



# STRATÉGIE DÉPARTEMENTALE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Schéma de  
développement 2017-2021



# SOMMAIRE

Edito

---

Le contexte

---

Les repères

---

Les enjeux

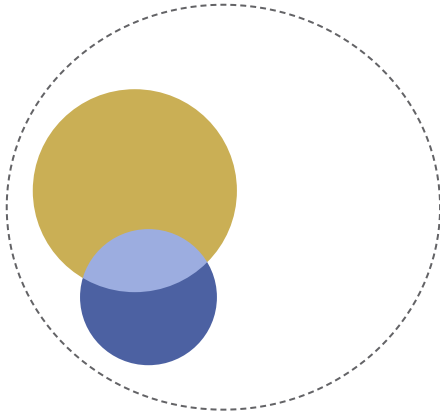
---

Les axes du développement

---

Les actions structurantes

---



**René MASSETTE**  
Président du Conseil départemental  
des Alpes de Haute-Provence

# EDITO

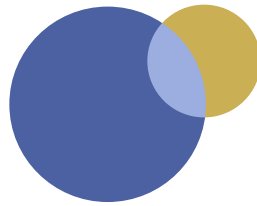
Le poids du tourisme dans l'économie départementale est capital, puisqu'il représente par an plus de 2,4 millions de séjours et 13,8 millions de nuitées. On lui attribue également 9 000 emplois salariés et non salariés, soit 16% de l'emploi total du département, ce qui fait de ce secteur le premier employeur des Alpes de Haute-Provence.

La consommation touristique représente, avec 750 M€, quasiment autant que les dépenses courantes des ménages sédentaires du département (800 M€).

De plus, les nuitées touristiques sont non seulement un apport économique majeur, auquel s'ajoute une assez bonne diffusion dans le temps, par une fréquentation quatre saisons, et dans l'espace par un tourisme diffus sur l'ensemble du territoire. L'activité touristique contribue ainsi à la vitalité des différents bassins de vie du département.

Dès lors, la place du tourisme au sein des interventions du Département prend tout son sens.

Avec ce plan d'intervention 2017-2021, le Département a voulu à la fois confirmer son engagement en faveur du tourisme, mais également tenir compte d'un contexte institutionnel en évolution, qui doit inciter à la prudence et à la maîtrise de ses engagements.



Les Départements se trouvent aujourd'hui confrontés à plusieurs enjeux en matière de développement touristique.

Echelle des solidarités, ils doivent veiller au maintien des équilibres entre territoires pour que le développement de la fréquentation bénéficie à l'ensemble de la population et des acteurs économiques qui vivent en tout ou partie de la consommation touristique.

Echelons intermédiaires entre des intercommunalités renforcées et une Région à la manoeuvre en matière de développement économique, ils doivent veiller à l'efficacité et à la cohérence des actions engagées.

Enfin, au titre des compétences départementales en matière de préservation et d'aménagement des espaces notamment à des fins de loisirs, ils se doivent de porter une attention particulière à la préservation des ressources et des milieux, tout en favorisant une pratique de loisirs accessible au plus grand nombre.

Mais c'est aussi pour mieux répondre aux nouvelles exigences des consommateurs dont notamment la lisibilité, la qualité et l'accessibilité de l'information touristique, la prise en compte du développement durable, et la forte concurrence des autres destinations touristiques, que le Conseil départemental a souhaité se doter d'un document stratégique pour la période 2017/2021.

Il traduit la volonté renouvelée du Département des Alpes de Haute-Provence de faire du tourisme une priorité, tout en tenant compte d'un contexte institutionnel et financier contraint.



# REPÈRES

---

10 % des emplois salariés du département sont directement liés à l'activité touristique (contre 7 % en Paca et 4 % en France).

Le Conseil départemental soutient naturellement les activités et les équipements touristiques, qui contribuent largement à l'aménagement du territoire.

Dans les Alpes de Haute-Provence, ce secteur représente 9 000 emplois salariés et non-salariés. Plus de la moitié sont localisés en Haute-Provence Luberon, 25 % dans le Verdon et 23 % dans les Alpes Mercantour.

Les principales activités génératrices d'emplois et de retombées économiques sont les hébergements (262 000 lits touristiques pour 13 à 14 millions de nuitées chaque année), la restauration, le thermalisme et le bien-être, les activités sportives, culturelles et de loisirs, les remontées mécaniques.

