

# PROJET DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES SARTILLY PORTE DE LA BAIE

« Dynamiser l'offre et la demande touristiques  
sur le territoire de la Communauté de Communes  
Sartilly Porte de la Baie »

Quelles actions ? Quels acteurs ?

Synthèse des travaux du Comité de Pilotage  
Réunion du 11 octobre 2011

# 1<sup>ère</sup> PARTIE

---

## PLAN DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Synthèse des réunions du 21 juin et du 5 juillet 2011

# PLAN DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

---

## PRESENTATION D'ENSEMBLE

## LES GRANDS ENJEUX DE L'OFFRE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

- Loin du tourisme de masse et de l'artificialisation touristique, le territoire de la Communauté de Communes a su développer **une économie touristique cohérente avec ses valeurs patrimoniales.**
- Néanmoins, celle-ci n'apparaît pas aujourd'hui comme suffisamment forte pour soutenir efficacement le tissu commercial para-touristique. Là se situe l'enjeu de développement essentiel : **apporter encore plus de valeur ajoutée au capital touristique** du territoire pour soutenir plus fermement l'économie locale.
- Par contre, il conviendra de **faire en sorte que le développement touristique ne contredise pas les valeurs du territoire.** En cela le développement quantitatif de l'offre gagnera à demeurer mesuré, et à se situer résolument plus dans le domaine de l'artisanat touristique que dans celui de l'industrie touristique.
- Enfin, la qualité constitue un enjeu majeur pour le territoire **et l'ensemble de ses acteurs, qu'ils soient publics ou privés.**

## LES GRANDS ENJEUX DE LA DEMANDE TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE

- L'objectif n'est pas de déclencher un tourisme de masse, quand bien même le territoire en aurait-il les moyens. Il est plutôt de **fortifier les flux de clientèles afin qu'ils contribuent à faire vivre une économie touristique ou para-touristique.**
- En conséquence, les enjeux sont :
  - **d'élargir le réseau des connaisseurs du territoire**, des initiés qui savent quelles richesses il recèle, y compris à partir d'activités non marchandes (randonnées pédestres à la journée, animations gratuites) a priori non immédiatement rentables ;
  - **prendre les Traversées comme point d'appui** pour étendre les séjours dans le temps mais aussi dans l'espace, afin de densifier les secteurs touristiques que constituent Genêts, Saint Jean le Thomas et Carolles.
  - **fidéliser les clients** par la qualité de l'accueil et la richesse de l'offre touristique, et les inciter à revenir y compris hors saison, ce grâce aux animations.
- Pour ce faire, il est fondamental de coordonner, harmoniser et **renforcer le rôle de prescripteurs, que les prestataires touristiques jouent** d'ores et déjà au bénéfice du territoire.

## LES GRANDS ENJEUX DU CONTEXTE CONCURRENTIEL

Le contexte touristique du territoire est **remarquablement évolutif**, du fait des travaux du Mont Saint Michel et de la transformation à venir de la carte des Intercommunalités. Aussi est-il hautement nécessaire d'anticiper ces évolutions et de s'adapter, c'est-à-dire :

- **d'imaginer de nouveaux produits** s'inscrivant notamment dans le cadre de la modification probable de l'économie des Traversées et de l'allongement recherché de la durée des séjours ;
- **d'afficher un positionnement de marque** portant la promesse spécifique de ce territoire capable de perdurer et de fédérer au-delà de l'entité territoriale.

## OBJECTIFS

- **L'objectif général** de la stratégie de développement touristique de la Communauté de Communes est d'apporter **encore plus de valeur ajoutée au capital touristique du territoire** pour soutenir plus fermement l'économie locale et notamment développer le tissu commercial para-touristique.
- **Quatre axes d'action permettront d'atteindre cet objectif à moyen terme :**
  - 1) Améliorer les infrastructures d'accueil en cohérence avec les valeurs du territoire
  - 2) Valoriser le patrimoine touristique de façon raisonnée et ciblée
  - 3) Favoriser l'accroissement des flux de clientèles
  - 4) Affirmer un positionnement marketing performant

## MODALITES D'INTERVENTION

- La Communauté de Communes interviendra directement en tant que **maître d'ouvrage** au par le biais de son Office de Tourisme.
- Elle jouera également, soit directement soit via son Office, un rôle de sensibilisation des acteurs, de coordination et de **facilitation d'initiatives locales concertées**.
- Enfin, elle jouera **un rôle de relais**, soit directement soit par le biais de son Office de Tourisme, entre le milieu local et les grands acteurs du tourisme institutionnel, à commencer par Manche Tourisme.



