

RHÔNE

T O U R I S M E

Les Instants  T
du tourisme

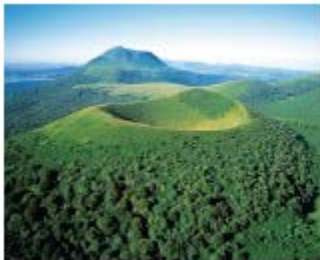
→ Atelier N°B1

GROUPE DES FINANCEURS DU TOURISME

LES INSTANTS T DU TOURISME
8 – 9 NOVEMBRE 2017

GROUPE DES FINANCEURS

INSTANTS T – 9 NOVEMBRE 2017



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

L'Économie touristique régionale :

Deux « spécificités » majeures

Une économie touristique forte, 1 point au dessus du PIB national, mais qui cache des disparités importantes selon :

- Les territoires
- Les modes d'hébergements
- Les clientèles accueillies
- La saisonnalité et les activités pratiquées en terme de retombées sur l'économie locale

70% du territoire Auvergne Rhône-Alpes est situé en zone de montagne (+ de 600m).

Les principaux enjeux :

- Adaptation aux nouveaux modes de consommation (résa en ligne, digital) et anticiper les adaptations/évolutions nécessaires pour la clientèle de demain.
- Remise en marché des lits froids.
- Consolidation de l'activité des hébergements touristiques
- Renouvellement générationnel des clientèles



Le tourisme en Auvergne Rhône-Alpes : 8,1% du PIB régional

2015 : 178 millions de nuitées touristiques estimées



11% de part de marché du tourisme national :

11,0% des nuitées touristiques françaises réalisées en France,

11,6% des nuitées étrangères réalisées en France,

2ème région touristique après l'Ile de France,

9ème rang des régions européennes en matière de nuitées touristiques

19,7 milliards d'euros de consommation touristique française et étrangère

1,5 milliard d'euros d'investissement touristique.

4,8 milliards d'euros de richesse dégagée

3/17 premières zones = 38% Tarentaise : 17%

Lyon et Métropole : 15%

Mont Blanc : 6%

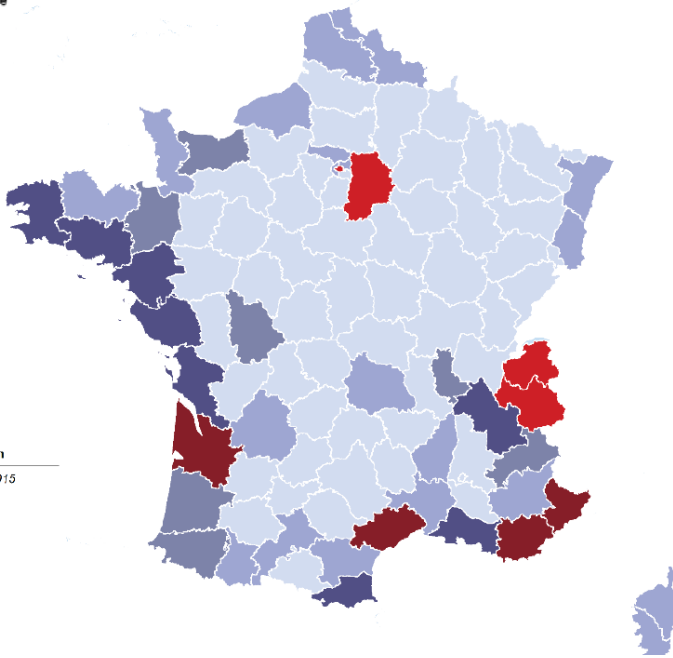
148 155 emplois salariés liés au tourisme

