



STRATÉGIE

DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

DU GRAND AMIÉNOIS

SYNTHÈSE DES PROPOSITIONS

LA DÉMARCHE DE DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE DU GRAND AMIÉNOIS

Le tourisme est une activité économique de premier plan tant au niveau national que dans de nombreux territoires.

Le Pôle Métropolitain du Grand Amiénois, et les Intercommunalités qui le composent, ont bien conscience de l'importance de cette activité à la fois en matière de développement économique, de rayonnement et d'attractivité, mais aussi en termes de qualité de vie pour les habitants eux-mêmes.

Plusieurs événements ont bien mis en avant l'attractivité et le potentiel touristique de ce territoire, en particulier les événements liés au centenaire de la Première Guerre Mondiale avec un développement réel des flux touristiques observé sur une large part du Grand Amiénois.

Les évolutions réglementaires ont également mis en avant l'activité touristique, en particulier la Loi NOTRe avec le maintien du tourisme en compétence partagée entre les 3 niveaux de collectivités et le transfert de la compétence promotion du tourisme aux EPCI.

Conscientes de l'enjeu touristique sur un territoire mixant offres touristiques attractives, flux de passage et localisation au cœur d'une zone de chalandise potentielle de premier plan, les huit Intercommunalités du Grand Amiénois ont souhaité définir une stratégie de développement touristique commune à l'échelle du Grand Amiénois en tant que territoire de projet mais aussi territoire de consommation voire de destination touristique.

Cette démarche, lancé en décembre 2018, s'est déroulée de manière rythmée et concertée jusqu'en septembre 2019.

UNE DÉMARCHE FORTEMENT MOBILISATRICE

Le souhait des acteurs locaux a été de mener un travail très participatif, dès son lancement et tout au long de la démarche.

Cette concertation permanente est une garantie d'aboutir à une stratégie partagée, cohérente, et adaptée aux volontés locales.

Cette co-construction s'est appuyée sur de nombreux outils complémentaires :

- une conférence de lancement fin 2018,
- des rencontres individuelles avec une sélection d'acteurs touristiques du territoire,
- un total de 36 ateliers thématiques ou territoriaux tout au long de la réflexion,
- une plateforme collaborative ouverte tout au long de la démarche,
- un séminaire de consolidation stratégique avec 60 participants.



UNE DÉMARCHE FORTEMENT MOBILISATRICE

Cette démarche de travail collectif a été très largement suivie par les acteurs locaux du tourisme avec une forte mobilisation tout au long des différentes étapes de concertation.



RENCONTRES DES ACTEURS

30 entretiens



ATELIERS THEMATIQUES

10 ateliers « diagnostic »
mars 2019
250 participants

11 ateliers « enjeux et
stratégie » avril-mai 2019
220 participants

4 ateliers territoriaux avec
les EPCI demandeurs
100 participants

11 ateliers « actions »
juin 2019
100 participants



CONFERENCE DE LANCEMENT

19 décembre 2018
150 participants



CONCERTATION NUMERIQUE

Plateforme de
contribution tout au
long de la démarche



SEMINAIRE STRATEGIQUE

27 mai 2019
60 participants

LE TOURISME SUR LE GRAND AMIÉNOIS

Synthèse du diagnostic

UN GISEMENT PATRIMONIAL, NATUREL, HISTORIQUE, DE LOISIRS ... RICHE ET DIVERSIFIÉ

- Un patrimoine bâti riche, couvrant toutes les époques depuis l'Acheuléen jusqu'à la période contemporaine, en passant par les différentes époques de conflits.
- Un riche patrimoine naturel structuré autour des nombreuses vallées du territoire dont la vallée centrale de la Somme.



UN TERRITOIRE ACCESSIBLE ET DES MOBILITÉS POSSIBLES SUR CERTAINS AXES STRUCTURANTS

- Une localisation au cœur d'un dense réseaux routier et ferroviaire.
- Une zone de chalandise exceptionnelle de 80 millions d'habitants à 300 km.
- Des transports en commun sur le territoire mais perfectible dans les liaisons entre les intercommunalités.