Au pic de sa fréquentation estivale, le département fait plus que doubler sa population avec 168 000 touristes. Au total, les 2,4 millions de visiteurs annuels dépensent presque autant dans le département que la population des Alpes de Haute-Provence (800 M€ de dépenses courantes). Les Alpes de Haute-Provence comptent deux stations thermales, dont celle de Gréoux-les-Bains, 3<sup>e</sup> station thermale de France. Les stations de Gréoux et de Digne-les-Bains accueillent plus de 51 000 clients par an, le plus souvent sur des séjours longs. Les retombées économiques de cette filière sont en constante progression et se développent sur l'offre bien-être et remise en forme.

Les Alpes-de-Haute-Provence comptent 11 stations de ski (dont 9 stations-villages). Le chiffre d'affaires saisonnier s'élève entre 16 et 20 M€ suivant l'enneigement pour 1 à 1,3 millions de journées skieurs et 2,2 millions de nuitées touristiques. Le nombre d'emplois permanents et saisonniers liés aux remontées mécaniques est supérieur à 500.

# LES PRINCIPAUX ENJEUX

---

- Confirmer le rôle majeur du tourisme dans la politique d'aménagement et de développement du Département des Alpes de Haute-Provence

Le tourisme, un vecteur d'amélioration du cadre de vie par une politique volontariste en matière d'aménagement, d'équipement, et de développement économique par une fréquentation touristique génératrice de retombées pour les territoires.

- Remettre en avant l'image du département des Alpes de Haute-Provence

Le tourisme, un élément d'attractivité pour le département des Alpes de Haute-Provence qui doit gagner en notoriété auprès des clientèles.

- Accompagner le développement des socioprofessionnels du tourisme

Le tourisme, une filière économique qui passe par l'installation, l'accompagnement et le développement d'opérateurs économiques créateurs d'activités et d'emplois.

- Mieux articuler les interventions du Conseil départemental avec celles de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et des structures intercommunales

Le tourisme, une compétence partagée entre la Région, les intercommunalités et le Département : celui-ci assure les complémentarités, la cohérence, le maintien des grands équilibres et de la solidarité entre les territoires des Alpes de Haute-Provence.

- Favoriser les logiques de mutualisation avec les territoires touristiques

Le tourisme, une filière où la superposition des initiatives, des outils et des supports doit être remplacée par des logiques de coopération et de mutualisation de moyens humains, financiers et techniques, sous l'impulsion du Département.

# LES 4 AXES STRATÉGIQUES DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL

---

1. Réaffirmer l'importance, redonner une cohérence et une meilleure lisibilité au schéma départemental d'aménagement et d'équipement touristique
2. Assurer la promotion de l'offre touristique des Alpes de Haute-Provence, et en particulier des sites et équipements gérés par le Département
3. Permettre le développement des acteurs de la filière et accompagner l'animation des réseaux professionnels
4. Restructurer la gouvernance touristique départementale pour la rendre plus rationnelle, efficace et lisible

# ACTION N°1

## PROPOSER UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT DES SPORTS DE NATURE

### OBJECTIFS

Fusionner le schéma cyclable, le PDIPR et le PDESI au sein d'un seul et même plan d'aménagement, d'équipement et de développement des sports de nature, pilier de la politique de découverte des Alpes de Haute-Provence à des fins de loisir et de tourisme.

### CIBLES

- Collectivités locales et leurs regroupement
- Socio-professionnels de la filière
- Praticants locaux, excursionnistes et touristes

### OPÉRATIONS

1. Aménagement et qualification des sites, espaces et itinéraires d'intérêt départemental
2. Ingénierie et démarche qualité auprès des territoires pour les sites d'intérêt local
3. Portage et suivi des grandes itinérances
4. Plan de valorisation numérique de l'offre, des prestataires et des produits
5. Accompagnement au développement des prestataires et événements de la filière
6. Animation de la gouvernance (relance et dynamisation de la CDESI)

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- ✚ Conseil départemental
- ✚ Agence départementale sur la promotion dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Comités sportifs
- Représentants des prestataires APN
- Gestionnaires d'espaces, de sites et d'itinéraires

### INDICATEURS

- Nombre de sites inscrits au Plan
- Etudes fréquentation des sites et itinéraires
- Statistiques de fréquentation des outils web
- Volume de diffusion des brochures dédiées
- Fréquentation des événementiels sportifs de nature





# ACTION N°2

## CONSOLIDER LA POLITIQUE DE SOUTIEN AUX STATIONS

### OBJECTIFS

Proposer une démarche globale d'appui et d'accompagnement au développement auprès des différentes stations des Alpes de Haute-Provence en tant que pôles départementaux majeurs de création de nuitées.

