



COMPTE-RENDU

INTRODUCTION :

Dans le but de permettre un positionnement différentiel du territoire par rapport à la concurrence en prenant appui sur son identité profonde, le Pays Cœur d'Hérault a souhaité réaliser une étude de positionnement identitaire, qui prendra appui sur les techniques de formation développement auprès des acteurs touristiques du territoire.

Son coût maximal est estimé à 30.000,00 € TTC.

Cette étude est inscrite à la programmation 2006 du Contrat de pays Cœur d'Hérault sous le numéro 37-1, dans le cadre du Plan Régional d'Aménagement et de Développement du Territoire (PRADT).

→ Maîtrise d'ouvrage : le Pays Cœur d'Hérault : 6 000€, soit 20%

Nous avons sollicité :

-une aide financière de 12.000€ auprès du Conseil Régional Languedoc Roussillon, soit 30%,

-une aide financière de 12.000 € auprès du Conseil Général de l'Hérault, soit 50%

OBJET de la réunion du Comité de pilotage :

- Choix d'un prestataire par le comité de pilotage.
- Puis, validation par le CA du 3 mai 2007.

ORDRE DU JOUR :

<u>1-Présentation de la démarche et du projet</u>	p.3
<u>2-Audition des quatre cabinets de consultants pré-selectionnés sur dossier (20 minutes de présentation et 15 minutes de questions/réponses)</u>	p.4
<u>3- Choix d'un cabinet par le Comité de pilotage (qui sera présenté au CA du Pays le 3 mai 2007)</u>	p.4



ORGANISMES		PERSONNES	PRESENTS	EXCUSES
CONSEIL GENERAL	Du Canton de Clermont l'Hérault	M. Alain CAZORLA		X
	Du Canton d'Aniane	M. Manuel DIAZ		X
	Du Canton de Le Caylar	M. Frédéric ROIG		X
	Du Canton de Lodève	Mme M. Christine BOUSQUET		X
	Du Canton de Gignac	M. Louis VILLARET	X	
CONSEIL GENERAL DE L'HERAULT	Mission Tourisme	M. Guilhem REBOUL		X
CONSEIL REGIONAL LANGUEDOC ROUSSILLON	Direction de l'Economie Rurale et Touristique	Mme Nathalie REY		X
CDT Hérault	Service DOD	Mme Isabelle DHOMBRES	X	
	Direction Marketing et Promotion	M. Jean François POUGET	M. PAGANO	X
COMMUNAUTE DE COMMUNES	De la "Vallée de l'Hérault"	M. Louis VILLARET M. Joseph BROUSSET Mme Nadège BALADIE	X X	X
	Du Lodévois-Larzac	M. Jean TRINQUIER	X	
	Du Clermontais	M. Bernard SOTO Mme Lysiane ESTRADA	C. AMBACHER X	
GRANDS SITES	Cirque de Navacelles	Mme Valérie STOPIN	X	
		M. Matthieu GUILLOT		X
	Saint-Guilhem-le-Désert	Mme Laure BENE	X	
	Syndicat Mixte du Salagou	Mme Clotilde DELFORGE		X
CCI DE MONTPELLIER	Service Tourisme	Mme Hélène JUAREZ		X
	Antenne de Lodève	Mme Véronique FERNANDEZ	X	
CONSEIL DE DEVELOPPEMENT	Salagou Voyages	M. Michel CARLES		X
	Fédération Départementale des Foyers Ruraux	M. Gérard VALERO		X
		Mme Josiane LIGONNIERE	X	
	Culture	M. Henri CARTAYRADE		X
Relais du Salagou	M. Jean Yves MARCADAL		X	
OFFICES DE TOURISME	Clermont l'Hérault	M. René LUCHAIRE		X
	Saint-Guilhem-le-Désert	M. Claude CARCELLER		X
	Lodévois-Larzac	M. Jean TRINQUIER		X
	Paulhan	M. Jean Marie SERT		X
U.D.O.T.S.I	M. Jean ROBLES	X		
CHAMBRE DE METIERS	M. Jean Louis MAGDALOU		X	
CHAMBRE D'AGRICULTURE ANTENNE DE LODEVE	M. Jean Christophe PETIT		X	



1-Rappel de la démarche et du projet

1-1-Contexte et objectifs :

Le Cœur d'Hérault possède une forte dynamique touristique qui constitue un enjeu pour la création d'emplois et de richesses. Aujourd'hui, un de nos objectifs est de permettre un fonctionnement efficace et de qualité en terme de coordination du développement touristique à l'échelle du Pays et de franchir un palier pour prolonger et consolider la coopération entre les acteurs touristiques locaux impulsée depuis 1997.