Sources : CCIR, Atout France, TNS Sofres, INSEE, Etude Flux F

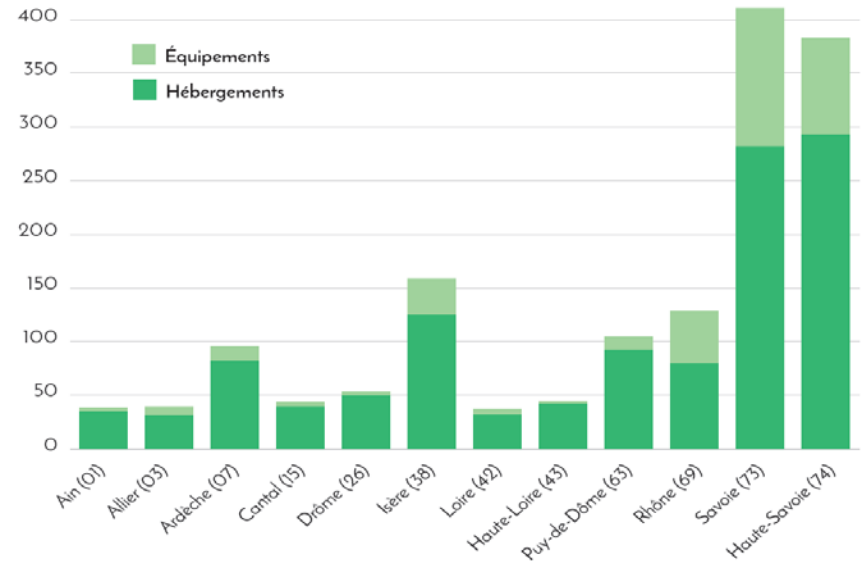




1,5 milliard d'€
Investissement touristique



Répartition départementale des investissements touristiques (moyenne 2013 - 2015)



Source: Tableau de Bord des Investissements Touristiques - Atout France

➤ L'hébergement occupe une place centrale dans le choix d'une destination touristique

Un poids économique conséquent

- 855 600 lits marchands et 2,1 millions de lits non marchands (résidences secondaires)
- 178 millions de nuitées touristiques estimées (environ 40 % en hébergements marchands)
- 11 % des nuitées de la totalité de l'activité touristique française : Auvergne-Rhône-Alpes en 3^{ème} position
- 29 % des nuitées totales réalisées par des touristes étrangers (top 3 : Pays-Bas ; GB ; Belgique)

Une offre diversifiée

Chiffres 2016 (source INSEE)	Etablissements	Nb de lits	Position nationale	Nuitées 2016 en Millions	Progression
Hôtels	2 900	173 300	2ème	23,7	+4.5%
Résidences de tourisme	618	213 200	1ère	15,3	-4.8%
Campings	1 264	251 400	4ème	11,3	+3.3%
Villages vacances	235	61 800	1ère	4,9	NS
Centres de vacances	447	39 600	-		
Auberges de jeunesse et CIS	44	7 150	1ère	0,8	NS
Meublés classés tourisme	24 500	120 785	1ère	-	

L'HÉBERGEMENT AU CŒUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE RÉGIONALE



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Un volet tourisme inscrit dans le Schéma Régional de développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) 2017-2021

Politique régionale :

- Dispositif ingénierie amont
- Subventions à l'investissement

Auvergne Rhône-Alpes Tourisme une politique d'accompagnement des Hébergements
touristiques volontaristes

- Pôle Hébergement
 - Le Groupe des financeurs
 - Accompagnement marketing

Centres de vacances : plafond de subvention 250 000 euros

Subvention de 30% maximum calculée sur la dépense subventionable HT ou TTC

Villages vacances : plafond de subvention 180 000 euros

Subvention de 20% maximum calculée sur la dépense subventionable HT ou TTC

Aides limitées à une subvention par établissement dans un délai de 3 ans

Plancher des dépenses éligibles : 70 000 euros

Hôtellerie familiale et rurale, les hébergements hybrides, les refuges

Hôtellerie de plein air

Site internet : <https://www.auvergnerhonealpes.fr>

LE GROUPE DES FINANCEURS

**UNE RÉPONSE CONCRÈTE, OPÉRATIONNELLE À UNE
DIFFICULTÉ MAJEURE : CONSTITUER SON TOUR DE
TABLE DES FINANCEURS**



➤ Constat :

Pour les hébergements touristiques , constituer le tour de table des financeurs pour un projet d'investissement est une vrai difficulté

Deux priorités :

- Faciliter l'accès au financement pour les porteurs de projet d'investissement
- Instaurer un dialogue entre les secteurs de la finance et celui du Tourisme pour tous

Une réponse :

le Groupe des financeurs : Une porte d'entrée unique pour les porteurs de projets, une plateforme d'échanges, opérationnelle. Lancement officiel : mai 2016

=> **L'ensemble des financeurs pouvant intervenir sur le champ de l'investissement touristique se réunissent** pour échanger autour de l'analyse de dossiers de demande de financement, établir les périmètres et les modes d'interventions de chacun, (Collectivités territoriales, pole bancaire, CDC, BPI, France Active, ANCV, EPF, etc.).