# PLAN DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

---

## FICHES ACTIONS

# AXE 1

---

AMELIORER LES INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL  
EN COHERENCE AVEC LES VALEURS DU TERRITOIRE

Fiches actions n°1.1 à 1.5

## Fiche action n° 1.1 : Accompagner le développement des hébergements

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



#### **DESCRIPTIF :**

- inciter les Communes à investir directement dans l'hébergement (aires de camping car, hébergements de groupes, etc.)
- inciter les Communes à identifier les opportunités en termes de foncier (résidence de tourisme à dimension nature en partenariat avec Manche Tourisme)
- orienter les porteurs de projets privés

**OBJECTIFS VISES :** développer la capacité d'hébergement globale et combler les lacunes de l'offre

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CdC, Manche Tourisme, Communes

**PUBLIC CIBLE :** investisseurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** Communauté de Communes

**MODALITES D'INTERVENTION :** relais

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC + Manche Tourisme	Sensibilisation des Communes	2 <sup>e</sup> sem. 2011
Communes + CDC	Identification du foncier disponible ou formalisation de projets	1 <sup>er</sup> sem. 2012
Manche Tourisme	Recherche d'investisseurs ou aide directe aux projets	2 <sup>e</sup> sem. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombres de lits marchands  
créés dans les différentes catégories d'hébergements

## Fiche action n° 1.2 : Promouvoir la qualité des espaces publics

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** inciter les Communes les plus intéressées au Tourisme à valoriser leurs espaces publics (enfouissement de réseaux, fleurissement, mobilier de bourg, signalétique, etc.)

**OBJECTIFS VISES :** conforter la cohérence de l'image touristique du territoire

**PRE REQUIS :** définition du programme de signalétique communautaire

**COMMUNES CONCERNEES :** Communes les plus intéressées au tourisme

**PARTENAIRES :** CdC, Communes

**PUBLIC CIBLE :** Communes

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** Communauté de Communes

**MODALITES D'INTERVENTION :** coordination

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC + Communes	Etat des lieux des besoins de rénovation	2012
CDC	Identification des projets communaux	2013
CDC	Définition des conditions de mise en place des projets et des dispositifs d'aide éventuels	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de cœurs de bourgs rénovés, évolution de la fréquentation, implantation de commerces

## Fiche action n° 1.3 : Améliorer la signalétique routière

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**

**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :**

- rénover la signalétique d'accueil des villages (RIS)
- structurer une signalétique directionnelle vers les lieux d'accueil (OT, hôtels, restaurants, sites touristiques, etc.)

**OBJECTIFS VISES :** proposer une image du territoire cohérente avec ses valeurs, optimiser les flux de visiteurs

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CDC, Conseil Général, Manche Tourisme, Communes, OTI, prestataires touristiques

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** CDC

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage (RIS), relais (signalétique directionnelle)

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC, CG, Communes	Etat des lieux complet des signalétiques actuelles	2012
CDC, CG, Communes	Elaboration d'un schéma global de signalétique du territoire (chartes graphiques, implantation)	2013
CDC, CG, Communes	Organisation d'une concertation avec les élus et les professionnels concernés	2014
CDC, CG, Communes	Implantation des dispositifs	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** satisfaction des prestataires et des visiteurs, optimisation des flux

## Fiche action n° 1.4a : Elaborer un plan vélo

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**

**DESCRIPTIF :** développer des itinéraires vélos sur le littoral et dans le bocage (aménagement de voies, signalétique)

**OBJECTIFS VISES :** favoriser une circulation douce cohérente avec les valeurs du territoire et l'évolution des tendances de consommation

