

### Michèle MANOA, Vice-présidente du Conseil départemental

Madame Manoa a insisté sur la nécessité de développer une culture de l'accueil, que tout le monde sur le territoire est un acteur de l'accueil.

Elle a également mis en évidence l'importance de l'écoute et de se remettre en question.

### Thierry JULIER, Président de la CCI Lozère.

Monsieur Julier a insisté sur le besoin d'aller au-delà des attentes des clients (aller au-delà du « sans plus ») à travers :

- ✓ Un renforcement de l'offre
- ✓ Une amélioration de l'outil (les infrastructures des prestataires commerciaux)
- ✓ Un dynamisme dans l'action promotionnelle

Il a insisté qu'il était nécessaire que « les locomotives institutionnelles » réussissent à « raccrocher » tous les wagons des prescripteurs pour que les actions menées soient consolidées, pour proposer un produit plus accueillant et pour démontrer un visage plus dynamique de la destination touristique.

### Christopher TERLESKI, Pour un accueil de qualité.

Une présentation axée sur :

- ✓ La notion de la qualité accrue pour devenir un concurrent plus performant à travers :
  - o Des compétences humaines renforcées (l'accueil physique sur site) ;
  - o La qualité de l'équipement (étoffer le produit proposé) ;
  - o Le développement d'offres renforcées, « décomplexées » vis-à-vis des destinations concurrentes, surtout pour un public touristique de proximité.

### Marie LAURENS, propriétaire de l'hôtel de la Poste à Châteauneuf de Randon :

Madame Laurens a décrit son établissement et explicité les investissements réalisés pour consolider son marché actuel et pour développer un marché plus large. Elle a précisé que l'ouverture récente de ses gîtes permettait d'étoffer et d'étendre son offre pour compléter son activité de tourisme d'affaires et de loisirs. Un spa va bientôt compléter son offre.

### Lætitia ALDEBERT, propriétaire de l'hôtel Les Deux Rives à Banassac :

Madame Aldebert a décrit les travaux réalisés dans son entreprise, évoquant également les choix stratégiques qu'elle a opérés dans le cadre de ses périodes d'ouverture pour rester ouvert le plus possible tout en conciliant ses ouvertures avec les contraintes financières de l'entreprise. Elle a précisé aussi l'intérêt d'actions événementielles. Elle a confirmé également son idée de développer une offre spa.

## Les offices de tourisme comme catalyseur de l'amélioration de l'accueil.

La problématique principale qui en ressort est l'implication des prestataires commerciaux dans cette démarche, comment les convaincre de participer à cette action collective pour accroître leur attractivité.

Une présentation de l'expérimentation sur les plannings d'ouverture a été effectuée par Monique Rocher et Claudie Martin de l'Office de tourisme des Gorges du Tarn. Elle a permis d'évoquer : la démarche et les moyens déjà en place, la solution du planning papier qui a été abandonnée, des idées de renforcement de ces dispositifs pour que des informations soient disponibles à tout instant et de renforcement du volet numérique (sur le système d'information touristique, sur Google my business). Les participants étaient incités à optimiser ceci tout en renforçant la qualité de leurs propres sites, parfois peu animés et parfois vieillissants.

L'expérimentation va se poursuivre pour permettre la proposition de prestations tout au long de l'année, et prioritairement du printemps à l'automne, même si celle-ci pourrait sembler compliquée dans certaines communes et zones.

## De l'accueil touristique à l'accueil de populations : Lozère Nouvelle Vie

Pauline Maurin, responsable de la mission accueil et attractivité au Département de la Lozère a présenté deux éléments importants pour les acteurs touristiques et leur implication dans la démarche générale du territoire qui cherche à accueillir de nouvelles populations.

Elle a rappelé l'importance de l'accueil touristique car les nouveaux habitants découvrent souvent le territoire par le tourisme et a mis en évidence l'organisation des acteurs qui accompagnent les porteurs de projets autour du point d'entrée « Lozère Nouvelle Vie » vers lequel les professionnels du tourisme peuvent orienter leurs clients qui se posent la question d'une installation en Lozère.

