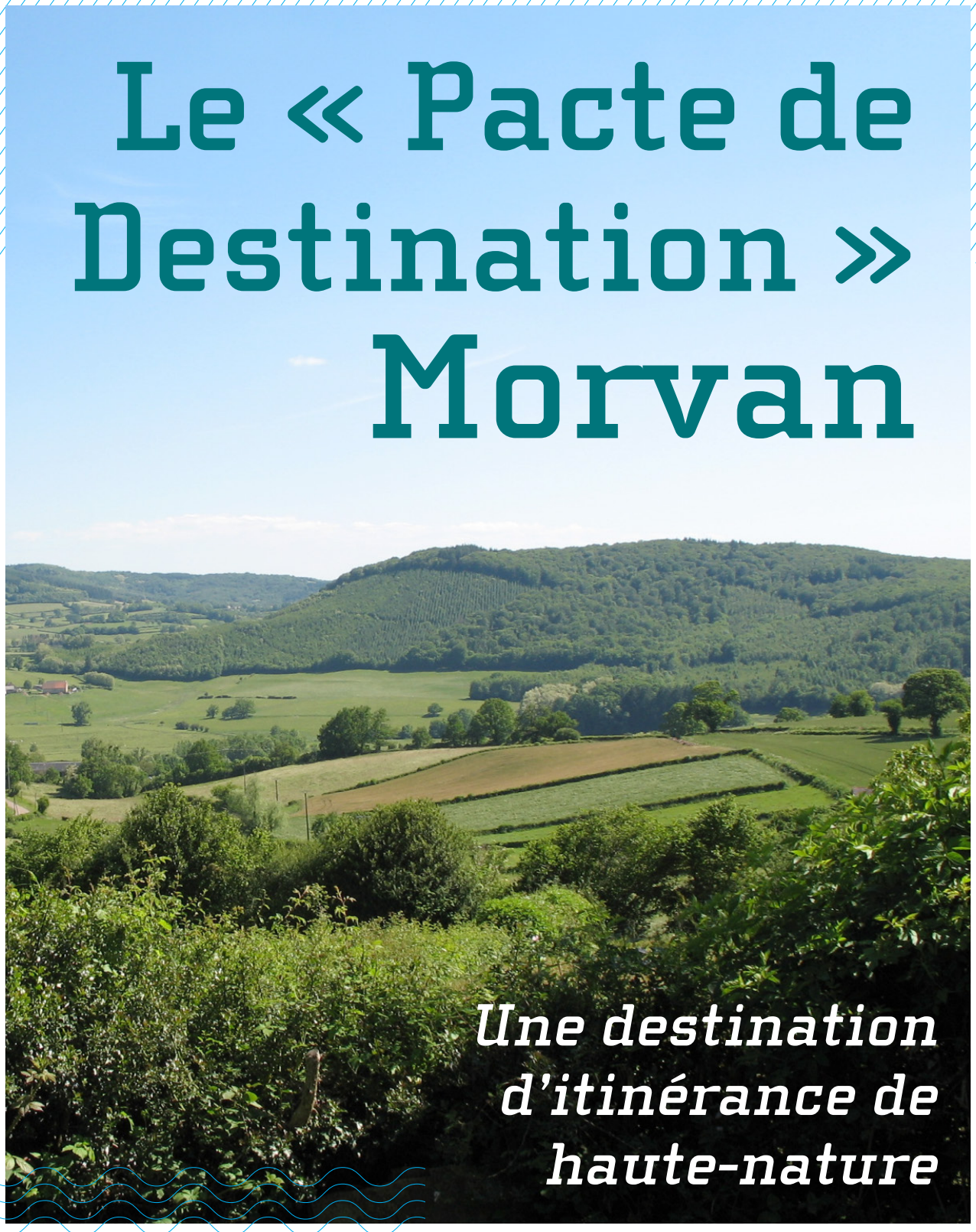
Le « Pacte de Destination » Morvan

Plan d'actions 2019 - 2023



Une destination d'itinérance de haute-nature

ATEMIA

Une étude réalisée par ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique

RÉGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

Parc naturel régional du Morvan

Rappel du Diagnostic touristique

Le Morvan : la montagne bourguignonne

Trois piliers de l'offre touristique :

