritaires pour la Bretagne.
- Partager une trajectoire commune et viser une meilleure coordination des actions, des ingénieries, des politiques et dispositifs aux différents échelons territoriaux au profit d'enjeux et de thématiques partagés pour optimiser l'efficacité de l'action touristique.
- Inscrire son action / sa contribution à la mise en œuvre de thématiques partagées en adhérant aux feuilles de route afférentes
- Faire de la convergence des ambitions régionales et des stratégies locales (stratégies intégrées des Destinations) la signature du modèle de construction breton pour déployer l'innovation touristique ;



#7

Faire converger les enjeux de croissance, de performance et d'équilibre territorial

Engagement à intégrer à tout projet : Sortir des logiques de concurrence en pensant la complémentarité des projets à l'échelle d'un bassin de fréquentation

Objectifs

- Prioriser l'adhésion aux démarches régionales / partagées lorsqu'elles existent avant de travailler au périmètre local ;
- Penser la juste échelle de pertinence d'un projet au regard des usages ;
- Penser les projets relevant d'une même thématique de manière intégrée et complémentaire à l'échelle d'un bassin de fréquentation ;
- Concevoir l'ambition globale d'une thématique à l'échelle régionale et / ou de la Destination ainsi que les réponses qui doivent être développées avant d'y raccrocher les projets portés individuellement (porteurs publics et privés) en attachant une attention particulière à ce qu'ils participent à la complémentarité (d'approche / d'usage) ou à la complétude de l'offre ;
- Assurer un équilibre territorial du développement touristique (solidarité – équité) entre zones urbaines littorales et rurales en repensant / créant de nouvelles polarités ;
- Favoriser le lien littoral - rétro littoral ainsi que la diffusion des flux depuis les sites à forte notoriété sur le reste du territoire.

T1

TRANSITION 1 PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE
DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie
touristique équilibrée :
sécuriser et accélérer

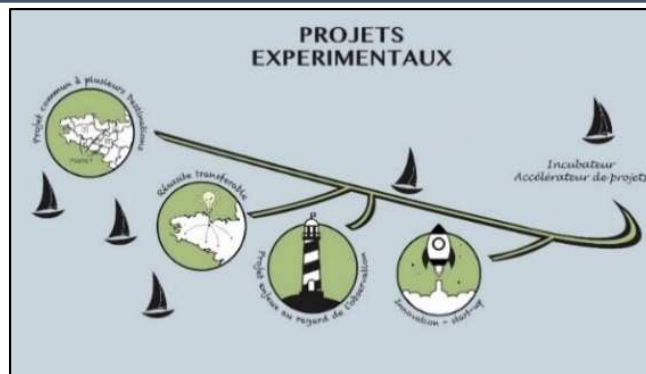
#8

Faire converger les différentes politiques pour optimiser la réponse publique aux enjeux d'une filière transversale

Engagement à intégrer à tout projet : Penser le tourisme en transversalité avec les autres compétences des collectivités pour répondre au parcours client de manière intégrée

Objectifs

- Faire valoir la transversalité du tourisme en partant du postulat que le visiteur est un habitant temporaire du territoire ;
- Prendre en compte les impacts générés par le tourisme mais également les impacts que génèrent les autres secteurs sur lui ;
- Rechercher à maximiser les effets positifs / aménités du tourisme : pour un tourisme contributeur des modèles économiques au profit de services bénéficiant aux populations locales ;
- Interconnecter - décloisonner les différentes politiques (tourisme, mobilité, aménagement, économie, etc.) pour servir les enjeux transversaux en repensant les modèles de gouvernance interne tout en replaçant l'usager au cœur des politiques ;
- Rechercher la production de nouveaux modèles (innovation technique – organisationnelle – d'usage – de service – etc.) et optimiser la dépense publique en interconnectant les politiques publiques entre elles ;
- Permettre la mise en place d'une logique d'accélération de projets par le déploiement d'organisation et de modèles spécifiques en interconnectant notamment les différentes politiques / compétences des collectivités au profit des projets expérimentaux coordonnés régionalement.



#9

Faire converger les acteurs publics, privés et secteurs d'activité pour accélérer le déploiement de nouveaux modèles socio-économiques

Engagement à intégrer à tout projet : Penser le juste rôle des acteurs publics et privés pour initier de nouveaux modèles économiques plus efficaces

Objectifs

- Décentrer le rôle de la collectivité pour se positionner en impulsion et créer les conditions du développement des dynamiques privées et associatives autour des projets initiés (déclinaison des stratégies territoriales);
- Penser systématiquement au croisement des usages / multi-usages (inter-pratiques, au service des populations et des touristes, etc.) pour tout nouvel aménagement consenti par les collectivités.
- Faire converger et interconnecter les dynamiques publiques et privées au bénéfice réciproque des parties (dans les processus décisionnels et opérationnels) ;
- Rechercher la production de nouveaux modèles économiques publics – privés et d'innovation technique – organisationnelle – d'usage – de service – etc. ;
- Assurer le déploiement de nouveaux modes d'intervention publics-privés en faveur de la performance touristique bretonne pour soutenir les projets structurants, les projets d'investissement et soutenir l'économie touristique (Fond d'investissement, de dotation, mécénat, etc.) ;
- Viser la recherche d'investisseurs pour accompagner les grands projets structurants en Bretagne ;
- Mettre en place une logique d'accélération de projets par le déploiement d'organisation et de modèles spécifiques et participer aux projets expérimentaux coordonnés régionalement :
 - participer aux phases d'idéation, de prototypage et de déploiement des projets expérimentaux ;
 - Déployer des méthodes visant l'open innovation territoriale.

#10

Faire converger les enjeux de croissance et de durabilité

*Engagement à intégrer à tout projet : **Intégrer les principes d'économie circulaire et de sobriété, rechercher l'évitement des nuisances environnementales avant la réduction puis en dernier lieu la compensation***

Objectifs

- Sensibiliser, mobiliser et faire des acteurs du tourisme des vecteurs de la transition et de la transformation pour un tourisme durable en Bretagne : les rendre acteurs des démarches pour que les visiteurs s'approprient un modèle breton soutenu par ses acteurs et non seulement vendu comme seul argument marketing ;
- Porter une attention particulière aux sites sensibles ainsi qu'à ceux soumis à une forte fréquentation ou à de fortes pressions en analysant les capacités de charges / acceptabilité touristique des sites et en déployant des mesures adaptées en faveur de la gestion des flux, de la protection et de l'aménagement des espaces.
- Intégrer les concepts d'économie circulaire et d'économie de la fonctionnalité aux projets touristiques ;
- Faire du tourisme un secteur exemplaire en matière d'intégration des enjeux de la sobriété dans tous les projets de développement et d'aménagement : garantir comme règle prioritaire l'obligation de rechercher l'évitement des nuisances environnementales avant la réduction puis en dernier lieu la compensation ; Accélérer la transition énergétique et climatique ; Intégrer les enjeux liés à l'eau ;
- Anticiper les impacts du changement climatique dans les projets touristiques (impacts liés à la montée du niveau des eaux, attractivité de la Bretagne / tourisme climatique, etc.) ;
- Contribuer aux objectifs de la Breizh Cop pour « une Bretagne des proximités » en matière de transport (**Cf# 18**) et privilégier les modèles décarbonés et les mobilités douces pour le développement des activités touristiques ;
- Définir des critères d'éco-conditionnalité pour tout projet touristique ;
- Mettre en perspective les coûts (économiques et environnementaux) avec les recettes potentielles de toute nouvelle stratégie/projet pour opérer des choix.