Une réflexion pour le développement touristique du territoire a été engagée depuis 5 ans. Ce travail a été réalisé dans le cadre d'un comité de pilotage associant les différents acteurs touristiques du territoire.

→ Volonté de maîtriser le développement touristique de la Destination.

Ce travail a abouti à un document stratégique « Cadre d'orientation » suivi d'un plan d'actions validé par la Commission Tourisme du Pays le 28 octobre 2005.

→ **Action prioritaire identifiée** : réalisation d'une étude de Positionnement Identitaire, complément nécessaire à la réussite de la stratégie.

→ **Les objectifs** : Il s'agit de permettre un positionnement différentiel du territoire par rapport à la concurrence en prenant appui sur son identité profonde.

C'est-à-dire :

-définir la personnalité de la destination à travers les éléments identitaires locaux grâce à une démarche participative,

-définir le positionnement unique et différencié du territoire,

-outils pour une ligne de conduite partagée préalable aux actions de communication et aux actions marketing.

1-2-Cahier des charges de l'étude de positionnement identitaire en Cœur d'Hérault : (Cf. document joint)

→ **Contenu** proposé par le Pays et le CDT puis validé par le Comité technique de la commission tourisme du Pays Cœur d'Hérault.

Deux grandes étapes de travail :

➤ Travail d'audit et de concertation auprès des acteurs du territoire [des professionnels, des élus, de la population locale (*associations, personnes ressources, etc.*) et des clientèles touristiques] permettant de faire émerger les valeurs identitaires fortes du territoire identifiables et successibles d'être portées et partagées par l'ensemble des acteurs.

➤ Rédiger un document de synthèse des « principes guides » du positionnement marketing du territoire et de sa déclinaison en terme de communication à partir de tous les éléments recueillis (travail sur l'appellation et la marque du territoire).

Il s'agit d'une définition précise et partagée en interne et en externe de ce qu'est le territoire et donc de la façon dont on doit en parler. Les « principes guides » permettront d'orienter le contenu des actions de communication et de renforcer le positionnement du territoire.

→ **La méthode** est un élément clef de la réussite de ce projet :

concertation avec les acteurs locaux et **validation** des étapes de travail avec les partenaires.



2-Audition des quatre cabinets de consultants préselectionnés sur dossier :

(20 minutes de présentation et 15 minutes de questions/réponses)

Appel d'offres :

- Identification de 5 cabinets spécialisés par le comité de suivi que nous avons sollicités par courrier : COMANAGING, ESPITALIE Consultants, NICAYA Conseil, Marc PUIG, LATITUDE.
- Lancement de l'appel d'offres le 12 janvier 2007 (presse et Internet).
- Suivi de l'appels d'offres assuré par : le Pays Cœur d'Hérault et le Comité Départemental du Tourisme de l'Hérault (CDT).
- Réponse souhaitée avant le 31 janvier 2007 à 16h00.

Résultats :

- 15 contacts et 9 retours.
- Après examen des dossiers par les services du Pays et du CDT, présélection de 4 cabinets pour une audition : MAITRES DU REVE, NICAYA Conseil, GEO SYSTEME, ESPITALIE Consultants.

Présentation des 4 cabinets auditionnés :

- Descriptif détaillé des présentations en pièce jointe.

3- Choix d'un cabinet par le Comité de pilotage (présenté au CA du Pays le 3 mai 2007)

➔ Avis favorable du Comité de pilotage : NICAYA Conseil.

Remarques :

Présentation originale et de grande qualité.

Méthode proposée adaptée au territoire.

Expérience solide dans le domaine.

Collaboration de deux consultants spécialisés pour cette étude.

Le Comité de Pilotage souhaite qu'un rendez-vous soit programmé rapidement afin de préciser les modalités d'intervention (notamment pour affiner la période d'écoute et l'approche clientèle) ainsi que le calendrier de travail.



Autres cabinets :

2^{ème} position, Maîtres du rêve :

La démarche d'animation et de mobilisation est apparue moins adaptée au contexte local.

3^{ème} position Espitalié Consultants :

Au vu du contexte local et des délais imposés, cette société ne semble pas adaptée pour la réalisation de l'étude.

Néanmoins, la démarche participative étroitement liée à la formation développement nous semble être un outil pertinent envisageable en aval de l'étude.

4^{ème} position, Geosystème :

La présentation orale n'a pas valorisé la démarche proposée dans le dossier.

L'argumentaire n'est pas parvenu à faire la différence.

Louis VILLARET

Président du
Pays Cœur d'Hérault