PAYSAGE/NATURE

- *La **Réserve Naturelle Régionale** des Tourbières du Morvan et ses sites ouverts au public*

- *Des sites **d'interprétation du paysage***
- *Des **points de vue***
- *Le **Domaine des Grands Lacs***
- *Des sites **d'observation ornithologique***
- *Des aménagements pour des visites en **forêt domaniale***
- *Des **paysages bocagers** caractéristiques*
- *Et bien **d'autres sites et sentiers !***

CULTURE

- *Des **sites majeurs :** Vézelay et la basilique Sainte Madeleine, Bibracte Grand site de France®, Autun, Château de Bazoches*
- *Le **tourisme de mémoire :** le Mémorial de Dun-les-Places, le musée de la Résistance et les aménagements Chemin de mémoire*
- *L'**Ecomusée du Morvan** et son réseau de maisons à thème associées*
- *Des **projets à venir** : la cité muséale de Château Chinon par exemple*

© V.Arbelet

La fréquentation des musées et des écomusées alliant diverses thématiques représentant environ 114 180 visiteurs (histoire, traditions, archéologie, art) permet de démontrer l'intérêt que portent les touristes à la culture et aux traditions du Morvan.

*Mais aussi de nombreuses **manifestations sportives et culturelles, des festivals** d'ampleur régionale, nationale voire internationale*

SPORTS NATURE

- *1500km **d'itinéraires balisés de randonnée pédestre***
- *Des **grands itinéraires :** Bibracte-Alésia, Chemin Saint Jacques de Compostelle, GR de Pays et le GR13*
- *2500 km de **chemins VTT** balisés*
- *la **Grande Traversée du Morvan à VTT :** 330km d'Avallon à Autun*
- *la **Grande Traversée du Massif Central :** 1300km d'Avallon au Cap d'Agde*

© DAMIEN ROSSO DROZ PHOTO

- *600km balisés du **Tour Equestre du Morvan** – l'attelage qui se développe*
- *Des **circuits cyclotouristiques** balisés et 25 cols à gravir*
- *Des **activités d'eaux vives / eaux calmes** (premier spot au Sud de Paris)*

©Hervé Berthier - Argile

- *Mais aussi du **ski de fond** sur le site du Haut Folin, de l'**escalade**, du **vol libre**, de la **course d'orientation**...*
- *Des parcours et **sites de pêche***
- *La découverte des sports nature pour les personnes en situation de handicap avec la démarche **« Morvan pour tous »***

Les clientèles

Le Morvan, Parc naturel régional, par sa position géographique et son offre patrimoniale, possède de nombreux atouts pour se différencier dans un contexte très concurrentiel.

Au delà de la fidélisation de la clientèle actuelle, la conquête de nouvelles clientèles reste le plus grand défi, notamment sur les saisons printemps / automne.

« Les échappés d'un Week End ! »

Bassins Parisien, Lyonnais et la clientèle de proximité

- Le Morvan, première montagne à 2h30 de Paris, espace de respiration et de sensation (détente, sport nature, évènementiels...) ;
- Le Morvan, à 2h30 de Lyon, à 1h30 de Dijon...
- Le Morvan, au cœur de la Bourgogne

Les seniors actifs

Une clientèle qui allie découverte patrimoniale (culture et nature), bien être, plaisir de vivre et gastronomie...

Les sportifs ou les amateurs de sensations

Le Morvan, espace d'entraînement pour les tribus, les clubs spécialisés, les amateurs (VTT, cyclotourisme, les itinérants (VTT, pédestre, équestre, Cyclo...) ;

Le Morvan, première destination des cousinades !