#11

Faire converger les enjeux de développement touristique, de sécurité et de santé

*Engagement à intégrer à tout projet : **Intégrer la santé et la sécurité des usagers au cœur des réflexions***

Objectifs

- Au regard de la politique « santé-environnement » et dans le respect des compétences des acteurs légitimes à intervenir :
- Porter une attention particulière à la qualité des eaux (usage et consommation), ressource clé en Bretagne ;
 - Sensibiliser, notamment sur les enjeux de qualité des eaux de baignade et de pêche à pied au regard de la singularité de la région sur ces aspects, conformément à l'axe : « le touriste acteur de la protection et valorisation » ;
 - Associer des actions visant à limiter l'impact en santé-environnement, notamment au regard de la filière nautique ;
 - En réponse à l'ensemble des besoins des clientèles touristiques (approche générale ou au regard de clientèles spécifiques / affinitaires et notamment « sportives »), prendre en compte l'enjeu relatif aux services de santé (première urgence, médecins, kiné, etc.) et à leur dimensionnement afin de faire face à l'afflux de population en périodes touristiques tout en développant des services performants au bénéfice de la population locale ;
 - Penser le développement des services propres au tourisme / activités de loisirs de manière croisée avec les enjeux de sécurité sanitaire.
 - Porter une réflexion sur la gestion des flux pour éviter les concentrations et risques associés :
 - Dans le temps : à travers une réflexion sur l'hyper-saisonnalité ;
 - Dans l'espace : en donnant de l'attractivité à de nouveaux territoires / création de nouvelles polarités touristiques (**Cf #16**) ;
 - Partager et participer de manière coordonnée aux actions / plans de relances régionaux dès lors qu'une crise (environnementale ou sanitaire) touche la Bretagne ou tout ou partie de ses territoires ;
 - Contribuer à la sécurité des pratiques nautiques et de bord de plage.

T1

TRANSITION 1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

T1

TRANSITION 1

PERFORMANCE

Explorer de nouveaux modèles de développement et de consommation pour une durabilité et une intégration territoriale du tourisme

FAIRE CONVERGER

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

... Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

#12

Conforter le tourisme comme levier de développement pour l'économie et l'emploi par la montée en compétence et la formation

*Engagement à intégrer à tout projet : **Intégrer un volet développement des compétences et assurer la transférabilité des savoir-faire à d'autres projets et territoires***

Objectif

- Prioriser la montée en compétences des acteurs du tourisme, notamment sur les enjeux des transitions (nouveaux modèles socio-économiques, intégration des enjeux environnementaux, transition numérique) ;
- Faire converger le monde de la recherche / des universités et du tourisme pour servir les intérêts des projets territoriaux et la performance de la filière touristique
- Prendre en compte les enjeux liés à la formation et à la montée en compétences des acteurs du tourisme (dans l'absolu et au regard des projets / thématiques déployées sur les territoires) ;
- Rechercher la coordination des actions de montée en compétence des acteurs touristiques déployées par les différentes filières (hébergement, activité, etc.) et / ou relevant des diverses compétences touristiques (développement territorial / développement marketing / Promotion – communication – commercialisation) ;
- Permettre au plus grand nombre de se former en travaillant à la mutualisation d'un système de montée en compétence partagé bénéficiant aux acteurs privés, institutionnels et aux agences (OT, CDT, CRT) ;
- Œuvrer dans le sens d'une amélioration de l'attractivité de la filière touristique et de ses métiers (formation initiale / continue, dispositifs pour attirer vers les métiers du tourisme + saisonniers, etc.) ;
- Travailler avec les filières du tourisme pour lutter contre la précarisation, notamment des saisonniers (dont jeunes bretons), en explorant des solutions visant à faciliter l'accès au logement à proximité du lieu de travail ou sur les mobilités ;
- Améliorer les conditions de vie au travail des collaborateurs (dont saisonniers) ;
- Dynamiser la création d'emplois locaux en réponse aux besoins de la filière et des habitants en soutenant l'émergence de projets d'innovation sociale ;
- Assurer un équilibre sociétal et encourager l'égalité professionnelle (femme / homme) dans le secteur touristique en valorisant les dynamiques innovantes et les entreprises engagées ;

T1

TRANSITION 1

PERFORMANCE

REPENSER LES MODELES DE DEVELOPPEMENT

Composer une stratégie touristique équilibrée : sécuriser et accélérer

TRANSFORMER

REPENSER LES MODELES DE CONSOMMATION

... un tourisme durable à la bretonne : la promesse d'une Bretagne qui vous transforme

#13

Rendre le visiteur « responsable » par l'expérience touristique

Engagement à intégrer à tout projet : **Susciter des modèles qui incitent le visiteur à agir consciemment ou inconsciemment en faveur des transitions**

Objectifs

- Penser un tourisme porteur de valeurs de préservation des milieux, des ressources naturelles, des territoires et des équilibres sociaux et sociétaux.
- Penser les projets et les produits de sorte à rendre l'ensemble de l'offre touristique « consommable » de manière durable et ancrée dans la vie des territoires en sensibilisant les visiteurs aux actions déployées par les acteurs en faveur des transitions (cf #10);
- Favoriser la prise en compte et la valorisation des productions (produits en circuits courts) et savoir-faire locaux auprès des acteurs professionnels du tourisme afin de les faire valoir auprès des visiteurs (notamment en réponse à l'enjeu régional du « bien manger »);
- Sensibiliser les visiteurs afin de les responsabiliser (en diffusant notamment les outils de sensibilisation que sont les écocgestes, la charte du voyageur responsable, etc.);
- Transformer les comportements en conduisant les visiteurs / usagers à comprendre leur environnement (nos territoires), puis à le respecter en adoptant des attitudes responsables et enfin le rendre contributeur de la protection de l'équilibre du territoire et de ses ressources (environnementales, sociales, etc.) par le nudge, les rencontres avec les habitants, en favorisant les échanges, etc.;
- Susciter par les actions déployées et par les expériences proposées des modifications de comportements au long court : « du tourisme expérientiel au tourisme transformationnel » : rendre les visiteurs acteurs des transitions et du changement par l'expérience et l'émotion;
- Innover dans la manière de penser les projets de sorte à favoriser, consciemment ou inconsciemment, la participation des visiteurs à la protection des territoires bretons, notamment en travaillant sur des modèles économiques et de valeurs croisés (ex: développement d'une activité touristique croisée avec un modèle de valorisation des produits locaux pour inciter les visiteurs à ramener et trier leurs déchets).

