

AG 2016

RAPPORT MORAL

30 JUIN 2016

Origine : Arnaud Durix

Destinataire : membres adhérents

Madame, Monsieur, Cher(e)s membres,

L'année 2015 a été riche en émotions à titre personnel et en défis collectifs à relever !.

Riche en émotions personnelles car vous avez bien voulu me confier la présidence de cette agence en avril 2015. Depuis cette date, vous êtes à mes côtés pour conduire les nombreux défis qui sont à relever.

Dès sa prise de fonction, le Président André ACCARY a souhaité fixer une ligne directrice et faire de la Saône-et-Loire une véritable Destination de séjours. Aux côtés d'Elisabeth ROBLOT, Vice-Présidente en charge du Tourisme et de l'Attractivité, nous nous efforçons de rencontrer et mettre en synergie l'ensemble des acteurs du tourisme pour atteindre cet objectif.

J'ai aussi beaucoup de satisfaction à partager ces objectifs et ces valeurs avec les membres du Bureau et plus particulièrement au quotidien avec Mme BACHELET(trésorière) et Mr MATTEO (secrétaire) que je remercie aussi sincèrement.

L'agence de développement
touristique et de promotion
du territoire de Saône-et-Loire

389 av. de Lattre de Tassigny
71000 Mâcon - France

Tél : +33 (0) 3 85 21 02 20

destination-saone-et-loire.fr
info@adt71.com |    

SIRET : 41191971500010 / APE : 9499Z

Riche en défis collectifs

A ce propos, il est frappant de constater combien les défis que nous avons identifiés avant notre élection, se sont accélérés à un point tel qu'aujourd'hui nous sommes en plein dedans (baisse des budgets, réforme territoriale, évolution du marché du tourisme, etc...)

Mais revenons précisément sur cette année 2015 que je partage avec Mr Drapier qui en a assuré la présidence jusqu'en Avril. Je le redis ici : je le remercie pour le travail accompli et la transmission professionnelle, intelligente et très cordiale qu'il a faite.

Pour ma part, j'ai pris de temps de faire un diagnostic fonctionnel, opérationnel, stratégique et politique du tourisme en Saône&Loire et au sein de cette agence.

Mes conclusions ont été qu'il fallait corriger certaines actions, en conserver d'autres ou encore les démultiplier.

Le premier défi à relever vient d'un constat simple qui est que notre destination est trop peu connue au regard de notre potentiel. Trop peu d'actions car aussi trop peu de budget. Nous pourrions avoir la plus belle destination du monde... si personne ne le sait, cela peut nous être légitimement reproché. C'est notre première mission de promouvoir notre territoire. C'est bien sûr aussi de l'organiser, de le structurer, de l'aménager au côté du Département qui nous le demande et notre agence s'y attache depuis longtemps.

Pour autant, aucun autre organisme local n'a pour mission de promouvoir la Saône&Loire en dehors de ses limites géographiques. Nous sommes le seul !

Par contre, plusieurs organismes travaillent à l'aménagement : Caue, Atd, CD71, etc... et nous nous inscrivons à leurs côtés.

Aussi ce constat m'a conduit à vous proposer de développer et d'investir plus encore dans des actions de **promotion et de communication**, tout ceci sur les bases d'un marketing solide et d'un positionnement touristique réaliste et innovant initié depuis peu.

Nous devons démultiplier les actions, les budgets, les réseaux, les interlocuteurs. Nous avons le devoir de connecter notre offre de grande qualité à une demande touristique régionale, nationale et internationale. L'économie touristique de la Saône&Loire doit passer d'une économie de production à une économie de marché où l'offre rencontre la demande dans ce contexte hyperconcurrentiel qu'on connaît.

Les bouleversements de la consommation touristique et de la toute-puissance du numérique nous obligent à prendre un nouveau départ.

Un besoin de renouveau est indispensable.

Sous l'égide du Conseil Départemental, Destination Saône&Loire a une feuille de route budgétaire qui nous permet d'être opérationnels dans ce sens.

