

Délibération n° 2020-09 du Comité syndical du 10 janvier 2020

DEMANDE DE SUBVENTION POUR LE RENFORCEMENT DE L'ATTRACTIVITE TOURISTIQUE DU CŒUR D'HERAULT

L'an deux mil vingt le 10 Janvier à 9h00, le Comité Syndical du SYDEL du Pays Cœur d'Hérault, convoqué sur la base de l'article L2121-17 Alinéa 2 du Code Général des Collectivités Territoriales, s'est réuni à Saint André de Sangonis à l'invitation du Président en date du 20 Décembre 2019.

Etaients présents ou représentés :	Francis BARDEAU, Olivier BERNARDI, Olivier BRUN, Claude CARCELLER, Laurent DUPONT, Béatrice FABRE, Bernard FABREGUETTES, Jean-Pierre GABAUDAN, Bernard GOUJON, Daniel JAUDON; Jean-Claude LACROIX, Jean-Noël MALAN, Nicole MORERE, Béatrice NEGRIER-FERNANDO, Yolande PRULHIERE, Valérie ROUVEIROL, Philippe SALASC, Jean-François SOTO, Jean TRINQUIER; Claude VALERO, Louis VILLARET
Absents ou excusés :	Sébastien ANDRAL, Christian BILHAC, Julie GARCIN-SAUDO, Vincent GAUDY, Gaëlle LEVEQUE, Marie PASSIEUX, Marie-Pierre PONS, Frédéric ROIG, Michel SAINT-PIERRE, Laurent SINTES
Invités : 30 ; Quorum : 16 ; Présents ou représentés : 21 – Votants : 21	

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales et du Tourisme, définissant les rôles des collectivités en matière de Tourisme,

Considérant le travail effectif en partenariat depuis de nombreuses années entre les Offices de Tourisme et le Pays,

Considérant les évolutions importantes dans le domaine du Tourisme,

Considérant le Label Vignobles et Découvertes du Pays renouvelé en 2019,

Considérant l'avis favorable du bureau du vendredi 13 décembre 2019,

Il est proposé aux élus de réaliser un travail à l'échelle du Pays selon les orientations suivantes :

Action 1 : Etude de définition stratégique et organisationnelle de structuration touristique intercommunautaire

Un travail de coordination et de mutualisation à l'échelle du Pays existe depuis la création de la mission Tourisme en 2005 (une des premières missions du Pays), en partenariat avec Hérault Tourisme et les 3 Offices de tourisme de la destination. Une stratégie de promotion de la destination « Cœur d'Hérault » et d'accompagnement des professionnels du territoire a été adoptée et donne lieu à une coordination à cette échelle « Pays ». Cette stratégie a été réaffirmée lors de l'adoption du nouveau projet de territoire 2014-2025 dont le premier Défi intitulé « Une terre d'accueil et de rencontres » intègre des objectifs communs et rassemble les enjeux du tourisme et du patrimoine comme support du développement local.

Sur ces bases, une convention définit chaque année les modalités de partenariat entre les 3 Offices de tourisme et le Pays, et le budget mutualisé alloué. Diverses réflexions et actions sont menées en matière de développement des activités de pleine nature, de développement d'un tourisme vigneron et de marketing / communication (plan marketing commun, édition de dépliants et guides touristiques mutualisée, etc...).

Au fil des années et de la structuration touristique du territoire, les partenaires constatent une mutation du secteur touristique :

- ✓ Des métiers qui évoluent avec l'importance du web, et la nécessité d'adapter les outils aux nouveaux comportements touristiques / De mieux prendre en compte les mutations de l'économie touristique.
- ✓ La nécessité de disposer de structures plus compétitives dans un secteur ultra-concurrentiel.
- ✓ La baisse des financements publics qui réduit les marges d'action et les moyens humains dans les équipes.