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CdC, Conseil Général, Manche Tourisme, Communes, OTI, associations cyclotouristes

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs / population locale

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** Communauté de Communes

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Etat des lieux de l'existant (infrastructures, fréquentation)	2012
CDC	Réalisation d'un schéma des itinéraires cyclables	2013
Conseil Général	Etude du dossier et attribution éventuelle d'une aide	2014
CDC	Mise en œuvre du schéma	2015
CDC	Identification des porteurs de projets hébergement cyclo	2015

**CRITERES D'EVALUATION :** kilométrage d'itinéraires équipés, développement des flux, développement d'un réseau de prestataires cyclo

## Fiche action n° 1.4b : Elaborer un plan randonnée pédestre

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**

**DESCRIPTIF :** développer des itinéraires de randonnée pédestre sur le littoral et dans le bocage (aménagement de chemins, signalétique)

**OBJECTIFS VISES :** favoriser une activité cohérente avec les valeurs du territoire et l'évolution des tendances de consommation

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CdC, Conseil Général, Manche Tourisme, Communes, OTI, associations de randonnée

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs / population locale

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** Communauté de Communes

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Etat des lieux de l'existant (infrastructures, fréquentation)	2012
CDC	Réalisation d'un schéma des chemins de randonnée pédestre	2013
CDC	Mise en œuvre du schéma	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** kilométrage de chemins balisés et entretenus, développement raisonnable des flux

## Fiche action n° 1.5: Restructurer les locaux de l'OTI

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :**

- Redéfinir le positionnement de l'accueil de Genêts
- Mettre à l'étude la construction d'un OTI sur les falaises de Champeaux et son corollaire, la transformation des autres accueils en bureaux saisonniers

**OBJECTIFS VISES :** structurer un maillage cohérent de lieux d'accueil touristique, dégager du chiffre d'affaires en lien avec l'accueil touristique

**PRE REQUIS :** identifier les contraintes du foncier sur le site de Champeaux

**COMMUNES CONCERNEES :** Genêts, Champeaux

**PARTENAIRES :** CdC, OTI, Communes

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** CDC

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage (ou maîtrise d'ouvrage déléguée)

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Mise à l'étude de la construction d'un OTI sur les Falaises de Champeaux	1 <sup>er</sup> sem. 2012
CDC	Réalisation d'une étude de marché sur la faisabilité d'un espace boutique sur le site de Genêts	1 <sup>er</sup> et 2 <sup>e</sup> trim. 2012
CDC	Fermeture des locaux pour rénovation	4 <sup>e</sup> trim. 2012 – 1 <sup>er</sup> trim. 2013
CDC	Ouverture de l'espace rénové	2 <sup>e</sup> trim. 2013

**CRITERES D'EVALUATION :** fréquentation des différents sites de l'Office, CA boutique



# AXE 1 : SYNTHESE DES FICHES ACTIONS

N°	Titre	Pilotage	Modalités	Intérêt	Complexité	Public cible	Plan Manche Tourisme
1.1	Accompagner le développement des hébergements	CDC	Relais	★★★★	⚡⚡⚡⚡	Investisseurs	5.19
1.2	Promouvoir la qualité des espaces publics	CDC	Coordination	★★★★	⚡⚡⚡⚡	Communes	
1.3	Améliorer la signalétique routière	CDC	Maîtrise d'ouvrage / Relais	★★★★	⚡⚡⚡⚡	Visiteurs	
1.4	Elaborer un plan vélo	CDC	Maîtrise d'ouvrage	★★★★☆	⚡⚡⚡⚡	Visiteurs / Pop. locale	5.16
1.4b	Elaborer un plan randonnée	CDC	Maîtrise d'ouvrage	★★★★☆	⚡⚡⚡⚡	Visiteurs / Pop. locale	5.16
1.5	Restructurer les locaux de l'OTI	CDC	MO ou MO déléguée	★★★★	⚡⚡⚡⚡	Visiteurs	