#14

Faire du tourisme breton un secteur pionnier de l'innovation sociale

Engagement à intégrer à tout projet : **Penser un tourisme porteur de valeurs**

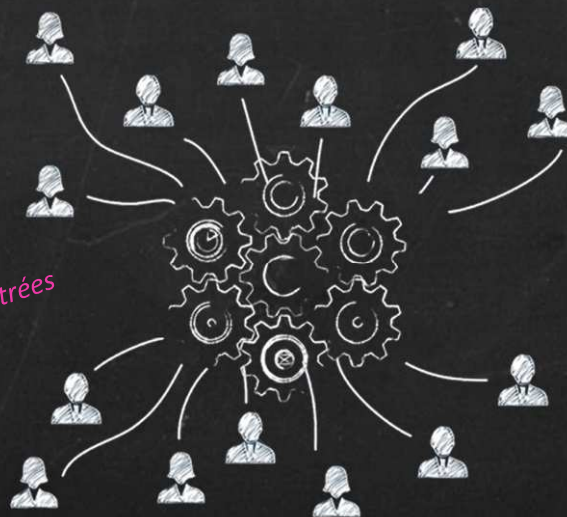
Objectifs

- Faire converger les stratégies de développement touristique avec les stratégies et enjeux publics en matière de santé, de citoyenneté, d'éducation, de solidarité etc. (le tourisme comme réponse à : l'hyper connectivité – la non acceptation de la différence – l'hyperconsommation – la sédentarité, etc.);
- Saisir l'opportunité de réinterroger le modèle touristique suite à la crise pour le réinventer / changer de paradigme en Bretagne en le recentrant sur les valeurs qui sont les nôtres et sur celles qui ont fondé historiquement l'activité touristique (avant d'être un vecteur de développement, le tourisme est une pratique culturelle qui porte une vocation sociétale et humaniste. Le temps libre et les vacances libèrent l'Homme du travail et du quotidien. Il est vecteur de ressourcement et de retrouvaille mais surtout de rupture, favorisant les rencontres interculturelles qui nourrissent l'imaginaire et donc l'innovation, la réalisation de soi et l'évolution des sociétés);
- Penser les projets et produits touristiques en attachant une attention particulière à ce qu'ils soient porteurs / vecteurs de transmissions de valeurs en phase avec le positionnement et les valeurs bretonnes;
- Favoriser par le développement du tourisme breton (projet et produits) le développement et l'épanouissement personnel (culturel, sportif, etc.) des visiteurs et des habitants;
- Contribuer, par la transmission de valeurs par le tourisme, à la cohésion sociale et à la construction d'un modèle sociétal vertueux en Bretagne;
- Encourager les projets d'innovation sociale dans le tourisme à intégrer des principes de modèles économiques vertueux;
- Penser l'enjeu trans-générationnel concernant l'activité touristique pour développer de nouvelles solidarités;
- Porter une attention particulière à favoriser l'accès à tous au tourisme et aux loisirs et viser à baisser le taux des non partants (Cf. #5)

TRANSITION

2

Entrelacs d'une "multitude de Bretagne(s)" mélangées, intriquées, interpénétrées qui forment UNE Bretagne
Extrait du portrait identitaire de la Bretagne



Une histoire en propre - entrelacs entre l'Armorique, les Celtes, le duché de Bretagne et la France et entre passé, présent et futur

Une rencontre de culture(s) – l'entrelacs du local et de l'universel, du réel et de l'imaginaire

Un humanisme "à la bretonne" – Un entrelacs des valeurs des marins et des terriens
Extrait du portrait identitaire de la Bretagne

T2

DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

ENGAGEMENTS OPERATIONNELS VOLONTAIRES / A LA CARTE

Les transitions 2 et 3 trouvent une réalité opérationnelle à travers les feuilles de route thématiques établies pour chacune des priorités régionales.

LES PARTENAIRES PEUVENT ADHERER S'ILS LE SOUHAITENT A UNE OU PLUSIEURS FEUILLES DE ROUTE SELON LEURS COMPETENCES ET PRIORITES D'ACTION.

La feuille de route précise pour chaque thématique stratégique régionale :

- l'ambition régionale
- la cartographie des acteurs et le système de gouvernance retenu pour traiter la thématique de la manière la plus efficiente au regard des domaines de compétence et de responsabilités des acteurs.
- le plan d'action partagé d'échelle régionale en tenant compte notamment des stratégies intégrées des Destinations touristiques
- les engagements respectifs en termes de moyens (humains / ingénierie, techniques et financiers)

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

DIVERSIFIER

DIFFERENCIER LA DESTINATION BRETONNE PAR SES DESTINATIONS

Capitaliser sur les singularités, les différences de rythmes, de cultures, d'ambiances, de paysages pour renforcer l'attractivité et la fidélisation

#15
S'engager dans la dynamique des 10 Destinations touristiques pour assurer une immersion dans une pluralité d'Univers distincts et singuliers

#16
Faire des sites naturels et culturels à forte notoriété et à fort potentiel de notoriété les vitrines de l'excellence touristique Bretonne et des vecteurs de rayonnement et de diffusion sur le territoire

#17
Faire des îles des territoires en pointe de la gestion des ressources et des espaces naturels et d'exploration des transitions par un tourisme équilibré toute l'année

UNIR

RENFORCER LES LIENS ENTRE LES HOMMES ET LES TERRITOIRES

Faire des liens humains et territoriaux un vecteur d'immersion « transportant » les visiteurs du réel à l'imaginaire, dans les cultures et entre les territoires

#18
Assurer une Bretagne des proximités pour les bretons et les visiteurs par les mobilités

#19
Faire de l'itinérance douce terrestre un vecteur de découverte des cultures et des univers bretons et de performance économique

#20
Valoriser la culture vivante pour renforcer les liens entre touristes et habitants

#21
Faire de notre modèle organisationnel une force pour conduire collectivement de nouveaux chantiers partagés

AFFIRMER

FAIRE DE LA MER, DES CANAUX ET DU PATRIMOINE UN LEVIER DE PERFORMANCE ET DE SINGULARITE

Singulariser, valoriser, innover en tissant des liens entre les acteurs, les patrimoines et l'identité maritime et nautique en Bretagne

#22
Développer une approche équilibrée entre impératif de conservation, exigence de valorisation et enjeux d'expérience immersive dans les patrimoines

#23
Faire de la Bretagne la première destination nautique de France en capitalisant sur la diversité unique de ses bassins de navigation et sur les liens entre les 3 pans de la filière nautique

#24
Faire des canaux un trait d'union entre eau douce, terre et mer en valorisant les multiples dimensions / usages de cet univers.

