

FAIRE VENIR PLUS DE TOURISTES DANS LE PILAT ? D'ACCORD, MAIS PAS À N'IMPORTE QUEL PRIX ! LE PROGRAMME EUROPÉEN LEADER A PERMIS DE TESTER DES ACTIONS ALTERNATIVES POUR DÉVELOPPER LE TOURISME ET L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE EN PRÉSERVANT L'ENVIRONNEMENT.

Comment faire connaître le Pilat, dont le nom évoque encore souvent une dune sur la façade atlantique ? Comment attirer plus de touristes sans risque de dénaturer les sites ? Comment communiquer auprès des visiteurs sur les valeurs liées à l'environnement ? Comment, plus largement, développer les activités économiques dans le massif du Pilat en limitant les impacts négatifs sur les milieux naturels ? Autant de questions qui mobilisent les acteurs du territoire et pour lesquelles le programme européen Leader a permis d'apporter des réponses originales.

Dans le domaine du tourisme, une vingtaine d'opérations a ainsi été soutenue par ce biais, avec l'appui de la Région Rhône-Alpes et du Conseil Général de la Loire. Elles ont consisté

d'une part à promouvoir le Pilat comme une destination "nature" et d'autre part à développer une offre correspondant aux principes du tourisme durable. Le programme a notamment aidé à valoriser les solutions alternatives à la voiture individuelle pour venir et se déplacer dans le Pilat : transports en commun, covoiturage, vélo...

Les actions soutenues ont contribué à faire travailler ensemble les différents acteurs du tourisme sur le territoire, collectivités, associations et professionnels de l'hôtellerie-restauration, pour augmenter la notoriété de la destination Pilat et son positionnement "découverte et nature". La démarche initiée doit être encore aujourd'hui poursuivie et surtout généralisée à l'ensemble des activités économiques présentes dans le Pilat.

ECLAIRAGE

"Une activité intimement liée au territoire"

Hughes Bésau, directeur de l'ingénierie, de la prospective et de l'innovation, Rhône-Alpes tourisme



Quelles sont les retombées du tourisme sur un territoire ?

Le tourisme évolue aujourd'hui considérablement. La clientèle ne vient plus simplement pratiquer une activité, elle a envie de découvrir le territoire, de rencontrer les habitants, de partager des expériences. On estime actuellement que 30 à 40 % des dépenses des touristes se font en dehors du secteur touristique stricto sensu, c'est-à-dire hors de l'hôtellerie-restauration, des activités et des prestations classées "tourisme". Ce sont par exemple des achats de produits locaux ou de services autres que touristiques. Cette part des retombées économiques, sociales, culturelles de l'activité touristique croît de plus en plus. C'est une chance pour les territoires qui ont des singularités et sont à même de proposer une offre répondant à ces nouvelles attentes.

CONDRIEU

"Chez Odile et Georges", un gîte en progrès continu

Chauffage aux granulés bois, production d'eau chaude solaire, compostage des déchets végétaux, récupération des eaux pluviales... le gîte d'Odile Delorme et Georges Raserà à Condrieu est le premier labellisé éco-gîte dans le département du Rhône. "Nous avons donc naturellement été intéressés quand le Parc du Pilat a lancé un appel à participation au projet de charte européenne du tourisme durable", explique Odile. "Même si nous avons déjà un label d'éco-gîte, nous pouvons toujours progresser." Le diagnostic réalisé dans ce cadre a permis en effet aux propriétaires du gîte de dégager des voies d'amélioration, notamment dans le domaine de la communication. A la suite du diagnostic, Odile a ainsi participé à un atelier numérique organisé par la Maison du tourisme avec l'appui financier du programme Leader. "Avec d'autres hébergeurs du Pilat, j'ai appris à créer et animer un site Internet", raconte la propriétaire. "Ce travail de groupe nous a aidés à valoriser également le volet "nature du territoire." Le précédent site web du gîte ne mentionnait pas, par exemple, les solutions de mobilité douce. Désormais, le site gîte-raserà-condrieu.fr propose un lien vers la page "Sans voiture" du site pilat-tourisme.fr. "J'ai apprécié le double accompagnement apporté par le biais du programme Leader, souligne Odile. D'une part individuel pour améliorer notre offre et d'autre part collectif pour promouvoir de façon cohérente le Parc du Pilat et faire en sorte qu'il soit reconnu comme un territoire engagé dans le domaine du tourisme durable."

FICHE ACTION N° 2

Mobiliser et sensibiliser les acteurs pour la prise en compte des impacts de l'économie sur l'environnement et le territoire

21 opérations soutenues
276 565 euros
de financements attribués

TERRITOIRE DU PILAT

Des outils-relais d'information et de promotion

Créée en 1994, la Maison du tourisme du Pilat fédère des partenaires publics et privés et dispose de l'agrément Office de tourisme 3 étoiles. Cette structure a piloté plus du tiers des actions soutenues par le programme Leader pour développer l'image de la destination autour d'une même marque "Pilat, mon Parc naturel régional" et appuyer les initiatives en faveur d'un tourisme durable. "Pour faire connaître auprès d'une clientèle locale l'ensemble de l'offre touristique, pas seulement les hébergements et la restauration, mais aussi les produits du terroir, les activités de loisirs, etc., nous avons lancé un système de cartes cadeaux thématiques, détaille Jean-Paul Guérin, le directeur de la Maison du tourisme. Ces cartes fonctionnent comme des bons d'achat auprès des différents prestataires, ce qui permet d'offrir une visibilité plus complète de notre destination."

Autre outil de promotion, des présentoirs de fiches loisirs ont été mis en place dans plus d'une centaine de lieux touristiques pour inciter les visiteurs à revenir découvrir d'autres sites. "Le principe est toujours de faire le lien entre l'ensemble des acteurs pour relayer l'information et accroître la notoriété du Pilat, commente Jean-Paul Guérin. De la même façon, nous nous sommes appuyés, la fois sur les restaurateurs, hébergeurs, prestataires de loisirs et sur les autorités organisatrices de transport (AOT) sur le territoire pour communiquer sur les dessertes des sites touristiques en dehors de la voiture individuelle. Covoiturage, auto-partage, transports en commun..., des solutions existent, il s'agit de les mettre en avant et d'inciter les visiteurs à les utiliser."

