

Terre d'Argence aux actes pour développer le tourisme

Economie. L'étude sur la stratégie et les projets à mettre en œuvre a été rendue.

Huit mois après le lancement à Fourques d'une étude sur la stratégie et les projets, les conclusions ont été livrées aux élus de Terre d'Argence, lors d'une soirée au Domaine des Clots à Beaucaire. Menée par Frédéric Beretta, consultant en ingénierie touristique, plusieurs dizaines d'acteurs du tourisme en Terre d'Argence ont planché sur ce vaste sujet porteur pour l'économie de ce territoire, première porte de l'Occitanie donnant sur la Provence, dans un "triangle d'or" comme certains le surnomment, entre trois villes porteuses d'histoire et de culture : Nîmes, Avignon et Arles.

Faire fructifier les atouts

Autant dire que les cinq communes (Beaucaire, Bellegarde, Jonquières-Saint-Vincent, Fourques et Vallabrègues) formant le territoire peuvent tirer profit de leur implantation géographique pour faire fructifier leurs atouts. Tant dans les domaines



■ Les élus ont expliqué leurs ambitions pour le territoire. F.G.

patrimoniaux et culturels qu'agricoles et gastronomiques notamment.

L'étude sous forme d'ateliers a aussi permis à ces acteurs, la plupart du temps "le nez dans le guidon" dans la gestion de leur entreprise, de mieux se connaître, voire se connaître tout court. Ils ont aussi appris à mieux connaître le territoire sur lequel ils entrent, et à découvrir ses nombreuses potentialités, ainsi que les pos-

sibles synergies à développer en matière touristique.

Les élus ont désormais en main les éléments pour élaborer une politique pour accompagner le développement du tourisme, et donc celui de l'économie locale. « *Un chantier pharaonique et d'excellence* », a qualifié Cécile Guillo, élue à la CCI du Gard et présidente du conseil d'exploitation de l'office de tourisme.

FRED GAUTIER

fgautier@midilibre.com

LA STRATÉGIE

A court terme

Signalétique : mise en place d'une signalétique commune aux entrées de territoire avec message de bienvenue.

Office de tourisme : il va se déplacer hors les murs et aller au-devant des touristes, avec un véhicule ad hoc. Avec une présence lors des animations dans les communes.

Questionnaire : mise au point d'un questionnaire 2019 qualitatif et quantitatif pour connaître la clientèle et ses comportements de consommation.

A moyen et long terme

- Refonte du schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique de manière concertée.

- Commande d'une campagne de promotion marketing.

- Formation d'accompagnement des saisonniers et des agents en situation d'accueil.

- Développement de la zone d'influence par un travail en collaboration avec les acteurs et territoires limitrophes.

- Développement des sites emblématiques.

Mise en valeur du terroir.

Mise en exergue des prestataires marqués ou labellisés.

Développement de l'offre d'itinérance.

- Création d'un observatoire économique.

- Création d'un club d'ambassadeur (habitants, entreprises, visiteurs, natifs expatriés).

- Travail sur l'organisation de l'offre globale en vue de l'obtention du label Grand site d'Occitanie.

- Intégration de la politique tourisme dans une agence d'attractivité territoriale.

- Immersion dans les projets structurants du territoire pour être force de proposition.

- Coordination de l'ensemble des manifestations et événements de Terre d'Argence.

Une première expérience du travail en commun



Ils sont acteurs économiques de Terre d'Argence et ont travaillé sur le projet. Au Domaine des Clots, hôtel de charme très coté, Sandrine Ausset confie que « l'expérience clients est très importante pour nous ». Le Gard est « un territoire authentique, avec une agriculture de plus en plus bio », se réjouit-elle. « On essaie de s'ancre sur ce territoire en travaillant avec le local. »

Pour Cédric Durand, gérant de l'abbaye de Saint-Roman, il y a une richesse du patrimoine bâti, urbain, et « les villages ne sont pas en reste, avec un patrimoine vivant ». Il explique que « nous, privés, sommes très sollicités par le quotidien » et reconnaît que les ateliers ont permis de se rencontrer. « Il faut connaître l'écosystème touristique pour en parler », assure-t-il.

« *Le tutoiement amène une proximité que nous n'avions pas* », s'enthousiasme Gaël Briez, du Mas en Provence. « *On a une potentialité extraordinaire, nous avons plus de 17 millions de touristes autour de nous dans le Grand sud* », explique-il. « *Cette étude a permis de nous fédérer, il faut absolument travailler ensemble, je ne suis rien sans vous* », considère-t-il.