UNE IMPORTANTE OFFRE D'HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

- Une capacité d'accueil de plus de 33 000 lits touristiques sur le Grand Amiénois dont 7 000 lits marchands.
- Des hébergements marchands avant tout concentrés dans l'hôtellerie (plus de 3 500 lits) et l'hôtellerie de plein air.
- Une offre de meublés de tourisme diffuse sur tout le territoire.

UN TERRITOIRE ENGAGÉ DANS DES DÉMARCHES D'ATTRACTIVITÉ ET DE QUALITÉ D'ACCUEIL (ACCESSIBILITÉ ...)

- Un territoire engagé dans des démarches d'attractivité et de rayonnement.
- Et aussi des démarches de qualité d'accueil reconnues, comme le niveau Or du Label Destination pour tous obtenu par Amiens en 2019.

LE TOURISME SUR LE GRAND AMIÉNOIS

Synthèse du diagnostic

UN TERRITOIRE PEU IDENTIFIÉ EN DEHORS DE SA PROXIMITÉ RÉGIONALE

- Une bonne visibilité du territoire à l'échelle régionale (moins de 200km), mais une large méconnaissance du territoire dans un rayon de plus de 500km. Difficulté d'identifier des marqueurs identitaires du territoire.
- Un déficit d'image et de notoriété qui pèse sur l'attractivité touristique mais également économique et résidentielle.

UN TERRITOIRE DU GRAND AMIÉNOIS QUI NE FAIT PAS DESTINATION DANS L'ESPRIT DES CLIENTÈLES

- Un manque de lien entre les offres, les sites, les images ... des différents territoires du Grand Amiénois.
- Une diversité de thèmes et de filières touristiques à valoriser qui est une force mais un manque d'unité qui limite les renvois de clientèles entre les sites et les territoires.

UNE MISE EN TOURISME PERFECTIBLE DE CERTAINES OFFRES TOURISTIQUES

- Le gisement est riche et diversifié mais les sites touristiques le valorisant, malgré leur intérêt, sont largement perfectibles.
- Les enjeux de valorisation d'une large part des sites touristiques et de loisirs tiennent à la fois à qualification de leur offre et à une prise en compte des attentes actuelles ou émergentes des clientèles.



LES ENJEUX

Un enjeu central : développer l'attractivité par un travail sur l'offre

- Le Grand Amiénois offre un gisement touristique très riche et diversifié et la localisation du territoire au cœur d'une zone de chalandise de premier plan constitue un atout indéniable.
- Mais le territoire est aujourd'hui peu connu et peu identifié comme destination touristique en dehors de son immédiate proximité.
- Il génère cependant un fort taux de satisfaction pour les clientèles qui le découvrent et un effet « bonne surprise » prouvant sa qualité intrinsèque.

La problématique centrale du Grand Amiénois est donc de développer son attractivité par un travail sur la qualification, le développement et le rayonnement de son offre touristique.

Cela demande de répondre à 4 grands enjeux stratégiques



LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU GRAND AMIÉNOIS



**Une stratégie d'attractivité :
faire connaître et faire venir sur
le Grand Amiénois en adaptant
les offres aux attentes des
clientèles**



Cette stratégie définit :

- **Des cibles de clientèle prioritaires pour le territoire**
- **Des filières clés d'attractivité**
- **La promesse client de la destination**

Elle se dote également de 6 grands objectifs stratégiques qui guideront l'action collective du territoire dans le domaine du tourisme.

LA STRATÉGIE – LES CIBLES

Cette stratégie vise spécifiquement 4 cibles de clientèle principales :



Les familles



**Les urbains à
400 km à la ronde**



**Les résidents locaux
et de proximité**



**Les clientèles
internationales en
séjours ou de
passage**

Les clientèles urbaines à 400 km à la ronde sont les clientèles naturelles de la destination, le marché potentiel le plus important et le plus proche. Mais c'est un marché très concurrentiel sur lequel le territoire devra se différencier.

Les clientèles internationales en séjour ou de passage sont également une clientèle naturelle du territoire, en particulier au regard des liens spécifiques tissés suite à la Première Guerre Mondiale.