### CIBLES

- Stations de Pra-Loup et du Val d'Allos (Espace Lumière)
- Stations village
- Stations thermales Digne-les-Bains / Gréoux-les-Bains

### OPÉRATIONS

1. Favoriser le développement 4 saisons de l'Espace lumière (en coordination avec les interventions de la Région) dans le cadre d'une approche homogène sur les enjeux, d'aménagement, de diversification, de gouvernance et de commercialisation
2. Accompagner en ingénierie technique et financière la diversification/requalification/mutation des stations village en prenant notamment appui sur la thématique des sports de nature et de l'évènementiel
3. Soutenir la filière départementale du Thermalisme & Bien-être par des efforts en matière de promotion au sein de la l'Agence départementale

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- ✦ Conseil départemental
- ✦ Agence départementale sur la promotion et la commercialisation dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Syndicats mixtes et EPCI
- Gestionnaires
- Offices de tourisme de stations

### INDICATEURS

- Volume de fréquentation des stations
- Evolution du chiffre d'affaires
- Etalement de la saisonnalité



# ACTION N°3

## METTRE EN TOURISME LA RÉSERVE GÉOLOGIQUE ET LES MILIEUX NATURELS

### OBJECTIFS

- Repositionner la réserve géologique de Haute-Provence comme un outil de développement touristique pour le département, par la dynamique initiée au titre du Géoparc et dans une logique de mise en réseau et de découverte d'autres sites (espaces naturels sensibles)
- Faire de la découverte des milieux naturels un axe majeur de communication touristique des Alpes de Haute-Provence

### CIBLES

- Collectivités gestionnaires
- Clientèles touristiques

### OPÉRATIONS

1. Mettre en place une politique d'aménagement et d'équipement de la Réserve géologique à des fins de découverte
2. Structurer et mettre en valeur des séjours dédiés à la découverte des milieux
3. Mettre en place un plan de communication dédié au sein de l'Agence départementale

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- ✚ Conseil départemental
- ✚ Communes et EPCI concernés

### PARTENAIRES

- Collectivités
- Gestionnaires de sites naturels
- Guides naturalistes
- Unesco - Géoparc de Haute-Provence

### INDICATEURS

- Niveau de fréquentation de la réserve/Géoparc
- Typologie et variété d'activités de découverte proposées
- Séjours et activités commercialisées (évolution)



# ACTION N°4

## FORMALISER UN SCHEMA D'AMÉNAGEMENT ET DE SIGNALISATION TOURISTIQUE

### OBJECTIFS

- Conduire une politique d'aménagement des sites touristiques majeurs
- Poursuivre l'équipement des routes départementales en matière de signalisation touristique et favoriser l'équipement en signalisation touristique d'intérêt local

### CIBLES

- Collectivités locales

### OPÉRATIONS

1. Poursuite de l'équipement au titre du plan de signalisation routier départemental
2. Définir un schéma cohérent des sites et haltes d'intérêt départemental (caractéristiques, état, niveau de fréquentation)
3. Réflexion sur un règlement d'aide à l'aménagement de sites d'intérêt départemental (haltes emblématiques, parking, points de vue, accès aux sites de pratiques)

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- + Conseil départemental
- + Collectivités concernées

### PARTENAIRES

- Collectivités locales

### INDICATEURS

- Nombre de lames directionnelles
- Nombre de sites aménagés/équipés
- Niveau de fréquentation (campagnes de comptage)



# ACTION N°5

## BÂTIR UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE BASÉE SUR L'IDENTITÉ DES ALPES DE HAUTE-PROVENCE

### OBJECTIFS

Proposer une offre web repensée pour valoriser l'image des Alpes de Haute-Provence tant à destination des visiteurs, des habitants que des entreprises, prenant appui sur les marqueurs touristiques, les ambiances, les patrimoines. Les sites et équipements qui font l'objet d'investissements récurrents de la part du Département seront valorisés dans le cadre de cette stratégie.