# AXE 2

---

VALORISER LE PATRIMOINE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE  
DE FACON RAISONNEE ET CIBLEE

Fiches actions n°2.6 à 2.10

## Fiche action n° 2.6 : Soutenir le développement de la filière équestre

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** mettre en place des équipements (itinéraires équestres, gîte équestre de groupes, équipements complémentaires dans les hébergements)

**OBJECTIFS VISES :** disposer d'une véritable filière touristique autour du cheval, élément fort de l'identité du territoire

**PRE REQUIS :** affirmation de la dimension touristique du Pôle équin

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CdC, Conseil Général, Manche Tourisme, Pôle équin, Communes, prestataires, OTI, AMIV, Cheval et Patrimoine

**PUBLIC CIBLE :** prestataires du tourisme équestre

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** CDC

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage itinéraires / relais hébergements, équipements annexes

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Etat des lieux de l'existant (équipements, fréquentation)	2012
CDC + CG + Manche Tourisme	Elaboration d'un schéma global de valorisation de la filière (itinéraires, hébergements, équipements annexes)	2013
CDC	Début de la mise en œuvre du schéma	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** développement des infrastructures, développement du maillage de prestataires équestres, fréquentation des itinéraires et équipements de tourisme équestre

## Fiche action n° 2.7 : Valoriser le sentier des douaniers

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**

**DESCRIPTIF :**

- améliorer la signalétique,
- développer des produits et des animations

**OBJECTIFS VISES :** valoriser l'un des principaux points forts du patrimoine naturel du territoire, élargir le réseau des connaisseurs du territoire

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire (pour la partie équipement)

**COMMUNES CONCERNEES :** Communes littorales

**PARTENAIRES :** CdC, Manche Tourisme, Etat, Conservatoire du Littoral, Communes, OTI, associations de randonnée, GOMN, autres associations nature, guides nature

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** CDC (équipement) / OTI (produits et animations)

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage déléguée (équipement), coordination (animations), relais (produits)

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Réalisation d'un état des lieux (signalétique, fréquentation)	2012
CDC / OTI	Organisation d'une concertation avec l'Etat et le Département sur la signalétique, avec communes et associations sur l'animation	2013
CDC	Elaboration d'un projet de développement du sentier	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** fréquentation raisonnée du sentier, nombre de produits et animations utilisant le sentier comme support

## Fiche action n°2.8 : Mettre en tourisme le phénomène des grandes marées

### PRESENTATION

INTERET STRATEGIQUE :



COMPLEXITE :



**DESCRIPTIF :** définir un calendrier d'animations autour du phénomène des grandes marées

**OBJECTIFS VISES :** prendre appui sur les rendez-vous fixés par la nature pour donner des rendez-vous aux visiteurs, développer le réseau des connaisseurs du territoire

**PRE REQUIS :** définition d'un éventuel dispositif de soutien par la CDC

**COMMUNES CONCERNEES :** Communes littorales

**PARTENAIRES :** OTI, prestataires touristiques, Communes, associations, guides nature, Ecomusée de Vains

**PUBLIC CIBLE :** acteurs touristiques

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** coordination

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires concernés	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Elaboration d'un calendrier partagé	3 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI	Promotion des événementiels (presse, radio,)	1 <sup>er</sup> trim. 2013

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre d'animations, fréquentations de ces animations

## Fiche action n° 2.9 : Interpréter le patrimoine architectural des villages (églises, petit patrimoine)

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** créer un dispositif d'interprétation du patrimoine local, notamment sous l'angle de la relation avec le Mont Saint Michel

**OBJECTIFS VISES :** donner au visiteur des clés de compréhension de l'histoire du territoire

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** CDC, Communes, OTI, associations, Pays

**PUBLIC CIBLE :** Communes

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** CDC

**MODALITES D'INTERVENTION :** coordination

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CDC	Recensement des dispositifs d'interprétation existants	2012
CDC	Inventaire du patrimoine incluant une fiche descriptive illustrée par monument	1 <sup>er</sup> sem. 2013
CDC	Elaboration d'un programme de valorisation	2 <sup>e</sup> sem. 2013
Communes	Mise en place de la signalétique d'interprétation	2014

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de villages équipés.