Dans ce contexte, la volonté de renforcer la destination touristique « Cœur d'Hérault » s'affirme. Les enjeux d'un accompagnement stratégique, organisationnel, juridique et financier sont nombreux :

- ✓ Se doter d'une stratégie de destination forte prenant en compte les évolutions du secteur
- ✓ Atteindre une taille critique pour être plus visibles et attractifs (potentiel de 1.400.000 visiteurs en Cœur d'Hérault).
- ✓ Favoriser le partage et la redistribution des flux de visiteurs
- ✓ Mutualiser les moyens financiers et humains pour une destination plus performante

Afin d'étudier un tel projet, il est proposé de lancer une étude de définition stratégique et organisationnelle avec l'aide d'un cabinet d'études externe.

■ **Objectifs de l'étude (12 mois) :**

- ✓ Elaborer un positionnement stratégique touristique de la destination « Cœur d'Hérault »,
- ✓ Elaborer un schéma de mutualisation permettant d'identifier une organisation concrète, réactive et performante
- ✓ Cette étude stratégique devra être en mesure :
- ✓ De permettre la définition d'un véritable projet de destination touristique locale,
- ✓ De préciser comment la structurer : proposer toutes les formes de regroupement possibles et conseiller aux membres du groupement celle(s) qui paraissent la(les) plus opportune(s) et adaptée(s) aux plans humain, financier et technique ;
- ✓ De proposer un programme d'investissement pré-opérationnel visant à répondre à l'ensemble des contraintes et enjeux du scénario final retenu.

■ **Calendrier :**

- ✓ Rédaction du CCTP/lancement du marché : janvier-mars 2020 ;
- ✓ Réalisation de l'étude et validation périodique des étapes : avril 2020 – avril 2021 ;
- ✓ Création de la structure retenue et début de la mise en œuvre du programme d'action : à partir de mai 2021

Action 2 : Animation et promotion du label Vignobles & Découvertes

Le Pays Cœur d'Hérault pilote depuis 2015 l'animation de label national « Vignobles & Découvertes ». Fort du bilan des trois premières années de labellisation, le renouvellement de la marque a été obtenu en 2019 avec un plan d'actions sur trois ans. L'enthousiasme des professionnels engagés dans la démarche (80 en 2015, 127 aujourd'hui) encourage la poursuite et le renforcement de la dynamique en matière de tourisme vigneron.

L'enjeu aujourd'hui est de mettre en œuvre le plan d'actions annoncé dans le dossier de renouvellement afin de :

- Conforter le réseau des professionnels engagés
- Développer des actions de promotion et de commercialisation
- Initier de nouveaux axes de travail

27 actions sont prévues dans le cadre du plan d'actions 2019-2021, notamment en priorité :

- Le travail autour de la notion d'ambassadeur
- Le développement du numérique
- La commercialisation
- Le développement d'actions en lien avec la culture

Le développement de l'œnotourisme à vélo

- La consommation responsable

Le Comité Syndical

Après en avoir délibéré,

DECIDE

A l'unanimité des suffrages exprimés

✓ D'Approuver les actions liées au renforcement de l'attractivité touristique du Cœur d'Hérault.

✓ D'Approuver le plan de financement prévisionnel ci-dessous :

Dépenses		Financements		
Libellé des dépenses	Montants en € TTC	Origines	Montants en €	Taux
		FEADER - LEADER	47 400,00 €	60%
Etudes, conseils, prestations	50 000,00 €	Cofinancement public	15 800,00 €	20%
Ingénierie, frais de personnel	17 500,00 €	Autofinancement SYDEL	15 800,00 €	20%
Communication	11 500,00 €			
Frais de missions +Coût indirects *				
Total	79 000,00 €		79 000,00 €	100%

✓ D'Autoriser le Président à opérer les demandes de subvention conformément au plan de financement.

✓ D'Autoriser le Président à signer tout document afférant à cette affaire.

✓ D'Autoriser le Président à modifier, dans ces limites, la répartition des recettes et des dépenses du plan de financement.

Saint André de Sangonis, le 13 Janvier 2020

Le Président certifie sous sa responsabilité

La présente délibération exécutoire le 13 Janvier 2020

Publiée le 13 Janvier 2020
Transmise le 13 Janvier 2020

Le Président du syndicat



Jean-François SOTO

PRÉFECTURE
DE L'HÉRAULT
22 JAN. 2020
D.R.C.L.
GREFFE - P.F.R.A.