### CIBLES

- Touristes et excursionnistes
- Habitants
- Entreprises

### OPÉRATIONS

1. Exploitation des bonnes pratiques départementales pour poser les principes généraux, en lien avec les territoires touristiques et les services du Département
2. Conception, mise en ligne et alimentation d'un nouveau portail web et de ses compléments numériques (sites et pages thématiques, réseaux sociaux, blogs...)
3. Elaboration et mise à jour d'une banque de données photographiques et de vidéos pour enrichir les contenus et dynamiser le site
4. Création de liens fonctionnels avec les sites des territoires touristiques et des stations notamment

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- ✚ Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Offices de tourisme
- Gestionnaires de sites et d'équipements touristiques

### INDICATEURS

- Effectivité de la mise en ligne
- Fréquentation des pages
- Enquête de satisfaction auprès des partenaires et des internautes



# ACTION N°6

## INSTITUER UN FONDS DÉPARTEMENTAL DE PROMOTION TOURISTIQUE

### OBJECTIFS

Mutualiser et optimiser l'utilisation des budgets de promotion sur les marchés régionaux, nationaux et internationaux dans une logique d'approche partagée avec les territoires touristiques des Alpes de Haute-Provence, de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et des entreprises touristiques

### CIBLES

- Offices de tourisme et leurs regroupements
- Stations de ski et stations thermales
- Entreprises touristiques

### OPÉRATIONS

1. Création et animation d'une commission "Promotion" au sein de l'Agence départementale de l'économie et du tourisme afin de concevoir une démarche articulée (commune et/ou coordonnée)
2. Mise en place d'un programme annuel partagé dans le cadre d'enveloppes financières attribuées
3. Définition d'un règlement d'appui et d'accompagnement à la promotion
4. Recherche de partenariats privés et de cofinancements européens

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- ✚ Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Conseil départemental
- Offices de tourisme et leur regroupement
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Entreprises

### INDICATEURS

- Montant des enveloppes communes mobilisées
- Taux de cofinancement obtenu



# ACTION N°7

## REFONDRE LA GAMME DE SUPPORTS DE PROMOTION DES ALPES DE HAUTE-PROVENCE

### OBJECTIFS

Repenser et formaliser une ligne éditoriale en matière de dépliants sur la durée du schéma, en lien avec les thèmes prioritaires (sports de nature, espaces naturels, musées, villages & cités de caractère) et se doter d'un guide de découverte des Alpes de Haute-Provence réalisé avec un éditeur national.

### CIBLES

- Touristes en séjour
- Itinérants
- Excursionnistes régionaux

### OPÉRATIONS

1. Identification détaillée des filières et les sites prioritaires en matière de promotion départementale
2. Redéfinition de la gamme en repensant son articulation avec les supports réalisés au sein des territoires et avec les outils de la diffusion numérique
3. Lancement d'un appel à partenariat en vue de la réalisation d'un guide départemental
4. Finalisation du partenariat pour l'édition et la diffusion du guide

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

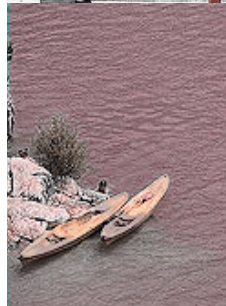
- + Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

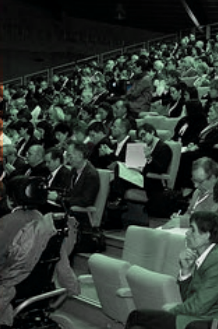
### PARTENAIRES

- Offices de tourisme
- Chambres consulaires
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

### INDICATEURS

- Volume de diffusion des supports
- Niveau de partenariat financier sur la réalisation du guide





# ACTION N°8

## ACCOMPAGNER LA COMMERCIALISATION DES DESTINATIONS ET DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

### OBJECTIFS

Améliorer la mise en marché des prestataires et de l'offre des Alpes de Haute-Provence par une stratégie de soutien opérationnel à la commercialisation en ligne.