Les clientèles familiales sont une cible de différenciation : le territoire offre un potentiel d'offres et d'activités pour toucher les familles sur des séjours de nature et même sur des séjours urbains.

Enfin les résidents locaux et de proximité sont une clientèle de première importance au regard de leur double rôle de consommateurs d'activités touristiques et de loisirs et de prescripteurs du territoire.

LA STRATÉGIE – LES FILIERES

Cette stratégie d'attractivité s'appuie sur la valorisation des points forts du gisement touristique du territoire, en particulier ses filières clés :



Ces filières sont d'ores et déjà les socles de l'attractivité touristique de la destination.

Le développement de l'attractivité du territoire sur ces filières passera bien par un double travail :

- Sur la qualité des offres de chaque filière, leur adaptation fine aux attentes des clientèles.
- Sur la mise en réseau des offres de ces filières. C'est bien ce lien entre ces filières, donc la diversité d'expériences touristiques proposées sur le territoire, qui en feront une destination différente et attractive demain.

LA STRATÉGIE – L'EXPERIENCE CLIENT

La stratégie fait une promesse clientèle, qui servira d'assise à son positionnement, celle d'un « voyage idéal » dans le Grand Amiénois, une destination :

où **nature et histoire(s)** se marient pour offrir une **expérience de respiration**, de ressourcement

où **audace et innovation** se conjuguent pour réveiller **les imaginaires et les émotions**

dans un **cadre d'excellence, durable et responsable** qui tient autant aux paysages, à la nature, à l'accessibilité qu'à la chaleur / qu'aux **qualités humaines** des habitants

Avec des offres qui se colorent **autour des univers liés à l'œuvre de Jules Verne**. Le fantastique, l'exploration, la création, l'innovation, l'aventure, l'humanisme, la science, la technologie et le voyage se conjuguent ainsi pour proposer **des expériences touristiques différenciantes et qualitatives**

LA STRATÉGIE – LES GRANDS OBJECTIFS

En conséquence, cette stratégie se décline en 6 grands objectifs stratégiques



Devenir une destination de référence pour les clientèles familiales



Devenir une destination de référence pour les courts séjours découverte des urbains à 400 km à la ronde



Se différencier par le ton et l'aspect attractif et original des offres du territoire



Faire rester les flux plus longtemps et donc maximiser les retombées économiques



Travailler sur les itinérances pour diffuser les flux sur tout le territoire et au-delà



Piloter collectivement la destination sans faire disparaître les spécificités de chaque intercommunalité



LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE

Une stratégie résolument tournée vers l'action dont la mise en œuvre se décline dans 4 grands axes de travail



Valoriser et mettre en tourisme le gisement du Grand Amiénois



Communiquer pour développer les flux, faire venir et rester sur le territoire



Garantir l'excellence de l'expérience touristique



S'organiser pour porter efficacement la stratégie

► Pour chaque axe de travail, **des priorités** définies

► Pour chaque priorité, **des grands chantiers** à mettre en œuvre

► Pour chaque chantier, **des actions opérationnelles**

- Certaines à porter directement à l'échelle du territoire du Pôle Métropolitain
- Certaines à décliner de manière opérationnelle à l'échelle des Intercommunalités et des OT
- et en articulation avec les acteurs partenaires tels que le Département ou la Région

Axe 1 : Valoriser et mettre en tourisme le gisement du Grand Amiénois

Valoriser patrimoines et histoire(s) dont la mémoire

Chantier A. Mettre en place des outils communs de valorisation touristique des patrimoines

- Des interventions artistiques pour révéler le patrimoine : art in situ, mise en lumière ...
- Une place importante de l'humain dans la médiation : visites théâtralisées, des « histoires » ...
- Un guide multimédia de présentation des patrimoines de la destination

Chantier B. Elargir l'offre de tourisme de mémoire

- Des offres nouvelles valorisant l'arrière front

Chantier C. Valoriser la thématique « Jules Verne » et ses univers

- Une coloration des univers verniens dans les valorisations patrimoniales

Chantier D. Veiller à la prise en compte des attentes des familles

- Veiller à la prise en compte des familles et accompagner les porteurs de projets

Axe 1 : Valoriser et mettre en tourisme le gisement du Grand Amiénois

Valoriser la nature et l'eau (développement des itinérances, des loisirs, etc.)