## Fiche action n° 2.10 : Valoriser les autres thématiques saillantes du territoire

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** valorisation de thématiques variées mais légitimes (peinture, jardins, ornithologie, gastronomie) par l'incitation à la thématisation des prestations et des animations

**OBJECTIFS VISES :** multiplier les points d'accroche pour le visiteur

**PRE REQUIS :** mise en ligne du site Internet de l'OTI

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, Manche Tourisme; prestataires, Communes, associations

**PUBLIC CIBLE :** acteurs touristiques

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** relais

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires concernés	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Remontée des offres à Manche Tourisme	2 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI	Thématisation du site Internet de l'OTI	2 <sup>e</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de produits thématiques mis en ligne

## AXE 2 : SYNTHÈSE DES FICHES ACTIONS

N°	Titre	Pilotage	Modalités	Intérêt	Complexité	Public cible	Plan Manche Tourisme
2.6	Soutenir le développement de la filière équestre	CDC	Maîtrise d'ouvrage + Relais	★★★★	⚡⚡⚡⚡	Prestataires tourisme équestre	5.14
2.7	Valoriser le sentier des douaniers	CDC / OTI	MO déléguée Coordination Relais	★★★★☆	⚡⚡⚡⚡	Visiteurs	5.13
2.8	Mettre en tourisme le phénomène des grandes marées	OTI	Coordination	★★★★☆	⚡⚡⚡⚡	Acteurs touristiques	
2.9	Interpréter le patrimoine archi. des villages	CDC	Coordination	★★★★☆	⚡⚡⚡⚡	Communes	
2.10	Valoriser les autres thématiques saillantes du terr.	OTI	Coordination	★★★☆☆	⚡⚡⚡⚡	Acteurs touristiques	



# AXE 3

---

FAVORISER L'ACCROISSEMENT DES FLUX DE CLIENTELES

Fiches actions n°3.11 à 3.15

## Fiche action n° 3.11 : Soutenir la qualité des prestations touristiques

### PRESENTATION

INTERET STRATEGIQUE :



COMPLEXITE :



**DESCRIPTIF :** inciter les hébergeurs au classement et l'ensemble des prestataires à la démarche qualité

**OBJECTIFS VISES :** fidéliser les visiteurs

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, Manche Tourisme, CCI, prestataires

**PUBLIC CIBLE :** prestataires

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** relais

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation de l'ensemble des acteurs au classement et à la démarche qualité	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Mise à l'étude de la possibilité pour l'OTI de classer lui-même les hébergements	2 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI	Remontée des besoins de formation vers la CCI et Manche Tourisme	3 <sup>ème</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre d'établissements classés ou engagés dans une démarche qualité

## Fiche action n° 3.12 : Développer les animations

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** concevoir un calendrier d'animations tout au long de l'année autour de thématiques fortes (grandes marées, patrimoine, peinture, jardins, ornithologie, gastronomie, jazz)

**OBJECTIFS VISES :** multiplier les séjours des clients actuels du territoire, élargir le réseau des connaisseurs du territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, prestataires touristiques, Communes, associations

**PUBLIC CIBLE :** acteurs touristiques

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE OPERATIONNEL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** coordination

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires concernés	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Elaboration d'un calendrier partagé	2 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI	Promotion des événementiels (presse, radio,)	3 <sup>ème</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre d'événementiels thématiques retenus, fréquentation des événementiels

## Fiche action n° 3.13 : Développer des offres tarifaires attractives hors saison

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** mettre en place un dispositif de remontée des promotions des prestataires

**OBJECTIFS VISES :** développer la fréquentation du territoire toute l'année

**PRE REQUIS :** mise en ligne du site Internet de l'OTI

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, Manche Tourisme, prestataires

