

La refondation des territoires français implique une nouvelle approche pour les politiques publiques touristiques et les investissements

La réforme territoriale de notre singulier « mille-feuilles » administratif se met en place avec l'émergence de grandes régions, la disparition annoncée des départements et l'affirmation de la coopération intercommunale.

L'évidence du formidable avantage concurrentiel de notre économie touristique se renforce, y compris dans un contexte de crise, et l'idée de considérer cette activité comme un booster de PIB est désormais mieux partagée.

Les territoires, conscients de l'intérêt du tourisme comme un axe de progrès socioéconomique, d'identité et d'attractivité globale, et d'évidence comme un contributeur important de développement local, ont compris depuis longtemps leur intérêt en la matière.

Ainsi, les objectifs affichés de la réforme territoriale, de meilleure efficacité, de rationalisation et de lisibilité, ont une résonance particulière pour la structuration des espaces touristiques, dans le sens où « l'homo touristique », souvent frappé d'« égo-tourisme » et défendant une pseudo-spécificité de son territoire, a dû, soumis à une hyper concurrence féroce, se rendre à l'évidence que les frontières administratives ne sont pas des frontières touristiques ! L'idée simple que la juxtaposition est moins créatrice de progrès que l'addition a fait son chemin, et en cela le tourisme est un exemple vertueux que la coopération et la mutualisation sont une voie plus profitable que le cloisonnement et l'entre soi. L'activité particulière du tourisme, qui nécessite la conjonction et la bonne combinaison des logiques publiques et privées, devient ainsi un levier de démonstration que le « faire ensemble », de façon co-construite et partagée, est la bonne façon de partager une vision prospective de développement pour son territoire et de le décliner opérationnellement à la bonne échelle.

Certes, l'ADN touristique est encore très imprégné du cloisonnement hérité du fameux « mille-feuilles », mais la révolution des mentalités est à l'œuvre, et finalement

servie par la tension sur les finances publiques qui impose le recours à l'intelligence collective et à la rationalisation de l'euro investi. La nécessité devient ainsi loi, et les voisins d'autrefois deviennent des partenaires d'aujourd'hui et de demain !

De ce fait, la notion de destinations, transcendant les limites administratives, appuyées sur une réalité géo-touristique de pertinence et finalement d'aire de consommation touristique, s'impose de plus en plus aux « faiseurs » de politiques publiques, considérant que le consommateur touristique est le meilleur arbitre du périmètre de tout projet de développement touristique d'un territoire.

Alors oui, la refondation de nos territoires implique la refondation de l'approche touristique des espaces vers une logique de destinations appuyées par un marketing territorial et des services repensés, et une optimisation des investissements nécessaires au développement.

Les consultants d'In Extenso TCH, experts dans ces problématiques, mettent leur expertise à votre disposition pour la définition de stratégies de développement des destinations touristiques.

Par **Dominique Lecea**,
Directeur du pôle Tourisme
et Culture
In Extenso Tourisme,
Culture et Hôtellerie