ENGAGEMENTS

Opérationnels et volontaires / à la carte des partenaires (moyens humains, techniques et financiers)

#15
Feuille de route Destinations touristiques

#16
Feuille de route sites d'exception

#17
Feuille de route îles

#18
Feuille de route mobilités touristiques

#19
Feuille de route itinérance douce terrestre

#20
Feuille de route tourisme patrimonial et culturel

#21
Feuille de route Tourisme Social et Solidaire

#22
Feuille de route tourisme patrimonial et culturel

#23
Feuille de route nautisme et plaisance

#24
Feuille de route canaux de Bretagne

S'engager dans la dynamique des 10 Destinations touristiques pour assurer une immersion dans une pluralité d'Univers distincts et singuliers

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « Destinations touristiques ».

Objectifs

- Reconnaître les 10 Destination touristiques comme les territoires de projet, maille de référence du développement touristique en Bretagne.
- Reconnaître les stratégies intégrées des Destinations comme document de référence – faire valoir de l'ambition et de la trajectoire touristique locale en matière de développement touristique (activité / mobilité – répartition spatiale / hébergement / etc.)
- Participer à mieux exprimer la richesse des univers de la destination régionale en singularisant l'offre au sein de chaque destination en déclinaison de son positionnement
- Travailler à une meilleure répartition des flux entre littoral, rétro-littoral, espaces urbains et ruraux, et au rayonnement depuis les sites à fort potentiel en créant de nouvelles polarités
- Faire converger les initiatives privées et publiques autour des projets coordonnées à l'échelle de la Destination : déployer un nouveau modèle d'action / gouvernance, au profit de la mise en œuvre de la stratégie et du déploiement de nouveaux modèles économiques.
- Capitaliser sur les différences pour apporter une réponse aux divers modes de consommation (slow-fast / connexion – déconnexion / etc.).

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

DIVERSIFIER

DIFFERENCIER LA DESTINATION BRETONNE PAR SES DESTINATIONS
Capitaliser sur les singularités, les différences de rythmes, de cultures, d'ambiances, de paysages pour renforcer l'attractivité et la fidélisation

Côte de granit rose baie de Morlaix :

Privilégier un tourisme tourné vers le mieux et pas seulement vers le « plus », un tourisme doux, de sensations, de sens et de contenu qui joue la carte du durable, de l'environnement au cœur d'une nature omniprésente source d'équilibre, qui privilégie les rencontres et la qualité de vie, une destination en mouvement.

Brest terres océanes :

« Une terre intense, une Destination unique, celle des phares et du bout du monde à portée de main entre littoral et urbain portant des valeurs de force, de surprise et de diversité ».

Quimper Cornouaille :

Une terre iodée, intensément bretonne, dotée d'une nature de caractère et transmettant avec fierté la diversité et la créativité de sa culture

Cœur de Bretagne Kalon Breizh :

Partir à la rencontre d'une Bretagne insoupçonnée dont les marqueurs sont : Bretagne, surprise et rencontre » Entrer par les 13 portes de la Destination pour découvrir toute la diversité de la Destination

Bretagne sud golfe du Morbihan :

Faire de la Destination Bretagne Sud Golfe du Morbihan le laboratoire d'une villégiature réinventée au service d'une expérience client à haute valeur ajoutée et selon une vision durable en capitalisant sur les patrimoines et les valeurs du territoire au service d'un nouvel art de vivre les vacances – intérêt particulier au développement de nouveaux modèles économiques sur les projets envisagés.

Baie de Saint Briec Paimpol les Caps :

Une Destination engagée « Venir en Baie de Saint Briec, ce n'est pas simplement pour faire du tourisme, c'est aussi pour accomplir un voyage. Les touristes doivent se sentir accueillis comme des habitants temporaires du territoire puis acceptés dans un territoire de vraie vie. La Destination se veut un territoire engagé qui défend des valeurs de partage, de solidarité et de respect vis-à-vis d'autrui et de l'environnement ».

Cap Fréhel – Saint Malo – baie du Mont Saint Michel :

« Un territoire de prestige, façonné par une nature généreuse et enchanté par le génie humain »

Rennes et les Portes de Bretagne :

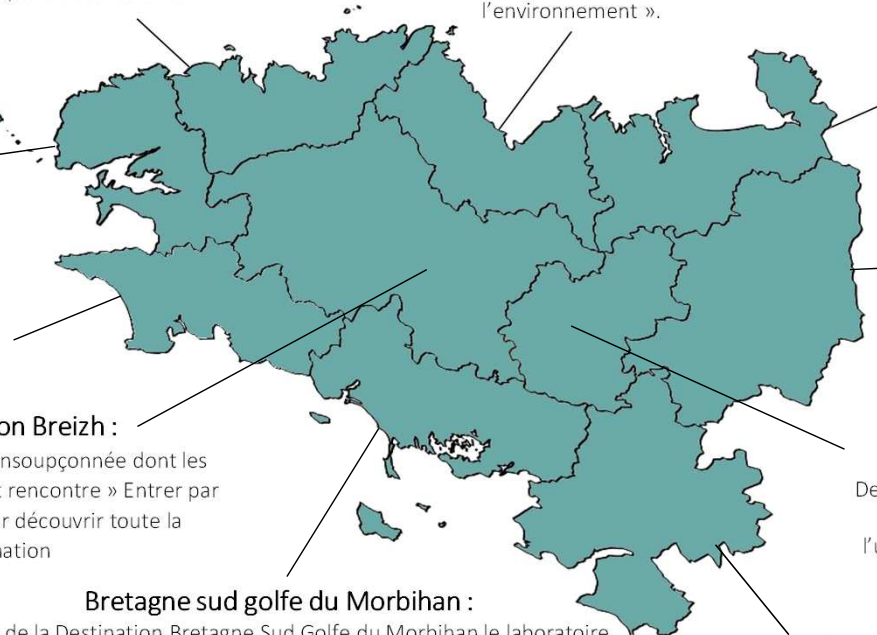
« Une Destination ville-campagne, à l'avant-garde et accessible à tous, tant par sa localisation que par son offre touristique foisonnante et plurielle. Un territoire qui se réinvente et où l'on vit des expériences inédites et surprenantes.