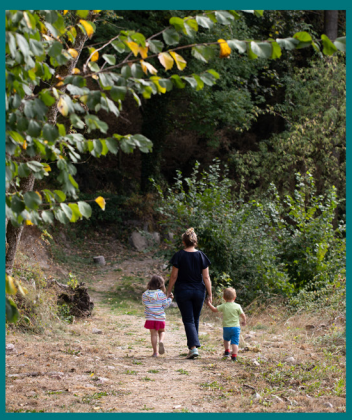
Le Morvan, une situation géographique privilégiée pour des familles, amis de plus en plus éclatées qui cherchent à se retrouver. Une offre d'hébergement de groupe à développer.

Le Morvan, la première montagne pour les Hollandais, les Belges et les Allemands

La destination Morvan en adéquation avec une clientèle avide de nature, de calme et de respiration... Une clientèle fidèle pour du moyen séjour, en résidence secondaire ou de passage vers d'autres destinations.

Cibles à développer

- *Les Bourguignons :* le Morvan, destination privilégiée nature / culture
- *Les jeunes couples* : "les Tribus famille" (jeune couple avec enfants)
- *Les sportifs* en mode préparation physique toutes saisons : le Morvan, une montagne accessible



© V. Arbelet

Le Morvan à partager en famille ou à deux, espace récréatif, de découverte des patrimoines...

Les motivations de séjour

- ➔ Le calme, le ressourcement
- ➔ Les paysages et les grands espaces
- ➔ La nature
- ➔ Le patrimoine historique et culturel

(source observatoire e-tour CRT Bourgogne années 2009 à 2014 – échantillon de 350 personnes)

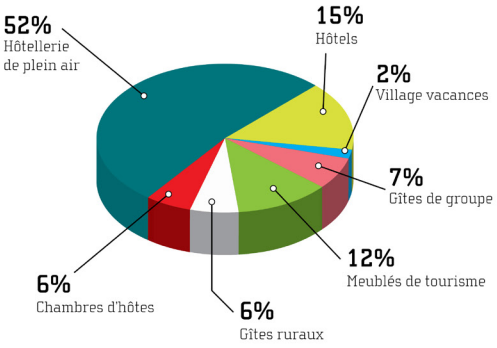
Rappel du Diagnostic touristique

Une économie touristique importante

Le tourisme c'est 8 % de l'emploi salarié en Morvan soit environ 1900 emplois touristiques.

La répartition des emplois est la suivante :
Les secteurs d'activités les plus concernés sont l'hôtellerie (28%), la restauration (26%), les campings et les autres hébergements touristiques (4%). A cela s'ajoute les cafés et les commerces alimentaires de proximité (8%), les commerces non alimentaires (5%), les supermarchés (7%) et les activités culturelles, sportives...dont offices de tourisme (7%).

Source enquête INSEE « Bourgogne Dimension » n°152 – mars 2009 / PNRM



Répartition du nombre de lits touristiques marchands et non marchands en Morvan en 2015

Les hébergements touristiques*

18 358 lits touristiques marchands

61 700 lits touristiques non marchands
(12 340 résidences secondaires, INSEE, RGP 2014)

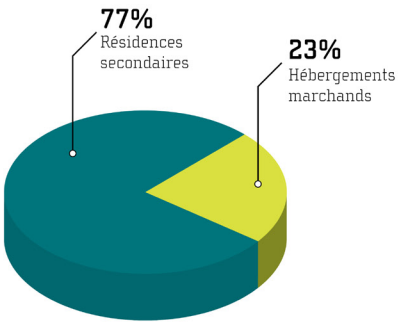
soit un total de

80 058 lits touristiques *(villes partenaires inclues)*

Quelques chiffres

Près de ***250 000 nuitées en hôtels*** *et* ***300 000 nuitées** en hôtellerie de plein air***

Source : Observatoire Tourisme Bourgogne-Franche-Comté Tourisme – INSEE



Répartition du nombre de lits touristiques marchands et non marchands en Morvan

C'est aussi **194 restaurants**

* Chiffres 2015
** Nuitée = Nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement ; deux personnes séjournant trois nuits dans un hôtel comptent ainsi pour six nuitées de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit. (source INSEE)

Rappel du Diagnostic touristique

Le tourisme, une multitude d'acteurs

La loi NOTRe du 7 août 2015 portant sur la nouvelle organisation territoriale, a partagé la compétence en matière de promotion touristique, entre les échelons régionaux, départementaux et intercommunaux.

RÉGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE

BOURGOGNE FRANCHE COMTE TOURISME

Stratégie basée sur les **3 Contrats de Destination :** *Bourgogne, Montagnes du Jura et Massif des Vosges.*

4 Collectifs thématiques : *Itinérance, Patrimoine, Gastronomie et oeno tourisme.*

Le Collectif Tourisme Bourgogne composé **du CRT, des 4 ADT et du Parc** = animation et mise en œuvre du Contrat de Destination et de son Plan Marketing Partagé.

Le Morvan en Bourgogne est reconnue destination d'excellence au sein de ce dernier.

Parc naturel régional du Morvan

Le Parc naturel régional du Morvan et sa Maison du Parc

***8 EPCI et 8 Offices de Tourisme** aux statuts différents : association, EPIC et régie.
Des stratégies de promotion et de développement touristique locales plus ou moins affirmées.

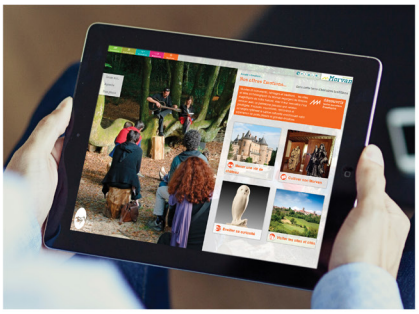
Rappel du Diagnostic touristique

Destination Morvan, quelle promotion ?

Depuis plusieurs années, le Parc réalise différentes actions de promotion-communication.

Éditions papier

- *La carte touristique (25 000 ex)*
- *Magazine touristique (10 000 ex)*
- *Le dépliant de la Maison du Parc (6000 ex)*
- *Les dépliants filières : VTT, Pêche, équestre et trail (2019)*

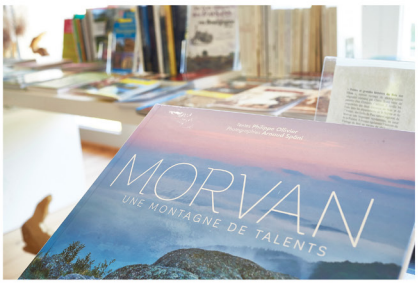


Le web

- *Le développement du site internet tourisme et site mobile*
- *La participation en tant que contributeur-diffuseur à la base de données Décibelles Data* décibelles data

1 salon annuel

La participation au salon « Vivre Autrement » au Parc Floral de Paris en mars effectué avec des partenaires (Offices de Tourisme, prestataires , etc...)



Les guides touristiques

La participation à la rédaction-réécriture des guides le Petit Futé, le guide vert Michelin sur la partie morvandelle, le guide Gallimard.

Des accueils presse

La participation et organisation d'accueils presse sur les activités de pleine nature, la culture...en lien avec le Comité Régional du Tourisme principalement

Un travail de proximité avec les Offices de Tourisme

C'est aussi l'animation du collectif des 8 Offices de Tourisme présents sur le territoire du Parc et la réalisation d'actions communes, de partage d'expériences, etc.

Un travail partenarial

avec les Agences de Développement Touristique des 4 Départements et le Collectif Tourisme Bourgogne du Comité Régional du Tourisme Bourgogne Franche-Comté.

Les principales étapes de la construction du Pacte de destination

Afin de formaliser son pacte de Destination, Le Parc Naturel régional du Morvan a missionné le bureau d'études Atemia, dont le travail a été structuré autour d'un programme d'animation. Trois ateliers de co-construction de la stratégie ont réuni les élus ainsi que les techniciens tourisme du territoire :

Atelier 1

Thématique : Tenir la « promesse Parc »

Format : photolangage (faciliter la parole grâce aux images)

Atelier 2

Thématique : Bâtir un programme d'actions opérationnelles

Format : world café (processus de conversation par sous-groupe et structuré autour de plusieurs thèmes)

4 sujets basés sur les grands défis touristiques identifiés pour la destination :

- Poursuivre la qualification de l'offre
- Renforcer le volet loisirs nature
- Promouvoir collectivement la Destination
- Tous acteurs de l'accueil

Atelier 3

Thématique : La gouvernance

Format : cas pratique autour de la conception d'une habitation (plusieurs formats de maisons) afin de formaliser un modèle de gouvernance

Des entretiens téléphoniques complémentaires ont été menés avec quelques grands acteurs du territoire.