### CIBLES

- Prestataires d'hébergement et d'activités touristiques

### OPÉRATIONS

1. Mise en place d'un groupe de pilotage au sein de l'Agence départementale associant les Offices de tourisme et les représentants socio-professionnels
2. Proposition d'un dispositif de relais de commercialisation des prestataires en proposant des solutions d'accès aux outils
3. Mise en place d'une ingénierie dédiée au conseil opérationnel et à l'accompagnement des prestataires pour optimiser leur performance de commercialisation

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- + Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Offices de tourisme
- Chambres consulaires
- Socio-professionnels

### INDICATEURS

- Nombre de prestataires accompagnés
- Niveau de satisfaction
- Taux d'usage des solutions techniques proposées (évolution)

# ACTION N°9

## STRUCTURER UN RÉSEAU D'EXPERTISE ET D'INGÉNIERIE AU SERVICE DES TERRITOIRES ET DES SOCIOPROFESSIONNELS

### OBJECTIFS

Identifier et coordonner les moyens et les compétences techniques présents au sein des organismes touristiques des Alpes de Haute-Provence pour favoriser la mutualisation et le transfert des savoir-faire dans le réseau.

- CIBLES**
- Offices de tourisme
  - EPCI
  - Socioprofessionnels

### OPÉRATIONS

1. Mise en place à l'échelle des Alpes de Haute-Provence d'un référentiel des compétences avec le réseau des Offices de tourisme et des intercommunalités, en lien avec la Région
2. Mise en place des modalités d'accompagnement expert par le Département (labels, APIDAE, observation notamment) et par le réseau des compétences externes
3. Ingénierie de financement de projets coopératifs

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

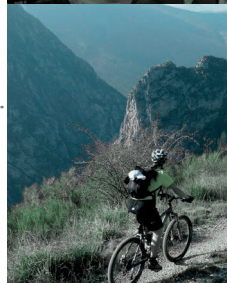
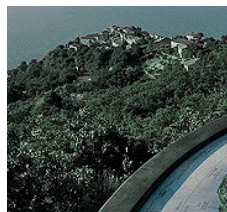
- ✦ Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Conseil départemental
- Offices de tourisme
- EPCI

### INDICATEURS

- Publication d'une plaquette / espace web pro
- Organisation de rencontres techniques
- Volume et variété d'accompagnement réalisés







# ACTION N°10

## METTRE EN PLACE UN OBSERVATOIRE PARTAGÉ DU TOURISME

### OBJECTIFS

Concevoir, au sein de l'observatoire du tourisme, un dispositif de collecte partagé à l'échelle départementale en prenant appui sur les Offices de tourisme et les gestionnaires de sites et d'activités.

### CIBLES

- Socioprofessionnels
- Offices de tourisme

### OPÉRATIONS

1. Création au sein de l'Agence départementale d'un club Observation regroupant les Offices de tourisme
2. Concevoir et mettre en place une plateforme d'observation répondant à des objectifs communs
3. Piloter des études ciblées
4. Mutualiser les dispositifs de collecte, de traitement, d'analyse et de restitution
5. Organiser des rendez-vous réguliers de restitution

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- + Agence départementale dans le cadre du mandat confié par le Département

### PARTENAIRES

- Offices de tourisme
- Stations
- Socioprofessionnels
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
- Chambres consulaires

### INDICATEURS

- Nombre de réunions du club
- Nombre d'indicateurs de l'observatoire départemental
- Niveau de satisfaction des partenaires et des usagers de l'observatoire

# ACTION N°11

## REFONDRE LES STATUTS ET L'ORGANISATION DE L'AGENCE DÉPARTEMENTALE DU TOURISME

### OBJECTIFS

- Modifier les statuts associatifs afin d'améliorer la gouvernance et d'affirmer la place de l'institution départementale dans le fonctionnement de l'Agence départementale du tourisme
- Réorganiser les compétences techniques au sein de l'équipe de l'Agence pour mieux correspondre aux attentes des Offices de tourisme
- Dégager de nouvelles marges de manoeuvre en matière d'investissements en réduisant les frais de fonctionnement

### CIBLES

- Membres et personnels de l'Agence
- Collectivités locales et Offices de tourisme

### OPÉRATIONS

1. Rédaction des statuts et refonte de la gouvernance
2. Rédaction d'une nouvelle convention-cadre d'objectifs et de moyens
3. Réorganisation des activités, des moyens et des outils actuels
4. Accompagnement à la mise en oeuvre

### MAÎTRISE D'OUVRAGE

- + Conseil départemental

### PARTENAIRES

- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur
- EPCI et leurs OTSI
- Têtes de réseau

### INDICATEURS

- Délai de modification des statuts de l'agence
- Nouvelle convention-cadre et réunions mensuelles de suivi de mise en oeuvre
- Niveau de baisse du ratio fonctionnement/investissement