Chantier E. Développer les itinérances douces

- Finaliser et développer les services sur l'itinéraire majeur de la vallée de la Somme
- Développer les itinéraires cyclables, pédestres et équestres sur tout le territoire
- Développer un guide spécifique des itinéraires de découverte du territoire

Chantier F. Développer les activités sur l'eau

- Définir un plan d'aménagement fluvial de la Somme (infrastructures)
- Encourager et accompagner les porteurs de projets liés à l'eau (tourisme fluvial et loisirs)
- Développer des espaces de baignade sur le territoire intégrant d'autres activités de loisir

Chantier G. Valoriser les sites naturels

- Ouvrir des espaces naturels tout en maîtrisant les flux et leur impact
- Encourager un développement des offres de tourisme halieutique

Chantier H. Développer les sites de loisirs, en particulier pour les familles

- Développer les sites de loisirs sur le territoire

Axe 1 : Valoriser et mettre en tourisme le gisement du Grand Amiénois

En transversal : mettre en place les outils pour diffuser les flux sur toutes les offres

Chantier I. Devenir une destination gourmande

- Travailler avec des chefs locaux pour développer des plats originaux appuyés sur les produits locaux
- Mettre en place un événement festif grand public sur la gastronomie : un « repas extraordinaire »

Chantier J. Mettre en avant le terroir et les productions locales

- Faciliter les circuits courts et la mise en relation des producteurs et les restaurateurs
- Implanter des espaces conviviaux de dégustation sur les marchés et autres lieux de convivialité
- Valoriser la gastronomie et le terroir (restauration, agritourisme, etc.)

Chantier K. Créer un pass touristique à l'échelle du pôle métropolitain

- Créer un ou des pass culture et tourisme à l'échelle élargie, intégrant également les transports

Axe 2 : Communiquer pour développer les flux, faire venir et rester sur le territoire

Développer l'évènementiel pour générer des flux ad hoc

Chantier A. S'appuyer sur l'existant pour développer l'attractivité

- Valoriser et renforcer les événements existants générant des flux depuis l'extérieur
- Profiter des dates anniversaires pour des actions de promotion spécifiques

Chantier B. Développer des événements nouveaux sur les périodes creuses

- Créer un événementiel fort de rencontre de la jeunesse mondiale sur l'Amiénois
- Développer un événementiel nocturne de mise en lumière des patrimoines
- Développer un événementiel multi site sur une thématique liée au territoire (l'eau, Jules Verne ...)

Chantier C. Coordonner les événementiels

- Formaliser un calendrier commun des événements sur le territoire

Axe 2 : Communiquer pour développer les flux, faire venir et rester sur le territoire

Renforcer la promotion de la destination

Chantier D. Se doter d'outils mutualisés de promotion

- Développer une charte graphique tourisme du Grand Amiénois et un discours commun
- Développer des outils de promotion en commun (photothèque, vidéothèque, etc.)
- Développer des supports de communication mutualisés (document d'appel, carte touristique ...)
- Mutualiser un poste d'animateur de la promotion on line entre les OT volontaires

Pour mémoire créer un ou des pass culture et tourisme à l'échelle élargie

Chantier E. Démarcher les clientèles cibles

- Définir, mettre en œuvre et financer un plan marketing et de communication mutualisé
- Assurer une promotion mutualisée ad hoc vers les TO internationaux lointains

Axe 2 : Communiquer pour développer les flux, faire venir et rester sur le territoire

Créer des offres d'exception à forte attractivité

Chantier F. Créer une offre d'exception sur le territoire

- Développer des visites de sites exceptionnelles (théâtralisées, ...)
- Mettre en place des hébergements éphémères sur des sites d'exception
- Lancer un appel à projets pour des offres privées d'exception

Développer le tourisme d'affaires

Chantier G. Structurer et promouvoir la destination affaires

- S'appuyer sur les secteurs économiques locaux pour développer le tourisme d'affaires
- Etendre le bureau des congrès à l'échelle du Grand Amiénois
- Mettre en place une politique d'accueil des congressistes lors des grands congrès

Faire des habitants des ambassadeurs du territoire

Chantier H. Mettre les habitants au cœur de la destination

- Etendre le concept des « Ambassadeurs Juniors du Tourisme » à l'ensemble du Grand Amiénois
- Mettre en place un « Pass Grand Amiénois » pour les résidents
- Animer un stand commun des OT lors d'un événement local (Foire, ...)