Brocéliande :

Devenir la première Destination contes et légendes de France – dépasser l'univers arthurien pour structurer les univers imaginaires et révéler la Destination

Bretagne Loire océan :

« Faire de l'eau un connecteur entre les territoires et l'humain ainsi qu'un fil conducteur entre des courants contraires pour créer des expériences authentiques »



T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

DIVERSIFIER

DIFFERENCIER LA DESTINATION BRETONNE PAR SES DESTINATIONS

Capitaliser sur les singularités, les différences de rythmes, de cultures, d'ambiances, de paysages pour renforcer l'attractivité et la fidélisation

#16

Faire des sites naturels et culturels à forte notoriété et à fort potentiel de notoriété les vitrines de l'excellence touristique bretonne et des vecteurs de rayonnement et de diffusion sur le territoire

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « Sites d'exception »

Objectifs

- Faire des sites naturels et culturels à forte notoriété les portes d'entrée et les symboles de l'excellence touristique bretonne ;
- Assurer un travail de prospective pour le renouvellement de l'offre et pour favoriser la gestion des flux en identifiant les sites à fort potentiel de développement sur chaque Destination ;
- Structurer les sites à fort potentiel pour assurer le renouvellement de l'offre
- Structurer les sites à fort potentiel pour une meilleure gestion des flux par la création de nouvelles polarités ;
- Assurer un accueil d'exception sur les sites naturels et culturels à forte notoriété et à fort potentiel de notoriété en replaçant le parcours visiteurs et l'usage des habitants au cœur de la réflexion ;
- Déployer une approche prospective de développement sur ces sites au regard d'une analyse des nouveaux modes de consommation / d'usage des sites naturels et culturels visant l'innovation d'approche, de forme, d'usage, de services, etc. et compatible avec les mesures de gestion et de protection auxquelles ils sont soumis ;
- Utiliser ces sites pour expérimenter et évaluer des solutions visant à s'assurer de l'équilibre social – économique et environnemental de l'action touristique (évaluation des seuils d'acceptabilité et actions en faveur d'une gestion équilibrée et durable inscrites dans les transitions)
- Interconnecter la stratégie de développement des sites avec les stratégies des Destinations où il se situent ;
- Favoriser le renvoi / la diffusion des flux depuis ces sites vers les autres sites d'exception ainsi que vers les territoires de proximité sur la Destination ;
- Capitaliser sur la notoriété des sites bretons pour faire valoir la Destination Bretagne sur les marchés.

#17

Faire des îles des territoires en pointe de la gestion des ressources et des espaces naturels et d'exploration des transitions par un tourisme équilibré toute l'année

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « îles »

Objectifs

- Assurer la convergence des dynamiques insulaires et continentales (lien entre les stratégies des îles et celles des Destinations touristiques) tout en assurant la transversalité des démarches inter-îles.
- Prendre en compte la fragilité des îles : changement climatique, accès à l'eau potable et à l'énergie, gestion des déchets, etc...
- Agir en faveur de la structuration et de la gestion durable des îles à travers l'innovation sociale, économique et environnementale
- Penser un tourisme intégré et intégrateur des dynamiques locales dans un objectif de structuration et de gestion durable de ces espaces
- Assurer une intégration du fait touristique aux autres activités insulaires en favorisant une consommation touristique de biens et services soucieuse de l'environnement et en phase avec la capacité d'accueil (seuil d'acceptabilité social par la population et au regard de l'expérience touristique vécue, économique et environnemental)
- Assurer, au regard des capacités d'accueil, une démarche proactive de gestion des flux pour tenir compte des spécificités des îles, notamment pour mieux étaler la fréquentation dans le temps et pallier aux problématiques de pression, notamment estivales.
- Sensibiliser les visiteurs aux équilibres environnementaux et sociaux pour favoriser les comportements responsables des visiteurs (via le transport notamment)

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

UNIR

RENFORCER LES LIENS ENTRE
LES HOMMES ET LES
TERRITOIRES
*Faire des liens humains et
territoriaux un vecteur
d'immersion « transportant »
les visiteurs du réel à
l'imaginaire, dans les cultures
et entre les territoires*

#18

Assurer une Bretagne des proximités pour les bretons et les visiteurs par les mobilités

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « mobilités touristiques »

Objectifs

- Inscrire le tourisme dans la dynamique Breizh Cop visant à « Faire vivre une Bretagne des proximités »
- Mieux intégrer la mobilité dans les projets d'aménagement / de structuration touristique pour limiter les déplacements contraints et assurer le chainage transport / activité / hébergement
- Assurer l'intermodalité et structurer l'offre de transport en assurant la continuité de service, notamment depuis les portes d'entrée, pour favoriser la circulation des clientèles et les séjours sans voiture
- Favoriser une nouvelle occupation des espaces rapprochant activités économiques et lieu de vie et de résidence
- Intégrer la dimension touristique aux réflexions relatives à la structuration et à l'organisation des mobilités en Bretagne notamment dans le cadre des réflexions liées à l'amélioration de l'offre de transports publics portées par les services associés
- Utiliser le tourisme comme laboratoire d'expérimentation de nouvelles mobilités
- Privilégier les mobilités décarbonées et assurer l'intermodalité (notamment cyclable);
- Limiter l'usage de la voiture et des flux motorisés et affirmer les déplacements doux
- Structurer les portes d'entrée (portuaires/ aéroportuaires/ ferroviaires) pour assurer un accueil d'exception en tenant compte des spécificités des clientèles cibles et marchés prioritaires tout en favorisant la diffusion des flux
- Prendre en compte l'offre privée et collaborative dans les problématiques d'intermodalité et rechercher l'interopérabilité des offres
- Simplifier l'information sur l'offre existante et la préparation / réservation des parcours intermodaux

#19

Faire de l'itinérance douce terrestre un vecteur de découverte des cultures et des univers bretons et de performance économique

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « itinérance douce terrestre »

Objectifs

- Capitaliser sur les grands itinéraires régionaux pour structurer et singulariser une « itinérance bretonne » :
 - Thématiser l'itinérance sur chaque Destination au regard de leurs positionnements.
 - Faire de l'itinérance un moyen d'immersion dans la singularité des territoires, en favorisant le renvoi vers les patrimoines naturels, culturels, les savoir-faire, etc.
 - Structurer le lien terre-mer / terre-eau pour proposer une itinérance plurielle, multi-pratiques, en capitalisant sur les zones de contact / proximité entre itinérance terrestre et nautique, en développant des « hubs » multi-pratiques
- Penser le développement de l'offre de services de manière intégrée :
 - Capitaliser et valoriser sur l'existant avant de créer de nouveaux équipements
 - Rechercher à mutualiser les services et équipements avec d'autres pratiques (randonnée pédestre, trail, VTT, activités nautiques...)
 - Penser la structuration de l'itinérance et notamment des aires d'arrêt de sorte à optimiser les retombées économiques en les connectant avec les pôles de consommation (prestataires en cœur de bourg, etc.) ou d'intérêt patrimonial/culturel
- Intégrer / faire converger les usages / enjeux touristiques et ceux des populations locales dans la structuration des itinéraires.