Le deuxième défi est numérique

A un contexte d'hyper-offre à l'échelle mondiale (la demande a été multipliée par deux et l'offre par trois) doit répondre une prise en compte de plus en plus personnalisée des clients.

La révolution numérique n'en est qu'à ses débuts et pourtant elle a déjà transformé nos façons de communiquer, d'acheter, de penser !. Notre téléphone portable devient notre lien avec le monde. Les frontières travail/hors travail, privé/public, personnel /collectif s'estompent et même en vacances on veut être connecté. Les professionnels du tourisme nous le confirment, la première question que le client lui pose en arrivant est « avez-vous le wifi » !

Sans vous submerger de chiffres ou de pourcentages d'évolution exponentiels qui ne manquent pas dans le numérique, retenons simplement en résumé que Facebook a dépassé le milliard d'abonnés en moins de 10 ans d'existence. C'est édifiant car il s'agit de notre environnement professionnel !

Le troisième défi est organisationnel

En effet, mon diagnostic a été également fonctionnel et opérationnel. J'ai constaté le poids du fonctionnement, des procédures, des répartitions budgétaires déséquilibrées avec ou sans logiques et ceci en réponses à une économie touristique qui nous entoure et qui souffre.

L'année 2015 a préparé ce que nous vivons actuellement en 2016.

A la demande du Conseil départemental, nous venons de revoir la structure de nos priorités, de nos budgets et par la même de notre organisation interne. Nous devons revoir aussi notre fonctionnement statutaire. Nos missions et notre environnement évoluent, nos statuts doivent être en cohérence.

Le quatrième défi est structurel et institutionnel

Nos objectifs sont clairs et ambitieux, je viens de vous les décrire concernant le numérique à développer et l'affirmation de notre communication vers l'extérieur.

Nous ne sommes pas les seuls maîtres du devenir de cette agence. L'environnement institutionnel a changé et va encore changer. Nous en reparlerons dans le détail cet après-midi en invitant des experts pour nous éclairer plus encore sur la réforme territoriale en cours.

Dans ce contexte complexe de réorganisation territoriale notre agence a aussi pour missions:

- D'accompagner les offices de tourisme et les professionnels de Saône&Loire dans leurs évolutions techniques (mise en marché avec la web résa), synergies territoriales (loi Notre), de promotion, d'aménagement etc.
- De renforcer nos actions avec les autres départements bourguignons et francs-comtois , le Comité Régional du Tourisme (CRT) mais aussi avec les futures communautés de communes, les Pays, les communes, les fédérations, les trois chambres consulaires, les groupements, etc ...

Dans ce contexte complexe de réorganisation territoriale et donc aussi budgétaire, certaines de nos interventions seront partagées, sous-traitées, arrêtées ou encore déléguées.

Je pense ici à l'arrêt en 2015 de la Marque de Territoire. Elle n'a pas trouvé l'adhésion attendue dans l'expression transversale de sa mission d'attractivité. Il faut le reconnaître, cette action de marketing territorial n'a pas obtenu les résultats escomptés et le CD71 a préféré arrêter cette initiative et revoir sa politique en la matière. Elle a donc demandé à notre cette agence de se concentrer sur le tourisme comme principal vecteur pertinent de l'attractivité territoriale.

Pour conclure, je tiens à redire toute la fierté que j'ai à présider cette agence à vos côtés et de compter sur votre confiance renouvelée. Je n'oublie pas de remercier l'équipe des salariés pour le travail réalisé dans ce contexte souvent difficile de renouvellement d'élus dirigeants mais aussi de déménagement de locaux qui se sont dégradés avec le temps.

Demain, pouvoir augmenter de 2 points le poids du tourisme dans l'économie de la Saône&Loire n'est pas une utopie car nous en sommes tous persuadés :

Le potentiel est là, il est énorme : nos paysages, le patrimoine, la gastronomie, les vignobles, les hommes et leurs structures sont tous de très grande qualité.

Vous pouvez compter sur moi pour porter très haut ces atouts

Je sais que je peux compter sur vous.

Alors ensemble, faisons gagner la Saône&Loire Touristique

Arnaud DURIX
Président