Le projet touristique

Au-delà des ateliers et échanges avec les acteurs, la stratégie s'appuie également largement sur les documents cadres existants au niveau du Parc (CETD, Pôle de Nature, Plan marketing, Morvan 2035...).

Les 3 enjeux touristiques de la Destination Morvan :

#Enjeu 1

Le Morvan, PNR, un atout à **partager**

#Enjeu 2

La Destination Morvan, une notoriété à **amplifier**

#Enjeu 3

Une économie touristique à **renforcer**

Les ateliers ont permis d'aboutir à une promesse touristique commune, en lien avec la stratégie régionale de la Bourgogne-Franche-Comté et la Destination Bourgogne :

« Le Morvan, une destination d'itinérance de haute nature où il est possible de se ressourcer, d'être libre et de vivre des émotions … »

LE PLAN D'ACTIONS 2019 – 2023

7 actions pour développer le tourisme d'excellence en matière d'itinérance dans le Parc naturel régional du Morvan et en faire un moteur du développement économique local

2 axes stratégiques et 1 axe structurant

#Axe 1 : Une destination d'excellence pour l'itinérance

#Axe 2 : Une destination à l'image redynamisée par une stratégie marketing offensive et unifiée

#Axe 3 : Une destination managée via une gouvernance cohérente et innovante

Déclinés en 7 actions :

#Axe 1 - Une destination d'excellence pour l'itinérance

Objectif stratégique : Structurer la filière APN au travers de l'itinérance au sens large (grande itinérance, mais aussi itinérance en étoile (balades, randonnées courtes…) et dans une logique d'excellence

Action 1 : Structurer un schéma global de l'itinérance touristique autour de camps de base

Action 2 : Mener un programme d'équipements et d'accueil d'excellence

Action 3 : Soutenir l'investissement privé et la création d'une offre complète et qualitative

Action 4 : Soutenir une politique évènementielle autour des activités de pleine nature

#Axe 2 - Une destination à l'image redynamisée par une stratégie marketing offensive et unifiée

Objectif stratégique : Positionner le Morvan comme stade de haute nature en Bourgogne à 2h30 de Paris.

Action 5 : Harmoniser et professionnaliser la stratégie marketing de la Destination

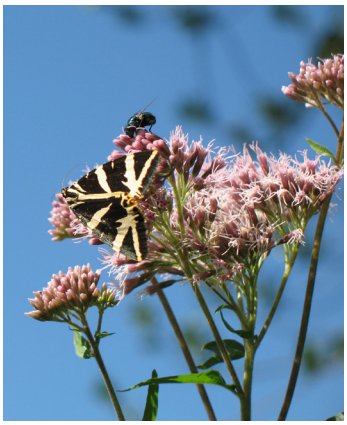
Action 6 : Mutualiser les outils de communication pour ne parler que d'une seule voix à l'échelle de la Destination

#Axe 3 : Une destination managée via une gouvernance cohérente et innovante

Objectif stratégique : S'affranchir des limites administratives pour raisonner bassin touristique et se mettre au service des clientèles.