➤ **Pour le porteur de projet**

- **Faciliter son parcours de recherche de financement** : son accès aux financeurs potentiels correspondants le mieux à son projet d'investissement et pouvant être mobilisés rapidement.

Consolider son projet d'investissement et mise en œuvre avant que l'activité soit trop dégradée.

➤ **les financeurs**

- **Échanger, autour de projets concrets**, sur les modalités d'intervention de chacun, avoir une vision des complémentarités des interventions possibles, partager le risque, co-construire un plan de financement.
- **Partager la connaissance des acteurs, du secteur et du marché**
- **Optimiser les plans de financement des projets (co-financement, partage du risque)**
- **Développer de l'activité (objectifs ambitieux à atteindre)**
- **Etre des partenaires d'une politique/priorité régionale**

3 réunions par an.

Juin 2016 : 9 projets, (7,6 M) Septembre 2016 : 7 projets (9,2 M)

Janvier 2017 : 8 projets Juin 2017 : 7 projets (11 M)

Prochaine rencontre Décembre 2017.

Périmètre : Les hébergements collectifs et en 2017 : HPA et hôtellerie familiale et rurale

Tout hébergeur, réseau, ayant un ou plusieurs projets d'investissements peut solliciter le Groupe des financeurs

Les pré-requis :

- Un projet finalisé, une gouvernance clairement établie, une vision partagée (rassurer), un tour de table des financeurs à consolider
- Des prévisionnels commerciaux, financiers sur 3 et 5 ans et sur le long terme, en concordance avec la durée des prêts
- S'engager à établir une relation partenariale avec le Groupe des financeurs (contacter les financeurs, retour d'informations au Groupe, suivi, etc.)
- Un territoire à ses côtés

SON FONCTIONNEMENT



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Le porteur de projet vient lui-même présenter son projet d'investissement.

- Seul ou avec le soutien de son comptable, association, fédération, etc.
- Sa collectivité territoriale vient en appui et témoigne de son soutien.
- **Accompagnement en amont**: préparation de la note de synthèse, de la présentation, entraînement à l'oral, lien avec l'accompagnement en ingénierie préalable, etc.

La présentation : 20 mn max et 10 mn de questions/réponses

Power point et dossiers pour chacun des participants (doc commerciales, stations, etc.)

Echanges/délibérations. Arguments complémentaires apportés par le territoire.

J+2 : CR des échanges et liste des financeurs ayant manifesté un intérêt pour le projet

↳ Signature de la Charte du Groupe des financeurs : confidentialité

Ils ne sont pas des philanthropes mais :

- Partenaires de votre projet => Attentifs à leur retour sur investissement
- Partagent la volonté de voir aboutir des projets, bienveillants mais sans concession, sincères et rigoureux sur la sélection des projets, en lien avec leurs critères
- Attentifs à la consolidation de l'activité économique des hébergements et des économies locales
- S'engagent à répondre aux porteurs de projet dans les meilleurs délais, avec pédagogie
- Présents et disponibles

L'ACCOMPAGNEMENT MARKETING

↳ LE CHOIX D'UNE STRATÉGIE DE PROMOTION

QUALIFICATION DE L'OFFRE

MISE EN MARCHÉ

PARCOURS CLIENT

↳ CONSOLIDER DES INVESTISSEMENTS

➤ QUALIFICATION DE L'OFFRE

↳ Contribue à répondre aux évolutions des comportements et des attentes des clientèles toujours plus exigeantes

Facteur d'attractivité des territoires, la qualification de l'offre touristique vise à