**PUBLIC CIBLE :** prestataires

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** relais

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI + Manche Tourisme	Sensibilisation des partenaires concernés	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI + Manche Tourisme	Remontée des offres via la place de marché Manche Tourisme	2 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI + Manche Tourisme	Renouvellement de l'opération	3 <sup>e</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de partenaires mettant en ligne des promotions, satisfaction des partenaires sur les promotions mises en ligne

## Fiche action n° 3.14 : Allonger et étendre les séjours autour des traversées

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** concevoir une offre de courts séjours sur le territoire autour des traversées, commercialisés via la place de marché Manche Tourisme

**OBJECTIFS VISES :** apporter plus de valeur ajoutée aux séjours touristiques, fortifier les flux de visiteurs autour de Genêts

**PRE REQUIS :** mise en ligne du site Internet de l'OTI

**COMMUNES CONCERNEES :** Genêts + autres Communes de la CdC

**PARTENAIRES :** OTI, guides, autres prestataires touristiques, Manche Tourisme

**PUBLIC CIBLE :** prestataires

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** relais

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI + Manche Tourisme	Sensibilisation des guides	2 <sup>e</sup> semestre 2012
OTI + Manche Tourisme	Appel à projets auprès des autres prestataires touristiques	1 <sup>er</sup> trimestre 2013
OTI + Manche Tourisme	Remontée des offres via la place de marché Manche Tourisme	2 <sup>e</sup> trim. 2013

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de prestations et de produits vendus via la place de marché Internet

## AXE 3 : SYNTHÈSE DES FICHES ACTIONS

N°	Titre	Pilotage	Modalités	Intérêt	Complexité	Public cible	Plan Manche Tourisme
3.11	Soutenir la qualité des prestations touristiques	OTI	Relais	★★★★	⚡⚡⚡	Prestataires	3.6
3.12	Développer les animations	OTI	Coordination	★★★★☆	⚡⚡⚡	Acteurs touristiques	
3.13	Développer des offres attractives hors saison	OTI	Relais	★★★★☆	⚡⚡⚡	Prestataires	6.24
3.14	Allonger et étendre les séjours autour des traversées	OTI	Relais	★★★★☆	⚡⚡⚡	Prestataires	6.24

# AXE 4

---

AFFIRMER UN POSITIONNEMENT MARKETING  
PERFORMANT

Fiches actions n°4.15 à 4.18

## Fiche action n° 4.15 : Créer une marque touristique de territoire

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** définition d'une dénomination touristique et d'un code marque associé (signature, charte graphique), en cohérence avec le code de la marque Manche et celle de la Communauté de Communes

**OBJECTIFS VISES :** permettre aux visiteurs d'identifier le territoire et ses valeurs

**PRE REQUIS :** identifier les contours du territoire à moyen terme

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, Manche Tourisme, CdC, prestataires touristiques

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI + Manche Tourisme + CDC	Elaboration d'un cahier des charges	4 <sup>e</sup> trim. 2011
OTI	Consultation d'une agence de communication	4 <sup>e</sup> trim. 2011
OTI	Présentation de la marque aux partenaires	1 <sup>er</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** appropriation de la marque par les partenaires, appropriation ultérieure par les territoires issus de la réforme des intercommunalités



## Fiche action n° 4.16 : Créer une académie de destination

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** mise en place d'un programme de formation des prestataires à l'offre touristique et patrimoniale du territoire, et fourniture des outils et arguments de promotion

**OBJECTIFS VISES :** renforcer le rôle de prescripteurs des prestataires touristiques

**PRE REQUIS :** définition de la marque touristique

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, prestataires, associations, Communes, Pays, CLIC

**PUBLIC CIBLE :** prestataires

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Elaboration du programme de l'académie	2 <sup>e</sup> trim. 2012
OTI	Mise en œuvre du programme de l'académie	3 <sup>e</sup> trim. 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** nombre de participants, appropriation de la marque par les participants

## Fiche action n° 4.17 : Editer un guide pratique

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** édition d'une brochure papier présentant de façon exhaustive l'offre touristique du territoire (patrimoine naturel et culturel, activités de loisirs, hébergements, commerces, animations)