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

UNIR

RENFORCER LES LIENS ENTRE
LES HOMMES ET LES
TERRITOIRES

Faire des liens humains et territoriaux un vecteur d'immersion « transportant » les visiteurs du réel à l'imaginaire, dans les cultures et entre les territoires

#20

Valoriser la culture vivante pour renforcer les liens entre visiteurs et habitants

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « Tourisme patrimonial et culturel »

Objectifs

- Capitaliser et renforcer les valeurs d'accueil déjà reconnues en Bretagne
- Faire du patrimoine culturel un levier de développement pour la Bretagne
- Structurer et faire valoir les liens et la richesse d'une culture vivante
- Capitaliser sur l'imaginaire qu'évoque la Bretagne en lien avec le code de marque
- Utiliser l'héritage culturel comme vecteur de transmission d'idées, de valeurs, etc.
- Valoriser les singularités culturelles locales et régionales dans un esprit d'ouverture et d'échange
- Faire des séjours touristiques une occasion de participer à la vie culturelle locale, notamment à travers le concept de tourisme créatif (Tourisme créatif : permettre au voyageur de découvrir et comprendre la culture locale en participant activement à des activités liées à son patrimoine immatériel et plus généralement son identité, son ADN) ;
- Structurer les liens et favoriser les échanges entre acteurs culturels et touristiques du territoire

#21

Faire de notre modèle organisationnel une force pour conduire collectivement de nouveaux chantiers partagés

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription aux feuilles de route afférentes aux marchés stratégiques ouverts et à venir

Objectifs

- Engager collectivement de nouveaux marchés / de nouvelles thématiques d'intérêt régional pour répondre aux évolutions du contexte et des clientèles (évolution des modèles de consommation ou ciblage de nouvelles clientèles), aux opportunités ou aux enjeux émergents ;
- Ouvrir ces chantiers dès lors qu'ils répondent à une problématique régionale ou remontant de plusieurs territoires de Destination et sous réserve d'une validation collective lors des Rencontres du tourisme ;
- Organiser la réponse opérationnelle à chaque nouvelle thématique par l'établissement d'une feuille de route spécifique ou d'un plan d'actions partagé précisant l'ambition régionale, le plan d'actions et l'organisation des acteurs et moyens afférents ;
- **Un marché stratégique d'ores et déjà engagé : Tourisme Social et Solidaire - Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route Tourisme Social et Solidaire**
 - Au-delà de la feuille de route, l'économie sociale et solidaire gagne à infuser l'ensemble de l'offre (Cf. #5)

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

AFFIRMER

FAIRE DE LA MER, DES CANAUX ET DU PATRIMOINE UN LEVIER DE PERFORMANCE ET DE SINGULARITE

Singulariser, valoriser, innover en tissant des liens entre les acteurs, les patrimoines et l'identité maritime et nautique en Bretagne

#22

Développer une approche équilibrée entre impératif de conservation, exigence de valorisation et enjeux d'expérience immersive dans les patrimoines

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « Tourisme Patrimonial et culturel »

Objectifs

- Contribuer à la sauvegarde et à la conservation des éléments les plus remarquables des patrimoines naturels, paysagers et culturels bretons en développant une approche équilibrée entre impératif de conservation et exigence de valorisation touristique
- Faire des patrimoines des leviers d'immersion dans les cultures bretonnes
- Diversifier les approches d'interprétation pour apporter une réponse aux divers modes de consommation des patrimoines
- Tisser des liens entre territoires et patrimoines pour trouver la bonne échelle d'interprétation et de déploiement des outils (notamment numériques)
- Jouer la complémentarité entre sites, notamment à l'échelle d'une même Destination tant sur les messages à délivrer que sur les approches interprétatives et les médiums d'interprétation à déployer ;
- Valoriser les patrimoines en attachant une réflexion particulière à l'innovation d'usage, de forme, de service
- Tisser des liens entre culture vivante et patrimoine pour animer et faire vivre les sites – assurer une formation et une montée en compétence du monde associatif sur les enjeux touristiques
- Contribuer à l'attractivité et à la qualité des « Musées de France » en Bretagne

#23

Faire de la Bretagne la première destination nautique de France en capitalisant sur la diversité unique de ses bassins de navigation et sur les liens entre les 3 pans de la filière nautique

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « Activités nautiques et plaisance »

Objectifs

- Faire de la Bretagne la première destination nautique de France (durable, pratiques, attractivité, etc.)
- Singulariser l'offre en la structurant dans une logique de bassins de navigation ou de pratique ;
- Favoriser une pratique nautique toute l'année en capitalisant sur les pratiquants, l'événementiel et l'unique diversité des bassins de navigation et de pratique (développer la navigation maritime et fluviale)
- Développer l'itinérance maritime et fluviale
- Démocratiser le nautisme pour en assurer l'accessibilité tant auprès d'un public breton qu'auprès des visiteurs ;
- Revoir/concevoir les projets de développement des centres nautiques, des haltes fluviales et des ports de plaisance :
 - En mettant l'utilisateur au centre du projet de développement ;
 - En intégrant les priorités économiques, sociales et environnementales du territoire à son projet de développement en favorisant le renvoi vers l'offre des territoires ;
 - En favorisant les synergies avec les autres pratiques (itinérance maritime, fluviale, terrestre, visite patrimoniale etc.) et le renvoi vers l'offre touristique des territoires ;
- Renforcer les liens et coordonner les 3 pans de la filière nautique au profit de l'innovation touristique, du développement de l'économie et de l'emploi, ainsi que du développement durable ;
- Soutenir l'engagement régional au profit de la gestion durable de la filière, et notamment sur la partie gestion des déchets (fusées de détresse et déconstruction de bateaux, aire de carénage, etc.)
- Intégrer les démarches régionales de coordination de la filière au profit de l'objectif visé : faire de la Bretagne la première destination nautique de France
- Positionner la Bretagne comme laboratoire d'innovation nautique à travers la clientèle touristique (bêta testeurs)
- Agir en faveur de la gestion durable des espaces maritimes et de leurs usages (mouillages, périodes de navigation sur les sites de migration...)
- Assurer un encadrement des pratiques pour ne pas impacter l'environnement (mouillages, lieux de pratiques près de sites sensibles) et assurer la sensibilisation à la préservation des écosystèmes marins, fluviaux et littoraux.

T2

TRANSITION 2 DESTINATION-S D'EXCELLENCE

La Bretagne est riche de sa diversité : Sortir des clivages et des antagonismes et affirmer l'interface terre /mer comme signature de l'offre bretonne

AFFIRMER

FAIRE DE LA MER, DES CANAUX ET DU PATRIMOINE UN LEVIER DE PERFORMANCE ET DE SINGULARITE

Singulariser, valoriser, innover en tissant des liens entre les acteurs, les patrimoines et l'identité maritime et nautique en Bretagne

#24

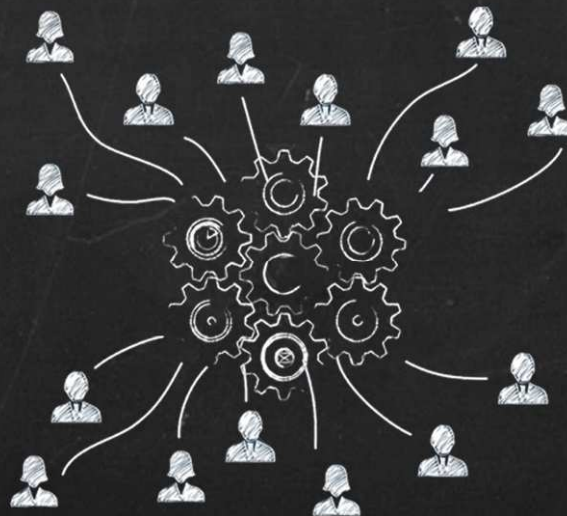
Faire des canaux un trait d'union entre eau douce, terre et mer en valorisant les multiples dimensions / usages de cet univers