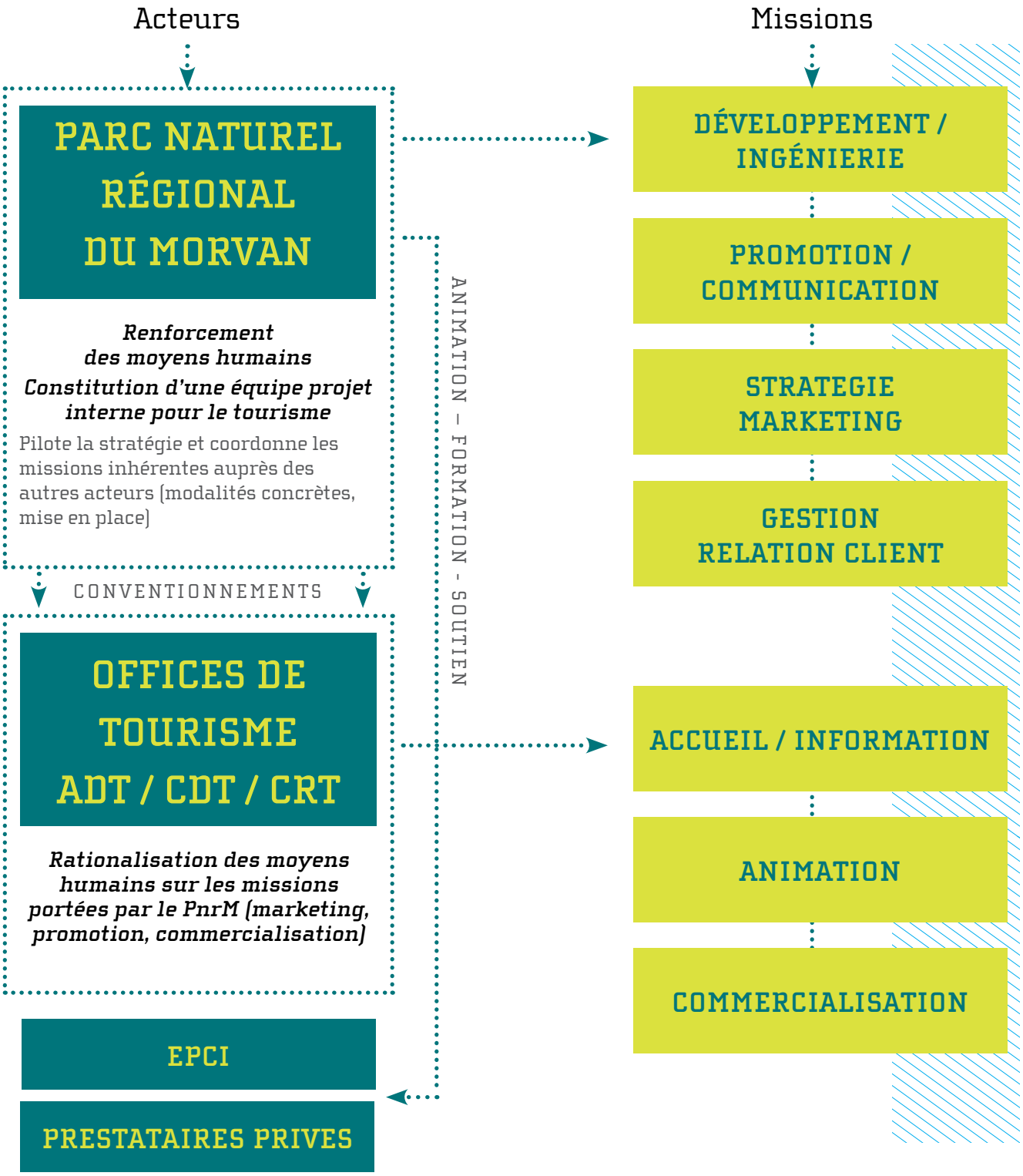
Action 7 : Organiser une structure coopérative « Destination Morvan »

Cf. le schéma représentatif du scénario organisationnel page suivante



un schéma organisationnel au service du projet

Montée en puissance de la structuration actuelle autour du Parc avec une clarification des missions respectives pour chacun des autres acteurs et des conventionnements renforcés.



Parc naturel régional du Morvan

PARC NATUREL REGIONAL DU MORVAN

Maison du tourisme, les petites Fourches, 530 route de Saulieu, 58230 Saint Brisson
Tél : 03 86 78 79 57 | www.tourisme.parcdumorvan.org | www.parcdumorvan.org

ATEMIA Une étude réalisée par ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique // www.atemia.org