- Mieux informer le visiteur et améliorer la visibilité de l'offre
- Rassurer et satisfaire les clientèles : être à la hauteur de la promesse client
- Optimiser la promotion et la commercialisation de l'offre
- Favoriser le développement touristique et contribuer au maintien et à la création d'emplois
- Renforcer l'attractivité des territoires par la mise en réseau notamment

➤ QUALIFICATION DE L'OFFRE

En fonction des segments de clientèles que l'on souhaite toucher → Adéquation offre / demande

Le premier « P » est celui de l'offre (Produit). En l'adaptant à la demande, on peut atteindre une adéquation Produit/Client. C'est le principe de la qualification



- Produit
- Prix
- Place
- Publicité

➤ REUSSIR LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Les pré-requis pour réussir la mise en marché

- Quel potentiel touristique de mon territoire, de ma région ?
- Qui sont les visiteurs présents sur le territoire ?
- Qui propose déjà une offre de séjour similaire à la mienne ?
- Suis-je en situation de recevoir du public et dans quelles conditions ?

La rentabilité d'un investissement en action de promotion lors de la mise en marché de l'offre

Tout investissement relatif à la mise en marché d'une offre touristique doit être rentabilisé → évaluation indispensable des coûts, des contraintes, des sujétions

➤ REUSSIR LA MISE EN MARCHE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- La mise en réseau → facteur essentiel en matière de construction de l'offre
- Des données sur les comportements d'achat du client et les tendances d'aujourd'hui
 - Qualité des prestations proposées → principal succès de l'offre touristique
 - L'accueil → Une préoccupation majeure
- Réflexion à mener sur la notion de service, d'accueil, voire de formations dispensées au personnel

- **Les outils de promotion du CRT**
- **La Direction des marchés**
- **Formation – Trajectoire tourisme**
 - Des formations au plus près des besoins exprimés et délocalisables sur les territoires.
- **Observation et conjoncture**
 - Mise en place d'outils de suivi qualitatif et quantitatif
 - Données sur les clientèles, l'évolution des marchés, etc.
- **Apidae** : Promouvoir l'utilisation d'APIDAE, faire connaître ses fonctionnalités.

ASSOCIER L'ENSEMBLE DES COMPÉTENCES DU CRT



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

AUVERGNE RHÔNE-ALPES TOURISME

MURIEL ANTONIOTTI - M.ANTONIOTTI@AUVERGNERHONEALPES-TOURISME.COM

04 26 73 31 96

NATHALIE VALLIER - N.VALLIER@AUVERGNERHONEALPES-TOURISME.COM

04 26 73 31 49

RÉGION AUVERGNE RHÔNE-ALPES - DIRECTION DU TOURISME

DELPHINE GIRAULT DELPHINE.GIRAULT@AUVERGNERHONEALPES.FR

04 26 73 63 85

LE SERVICE TOURISME DU DÉPARTEMENT DU RHÔNE

[HTTP://PRO.RHONEALPES-TOURISME.COM](http://PRO.RHONEALPES-TOURISME.COM)

- GUIDE DU FINANCEMENT DE L'INVESTISSEMENT DU TOURISME POUR TOUS
- OUTIL D'AIDE À LA PROMOTION
- CHARTE DU GROUPE DES FINANCEURS
- CONSEILS POUR UNE PRÉSENTATION AU GROUPE DES FINANCEURS

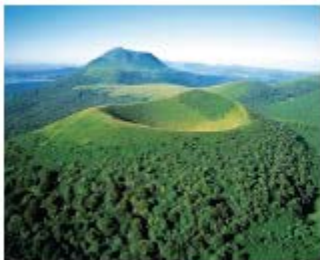
MOBILISER LE GROUPE DES FINANCEURS



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Merci de votre attention

INSTANTS T
DÉPARTEMENT DU RHÔNE
9 NOVEMBRE 2017



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

RHÔNE

T O U R I S M E

Les Instants 
du tourisme

Rhône Tourisme

Tél. 04 72 56 70 40

www.rhonetourisme.com

Rubrique espace pro / Instants T :

www.rhonetourisme.com/espace-pro/les-instants-t/

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :

@RhôneTourisme



8 – 9 NOVEMBRE 2017