Elle a par ailleurs évoqué la possibilité de conduire des opérations de prospection en lien avec les métiers du tourisme.

## Comm'une Nouvelle Vie :

Ludivine Jouve du PETR Gévaudan a présenté la démarche Comm'une Nouvelle Vie mise en œuvre par les territoires pour que les nouveaux arrivants se sentent bien accueillis et bien intégrés dans le réseau social local à l'échelle communal. Plusieurs communes expérimentent cette démarche.

Elle a particulièrement insisté sur le rôle que les acteurs du tourisme pouvaient avoir dans les comités d'accueil de population (CLAP) pour partager leur territoire et jouer ce lien du premier contact avec les touristes.

## Échanges avec la salle :

Les échanges avec la salle furent animés mais certainement trop axés sur l'idée « historique » qu'il était difficile, voire impossible de concurrencer les destinations limitrophes à cause d'un déficit de densité de population dans le département. Il y avait même, pour certain, un sentiment que le déclin était irréversible.

En réponse il a été indiqué que ces zones peu peuplées et les grands espaces d'une beauté exceptionnelle représentent une opportunité extraordinaire pour améliorer l'accueil d'un tourisme, particulièrement de court séjour pour une clientèle de proximité à tout moment de l'année. Il serait certainement souhaitable de créer un « noyau » de prestataires dynamiques qui initient des

actions gagnantes afin d'inverser les idées préconçues et d'amorcer un dynamisme plus collectif. Il était suggéré de s'inspirer des actions réalisées par d'autres régions, entre autres la Forêt Noire.

Spécifiquement sur la question de l'accueil des clients, personne ne veut intentionnellement mal accueillir... mais la discussion s'est ouverte sur la façon de répondre à la véritable attente des clients, à l'actualiser au fil du temps. L'importance de consacrer du temps à l'écoute des clients a été identifiée.

Enfin, le bon accueil est collectivement reconnu pour l'effet positif dans le bouche à oreille, il permet de fidéliser et un client satisfait est un excellent ambassadeur d'un établissement ou d'un territoire.

## Conclusions

Les conclusions qui ressortent de cet atelier sont que :

- ✓ Les acteurs institutionnels œuvrent pour mettre à disposition des prestataires commerciaux tous les moyens pour que ceux-ci puissent contribuer à la progression de l'activité touristique.
- ✓ Ces **prestataires restent à être convaincus que la Lozère puisse devenir une destination touristique plus développée**, restant derrière une certaine certitude que le manque d'infrastructures, (ouvertures à l'année) et la faible densité de population sont des freins à ce développement. Or, ils en sont les acteurs principaux.
- ✓ Des actions d'**amélioration de l'accueil** peuvent se faire à travers :
  - o Une amélioration de l'accueil « humain » (une prise de conscience personnelle couplée à la formation des équipes).
  - o Un développement des outils participant à l'amélioration de l'accueil :
    - Amélioration de l'existant ;
    - Mise en place d'infrastructures pour la saison hivernale (spas).
  - o Un développement de l'amplitude de l'offre (une saison rallongée avec la mise en place d'offres attractives et dynamiques).
  - o Une optimisation des atouts naturels de la région en favorisant des activités à la fois de plein air, et des activités possibles par tous les temps.
- ✓ Une **meilleure distribution** par les canaux numériques (sites web de exploitants) :
  - o Le développement d'un système de networking pour qu'aucun client potentiel ne se trouve sans informations touristiques à tout moment. Un dispositif indicatif d'hébergements et de restaurants se trouve même quand leurs propres entreprises sont fermées.
  - o Une action des offices de tourisme pour indiquer les disponibilités sur le territoire.
- ✓ La création d'une **équipe d'exploitants convaincus et dynamiques** prêts à œuvrer en étroite collaboration avec les acteurs touristiques institutionnels pour amorcer un développement de la destination (une équipe fast track)

La destination Lozère est un produit où les prestataires commerciaux devraient croire dans leurs produits et devraient répondre présents en compléments des moyens institutionnels déjà instaurés.