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « canaux de Bretagne »

Objectifs

- Capitaliser sur la structuration des grands itinéraires régionaux en les interconnectant avec les démarches portées par les différentes Destinations pour structurer et singulariser une « itinérance fluviale bretonne » (thématiser l'itinérance sur chacune des Destinations au regard des positionnements retenus) ;
- Faire ressortir les traits communs et différenciant des 3 axes fluviaux bretons : Blavet, Canal de Nantes à Brest et liaison Manche Ocean) et en faire des leviers de la communication (marque principale et 3 sous marques (une par voie d'eau)) ;
- Structurer l'itinérance non comme une fin en soi mais comme un moyen d'immersion dans la singularité des territoires – penser dès la genèse des projets au renvoi vers les patrimoines naturels, culturels, les savoir-faire, etc.;
- Prendre en compte l'interface terre-mer, terre-eau à ses différentes échelles :
 - Favoriser le développement, la structuration et la montée en qualité de hubs multi pratiques et des services associés – Assurer une itinérance plurielle, multi-pratiques / usages, en capitalisant sur les zones de contact / proximité entre itinérance terrestre et nautique ;
 - Capitaliser sur le patrimoine fluvial (maisons éclésiastiques notamment), les synergies locales, publiques, associatives ou privées pour favoriser et/ou développer des moyens d'accès aux services innovants ;
 - Connecter l'Armor et l'Argoat pour faire découvrir la pluralité d'univers de la Bretagne ;
- Penser la structuration des aires d'arrêt fluviales et des pôles de services le long des canaux de sorte à optimiser les retombées économiques en les intégrant aux dynamiques et politiques de développement des bourgs / pôles de consommation. (en lien avec les dispositions des contrats de canal) ;
- Intégrer / faire converger les enjeux touristiques et ceux des populations locales dans la structuration des itinéraires ;
- Associer les différents gestionnaires des voies d'eau aux réflexions régionales d'observation et de perspectives (y compris en Loire Atlantique sur le Nantes à Brest) ;
- Intégrer les enjeux de gestion du milieu et les multi-usages du des Voies navigables ;
- Agir en faveur de la gestion durable des Voies navigables et de leurs usages (voies en partage prise en compte des multiples usages) en prenant notamment en compte la stratégie biodiversité des canaux bretons ;
- Développer des offres accessibles financièrement (nouvelle navigation) pour valoriser les territoires et renouveler l'offre de navigation actuelle ;

TRANSITION 3



La Bretagne : Entrelacs des racines et de l'ailleurs
Extrait du portrait identitaire de la Bretagne

T3

OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

ENGAGEMENTS OPERATIONNELS VOLONTAIRES / A LA CARTE

Les transitions 2 et 3 trouvent une réalité opérationnelle à travers les feuilles de route thématiques établies pour chacune des priorités régionales.
LES PARTENAIRES PEUVENT ADHERER S'ILS LE SOUHAITENT A UNE OU PLUSIEURS FEUILLES DE ROUTE SELON LEURS COMPETENCES ET PRIORITES D'ACTION.

La feuille de route précise pour chaque thématique stratégique régionale :

- l'ambition régionale
- la cartographie des acteurs et le système de gouvernance retenu pour traiter la thématique de la manière la plus efficiente au regard des domaines de compétence et de responsabilités des acteurs.
- le plan d'action partagé d'échelle régionale en tenant compte notamment des stratégies intégrées des Destinations touristiques
- les engagements respectifs en termes de moyens (humains / ingénierie, techniques et financiers)

T3

TRANSITION 3

OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

RAYONNER

ASSURER LA PRESENCE LOCALE, NATIONALE ET INTERNATIONALE DE LA DESTINATION BRETAGNE

Amplifier le rayonnement de la Bretagne : une région ouverte au monde

#25

Renforcer la présence et la visibilité de la Bretagne auprès des marchés de proximité et partager une stratégie d'attractivité au national

#26

Renforcer la présence et la visibilité de la Bretagne en Europe et partager une stratégie d'attractivité à l'international

#27

Favoriser l'accès à l'information ainsi que la fluidité du parcours client par le numérique

ENGAGEMENTS

À prendre en compte dans la manière d'opérer les projets régionaux et territoriaux

#25

Feuille de route attractivité et rayonnement touristique

#26

Feuille de route attractivité et rayonnement touristique

#27

Démarche e-Breizh Connexion



TRANSITION 3

OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

RAYONNER

ASSURER LA PRESENCE INTERNATIONALE DE LA DESTINATION BRETAGNE

Amplifier le rayonnement de la Bretagne : une région ouverte au monde

#25

Renforcer la présence et la visibilité de la Bretagne auprès des marchés de proximité et partager une stratégie d'attractivité au national

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « attractivité et rayonnement touristique »

Objectifs

- Partager les valeurs communes et le code de marque (Marque Bretagne) pour renforcer une image moderne, cohérente et lisible de la destination Bretagne auprès des publics cibles ;
- Coordonner les messages / contenus éditoriaux aux différents échelons territoriaux et avec les acteurs privés sur un même territoire pour éviter les messages / positionnements divergents qui nuiraient à la lisibilité de l'offre ;
- Systématiser le partage et la coordination des plans de communication entre les différents échelons territoriaux dans une double logique de favoriser leur complémentarité ou d'optimiser leur convergence (mutualisation) pour adresser certains marchés stratégiques et optimiser la pénétration des marchés cibles ;
- Renforcer l'approche visant les populations résidentes, l'excursionnisme qui représente un tiers des retombées économiques touristiques régionales ainsi que le tourisme de proximité ;
- Développer et tisser des alliances territoriales en fonction d'enjeux stratégiques identifiés puis mener des actions conjointes (sur les volets développement et communication) avec d'autres territoires et régions pour renforcer le rayonnement de la Bretagne ;
- Renforcer l'attractivité économique de la filière touristique en Bretagne pour attirer de nouveaux investisseurs ;
- Optimiser la coordination des actions des opérateurs régionaux (CRT, BDI, BCI) en faveur de l'attractivité touristique ;
- Capitaliser sur la diaspora bretonne pour favoriser le rayonnement de de la Bretagne sur des volets stratégiques ;

#26

Renforcer la présence et la visibilité de la Bretagne en Europe et partager une stratégie d'attractivité à l'international

Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la feuille de route « attractivité et rayonnement touristique »