**OBJECTIFS VISES :** offrir au visiteur une meilleure lisibilité de l'offre du territoire

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, adhérents, associations, communes

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires et identification de l'offre	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Edition du document	Pâques 2012
OTI	Diffusion du document	Saison 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** diffusion du support, appropriation par les acteurs, retours clients

## Fiche action n° 4.18 : Développer la promotion via Internet

### PRESENTATION

**INTERET STRATEGIQUE :**



**COMPLEXITE :**



**DESCRIPTIF :** mise en place d'un site Internet dédié au tourisme incluant une interface avec la place de marché départementale

**OBJECTIFS VISES :** offrir au visiteur une meilleure visibilité de l'offre du territoire et une meilleure accessibilité à cette offre

**PRE REQUIS :** définition de la marque de territoire

**COMMUNES CONCERNEES :** ensemble de la CDC

**PARTENAIRES :** OTI, Manche Tourisme, prestataires, associations, communes,

**PUBLIC CIBLE :** visiteurs

### FEUILLE DE ROUTE

**PILOTAGE TERRITORIAL :** OTI

**MODALITES D'INTERVENTION :** maîtrise d'ouvrage

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
OTI	Sensibilisation des partenaires et identification de l'offre	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Choix de la charte graphique et des fonctionnalités du site	1 <sup>er</sup> trim. 2012
OTI	Mise en ligne du site	Pâques 2012

**CRITERES D'EVALUATION :** fréquentation du site, fréquentation et volume d'affaires de la place de marché associée

## AXE 4 : SYNTHESE DES FICHES ACTIONS

N°	Titre	Pilotage	Modalités	Intérêt	Complexité	Public cible	Plan Manche Tourisme
4.15	Créer une marque touristique de territoire	OTI	Maîtrise d'ouvrage	★★★★	⚡⚡⚡	Visiteurs	1.1
4.16	Créer une académie de destination	OTI	Maîtrise d'ouvrage	★★★★☆	⚡⚡⚡	Prestataires	3.6
4.17	Editer un guide pratique	OTI	Maîtrise d'ouvrage	★★★☆☆	⚡⚡⚡	Visiteurs	
4.18	Développer la promotion via Internet	OTI	Maîtrise d'ouvrage	★★★★	⚡⚡⚡	Visiteurs	6.24

# 2<sup>ème</sup> PARTIE

---

## PRECONISATION D'ORGANISATION

Synthèse des réunions des 6 et 20 septembre 2011

## Les missions de l'Office de Tourisme

- Afin de répondre aux enjeux du territoire, l'Office de Tourisme intercommunal concentrera ses interventions sur quelques grandes missions :
  - **Accueil information**, enrichis de **services touristiques** (boutique, connexion Internet, location de vélos, etc.)
  - **Coordination des partenaires** (recrutement des adhérents, remontées des informations touristiques, animation d'une académie de destination)
  - **Promotion** (guide touristique intercommunal, site Internet du territoire).
- L'animation demeure une compétence communale : néanmoins le Comité de Pilotage préconise que l'Office de Tourisme assurera un rôle de coordination du calendrier et de soutien aux initiatives d'échelle intercommunale.

## L'implantation des bureaux d'accueil

- Dans une optique de réduction relative de la fonction accueil en cohérence avec le contexte et les potentialités de chaque site, le Comité de pilotage préconise **la structuration suivante** :
  - Bureaux : Carolles et St Jean le Thomas
  - Accueil et boutique dans des locaux rénovés (sous réserve d'une étude de marché) : Genêts
  - Adresse administrative à Sartilly, sans point d'accueil : centralisation de l'administratif, du courrier et point de rassemblement de l'équipe.
- Il conviendra de **définir ultérieurement des plannings** permettant une continuité de service (mettre fin aux variations hebdomadaires), y compris au prix d'une réduction substantielle du volume horaire dans chaque structure.
- Par ailleurs, le Comité de Pilotage préconise la mise à l'étude de la faisabilité de la construction d'un Office de Tourisme Intercommunal sur le site des Falaises de Champeaux.