Axe 3 : Garantir l'excellence de l'expérience touristique

Renforcer l'accueil et l'information des clientèles

Chantier A. Assurer une communication claire et uniformisée pour les clientèles touristiques

- Se doter d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information mutualisée entre les OT.
- Coordonner progressivement les outils d'accueil et d'information des OT du Grand Amiénois

Améliorer l'offre d'hébergement

Chantier B. Qualifier l'offre existante pour répondre aux attentes des clientèles

- Accompagner la montée en qualité des hébergements en lien avec le Département et la Région
- Développer l'offre d'hébergement le long des grands itinéraires cyclables
- Créer des aménagements pour les camping-car sur le territoire
- Encourager la requalification de l'offre de campings
- Réfléchir au développement d'offres dédiées aux jeunes et aux familles

Développer l'accessibilité et la mobilité sur le territoire

Chantier C. Améliorer les mobilités sans voiture

- Optimiser l'accès en transports en commun aux sites touristiques à partir des réseaux existants
- Définir un plan d'accueil des autocars de tourisme sur les sites les plus fréquentés du Grand Amiénois

Axe 3 : Garantir l'excellence de l'expérience touristique

Connaître et suivre les clientèles du territoire

Chantier D. Développer un observatoire du tourisme en partenariat avec le Département et la Région

- Développer un observatoire du tourisme à l'échelle du Pôle Métropolitain du Grand Amiénois avec les partenaires de l'observation économique

Qualifier les espaces publics

Chantier E. Mettre en valeur les espaces publics

- Améliorer la qualité des espaces de d'ambulation dans les zones urbaines

Axe 4 : S'organiser pour porter efficacement la stratégie

MÉTHODOLOGIE POUR L'ACTION

La définition de la stratégie touristique du Grand Amiénois est un socle qui demande aujourd'hui à être porté en termes de mise en œuvre.

Il s'agit de consolider l'important travail collaboratif qui a permis de définir cette stratégie pour porter collectivement et de manière efficace sa mise en œuvre à travers des outils opérationnels autour de deux grandes priorités :

Piloter la mise en œuvre de la stratégie et assurer son suivi

Le suivi et la mise en œuvre des actions seront assurés par l'évolution des instances de concertation mises en œuvre au cours de l'élaboration de la stratégie :

- Un comité stratégique du Grand Amiénois : élus des EPCI et partenaires
- Un comité de pilotage : OT, EPCI, partenaires et socioprofessionnels

Mettre en œuvre concrètement les actions

- Dans un premier temps, pour chaque action, identifier un pilote pour la mise en œuvre avec les différents partenaires concernés
- Parallèlement étudier le degré et les formes de mutualisation pertinents entre les organismes de tourisme du territoire

Axe 4 : S'organiser pour porter efficacement la stratégie

Évaluer et réorienter

L'évaluation des résultats des actions menées, leur adaptation aux réalités du terrain et au contexte sont des éléments centraux de la mise en œuvre du plan d'actions.

Chaque porteur d'action et les différents groupes de coordination veilleront à mesurer l'impact des actions menées et à les réorienter au besoin.



La stratégie de développement touristique, a été définie dans un esprit de coopération et de concertation permanentes entre les acteurs publics et privés et les différentes collectivités concernées. Cet esprit doit perdurer dans la mise en œuvre pour développer l'attractivité du territoire, l'économie touristique ainsi que le cadre de vie des habitants du Grand Amiénois.



Étude réalisée par In Extenso Tourisme, Culture et Hôtellerie

In Extenso
Tourisme, Culture & Hôtellerie