Objectifs

- Communiquer systématiquement sous une bannière commune et sous couvert de la Marque Bretagne pour les campagnes à l'international (marchés européens et lointains) ;
- Systématiser le partage et la coordination des plans de communications en faveur des campagnes internationales ;
- Favoriser les actions mutualisées de promotion et de communication (acteurs publics et privés) pour optimiser les campagnes et optimiser la visibilité de la Bretagne ;
- Croiser les actions / opérations d'attractivité touristique avec celles portées en faveur de l'attractivité économique ;
- Renforcer l'attractivité économique de la filière touristique en Bretagne pour attirer de nouveaux investisseurs ;
- Optimiser la coordination des actions des opérateurs régionaux (CRT, BDI, BCI) en faveur de l'attractivité touristique ;
- Intégrer la dimension touristique dans les plans d'actions et documents d'attractivité développés avec nos territoires de coopération ;
- Capitaliser sur la diaspora bretonne pour favoriser le rayonnement de la Bretagne à l'international ;
- Capitaliser sur la dynamique « Mécènes de Bretagne » sur son volet attractivité ;
- Développer et tisser des alliances territoriales en fonction d'enjeux stratégiques identifiés puis mener des actions conjointes (sur les volets développement et communication) avec d'autres pays pour renforcer le rayonnement de la Bretagne / du tourisme breton ;
- Accompagner les coopérations entre des territoires bretons et les territoires étrangers en matière de tourisme ainsi qu'entre les entreprises bretonnes et les tour opérateurs internationaux ;
- Faire des solidarités des régions celtiques un atout de développement ;

T3

TRANSITION 3

OUVERTURE

Assurer le lien entre Bretagne territoriale et Bretagne Monde : une ouverture au « grand large »

RAYONNER

ASSURER LA PRESENCE INTERNATIONALE DE LA DESTINATION BRETAGNE

Amplifier le rayonnement de la Bretagne : une région ouverte au monde

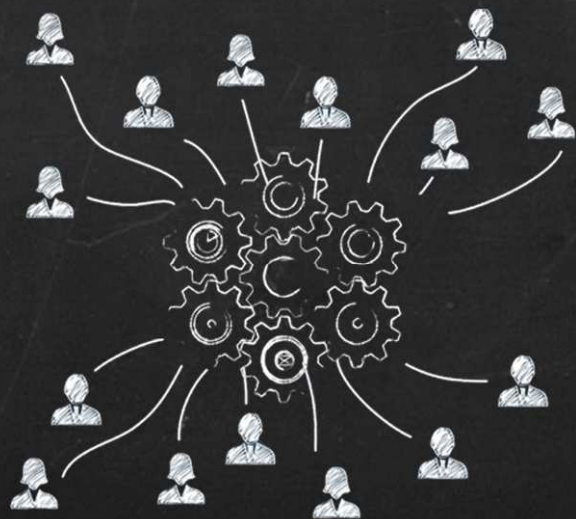
#27

Favoriser l'accès à l'information ainsi que la fluidité du parcours client par le numérique

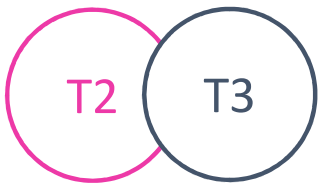
Opérationnalisation : Engagement volontaire / à la carte via souscription à la démarche e-Breizh Connexion

Objectifs

- Optimiser la visibilité et la capacité à pénétrer les marchés;
- Améliorer l'expérience de l'utilisateur à chaque étape de son parcours : avant, pendant et après séjour ;
- Favoriser la consommation grâce à des offres mieux identifiables et réservables en ligne ;
- Mettre le touriste (résidents du territoire, excursionnistes, séjournants) au centre des réflexions / adapter la réponse numérique aux attentes et évolutions des comportements
- Assurer la cohérence : ergonomie commune, continuité des services et usages entre les territoires, etc. ;
- Enrichir l'offre de chacun avec l'offre des territoires voisins par une démarche partagée tout en maintenant la spécificité et l'identité de chaque destination ;
- Optimiser la donnée (client (GRC) information touristique (SIT) offre commercialisable (PIM) pour proposer des offres adaptées et optimiser le taux de conversion ;
- Développer le partage d'expériences et mutualiser les coûts et ressources entre acteurs du tourisme breton pour bénéficier d'outils et de fonctionnalités évolutives à la pointe ;
- Déployer un modèle avec un triple niveau de mutualisation : entre acteurs touristiques (en Bretagne et au national), en lien avec des démarches numériques publiques hors tourisme mais également en favorisant le partenariat public privé (Grands comptes Startups) ;



LES FEUILLES DE ROUTE REGIONALES : PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT



APPROCHE CONDUISANT A L'ELABORATION D'UNE FEUILLE DE ROUTE REGIONALE :

1. La thématique est identifiée dans le SRDTL
2. La thématique est identifiée comme « marché stratégique » car elle représente un enjeu régional
3. La thématique est identifiée comme « marché stratégique » car elle représente un enjeu partagé par plusieurs Destinations et est validée comme tel lors des Rencontres du tourisme (méthode précisée à l'enjeu #21 (T2 – Unir #21))

Identification des parties prenantes
(N+1 des nouvelles parties prenantes)

Sourcing des partenaires auprès :

- Des autres services / directions et opérateurs d'échelon régional
- Des Départements + opérateurs
- des Destinations
- Des réseaux concernés

Définition de l'ambition, du plan d'actions et de la gouvernance

Animation régionale du groupe technique constitué et organisation des groupes de travail
Construction / consolidation de l'état des lieux partagé, de l'ambition et des enjeux régionaux et du plan d'actions en lien / phase avec les stratégies des partenaires

Définition des pilotes par action au regard du plan d'actions

Elaboration de la cartographie des acteurs et moyens qu'ils consentent à mettre au profit de la mise en œuvre des actions

Adoption de la feuille de route par les partenaires / parties prenantes volontaires

REGION
Adoption / Vote en commission permanente :

- De la feuille de route et de son plan d'actions
- Des outils / moyens nécessaires à la mise en œuvre du plan d'actions (politique touristique et autres politiques régionales)

PARTENAIRES PUBLICS / PRIVES / ASSOCIATIFS
Présentation de la feuille de route
Adoption / Vote par les instances :

- Du plan d'actions / actions les concernant
- Des outils / moyens nécessaires à sa mise en œuvre

Diffusion de la feuille de route

Mise en œuvre du plan d'actions

Mise en œuvre des actions par chaque pilote
Selon les actions, coordination des partenaires par les pilotes identifiés
Coordination générale des actions par l'échelon régional

Via :
Coordinateurs des Destinations touristiques
Partenaires engagés (Départements, réseaux, etc.)
Courrier
Point lors des Rencontres du tourisme
Plateforme des développeurs

Evaluation annuelle de la feuille de route

Suivi du tableau de bord de la feuille de route
Organisation d'un COPILOT pour faire le bilan des actions et évaluer leur impact

Adaptation de la feuille de route / priorisation des actions

En septembre – octobre au regard du bilan annuel : identification de nouveaux partenaires, adaptation / priorisation d'actions / nouvelles actions pour inscription au BP N+1