## La composition du Conseil d'administration

- Le mode de gestion défini par la Collectivité pour l'Office de Tourisme est l'association.
- Afin de garantir les équilibres, le Comité de Pilotage préconise **la composition suivante** pour le Conseil d'administration :
  - 6 élus de la Communauté de Communes
  - 1 socioprofessionnel par commune littorale (Carolles, Genêts, Saint Jean le Thomas, Dragey Ronthon, Champeaux) + 3 pour le bocage
  - 6 membres actifs (représentants associatifs / personnalités qualifiées)
  - **soit 20 membres au total**



## La répartition des missions entre les personnels

- Dans l'optique de créer une dynamique de territoire, le Comité de Pilotage préconise de substituer à la répartition territoriale des tâches opérationnelles entre les salariées, **une répartition fonctionnelle par grandes missions**, par exemple :
  - Relations prestataires, promotion communication, secrétariat de l'association, + appui accueil
  - Accueil + Comptabilité
  - Accueil + ressources humaines + hébergements
  - Accueil + appui supports de promotion

## Le devenir des structures actuelles

- **La transformation en OTI de Porte de la Baie Tourisme** est prévue par les statuts de l'association et permettra de pérenniser les personnels sans formalité particulière.
- **Les Offices de Tourisme actuels seront dissous** et le cas échéant transformés en associations d'animation locale, sans toutefois conserver le terme « tourisme » dans leur dénomination afin d'éviter toute confusion
- **Le repositionnement des bénévoles** s'effectuera en fonction des aptitudes et des affinités de chacun, soit au sein des structures d'animation locales, soit au sein du nouvel Office de Tourisme intercommunal. Dans l'hypothèse où une équipe d'accueil bénévole serait constituée, elle aurait a priori vocation à tourner sur les trois sites et à suivre la formation nécessaire pour ce faire
- Le Comité de Pilotage préconise que chaque salarié de l'Office de Tourisme conserve **un ancrage territorial** dans le cadre des relations avec les associations d'animation ou les communes : bocage ; Genêts Dragey ; Carolles ; Saint-Jean-le-Thomas Champeaux.
- Enfin, le Comité de Pilotage considère qu'il serait souhaitable que **les associations d'animation locale adhèrent** à l'OTI

## La relation avec la Collectivité

- Le **maintien de la fonction développement** au sein de la Collectivité (recherches d'investisseurs, signalétique, etc.) constitue une répartition classique permettant à celle-ci de piloter les grandes orientations.
- Le Comité de Pilotage préconise que le suivi de la stratégie de développement touristique soit assuré par **la Commission tourisme de la Communauté de Communes élargie aux membres de l'actuel Comité de Pilotage tourisme.**
- Enfin, **le week-end du vent** sera toujours du ressort de la Communauté de Communes, compte tenu de son intérêt en terme de communication institutionnelle territoriale. Celle-ci favorisera à l'avenir une implication plus forte des associations partenaires.

## LISTE DES PARTICIPANTS

- M. Claude FOURRE, Président
- Mme Catherine BRUNAUD RHYN, Vice Présidente
- M. François FAVIER,
- Mme Mylène FOLNY
- Mme Maryvonne GASTEBOIS
- Mme Claudine GIARD
- M. Dominique GONTHIER
- Mme Sophie GROSFILS
- M. Aymerick GUILLOUX
- M. Alain HOUEL
- M. Thomas LEBERTRE
- Mme Magali LEGALLET
- M. Philippe LOISEAU
- Mme Monique LORE
- Mme Magali MALLET,
- Mme Mélanie MESNIL
- M. Jacques PICHON
- Mlle Elody ROTROU
- M. Jacques Benoît ROUX
- M. Louis SIMON
- M. Jacques THOUVENOT

## REMERCIEMENTS

**Le Comité de Pilotage tient à remercier  
chaleureusement**

**Magali MALLET et François FAVIER,**

**de Manche Tourisme,**

**qui ont accompagné l'ensemble de la démarche  
de leurs avis éclairés.**

**\*\*\*\*\***