

Délibération du CONSEIL

DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET SOCIAL - CULTURE ET TOURISME - TOURISME

Stratégie métropolitaine du tourisme.

La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPAM) dispose en son article 43, repris à l'article L.5217-2 du Code général des collectivités territoriales, que la métropole exerce de plein droit en lieu et place des communes membres, la compétence «promotion du tourisme, dont la création d'office(s) de tourisme».

Compte-tenu de cette nouvelle compétence, la MEL a engagé en 2015 une démarche de concertation avec les communes. Celle-ci s'est notamment concrétisée par la poursuite du soutien aux offices de tourisme associatifs préexistants sur le territoire, dans une dynamique de dialogue partenarial en réseau dans l'objectif d'un plus large rayonnement de la destination.

De janvier à l'été 2016, la MEL a mené un travail d'analyse et de concertation approfondi, intitulé «voix&voies du tourisme», afin d'associer les habitants et l'ensemble des parties prenantes du tourisme à la définition de son ambition touristique. Une concertation des métropolitains, un ensemble d'entretiens, un benchmark, des auditions de grands témoins, des travaux en ateliers, ont été menés et se sont conclus par un temps fort politique le 26 mai 2016.

L'ensemble de ces travaux a permis de :

- Mobiliser les acteurs-clé, préfiguration d'une communauté partageant une même volonté de soutenir le développement touristique et l'image de la métropole ;
- Mieux appréhender les enjeux du tourisme, les mutations de ce secteur et les perspectives de croissance ; Partager les potentialités de la métropole et constater qu'un important travail était à mener pour apporter davantage de visibilité à la diversité des sites et des territoires ;
- Bénéficier de l'éclairage d'experts et du témoignage de pilotes de destinations reconnues, à l'instar de Bruxelles ;
- Identifier les atouts qui démarquent le territoire et les besoins pour tendre vers une visibilité internationale ;
- Aborder les différentes facettes du développement du tourisme : accueil et promotion mais également organisation et qualité de l'offre au sens le plus large ;
- Faire émerger des axes de développement sur l'ensemble des sujets.

Dans la poursuite de cette séquence, la MEL s'est engagée pour 2017 à définir ses orientations, concrétisées par la « Stratégie de développement touristique de la Métropole Européenne de Lille - *Les défis de la destination Lille pour 2017-2025* ».

Cette feuille de route vise à faire du tourisme dans toutes ses acceptions, et tout particulièrement du tourisme d'affaires, un atout majeur et une filière d'excellence du développement et du rayonnement de la MEL.

Pour y parvenir, quatre défis majeurs doivent être relevés :

- Développer une image touristique forte basée sur les atouts que sont l'accessibilité, la pluralité des ambiances et des paysages, et une qualité de l'accueil de nature à distinguer la destination ;
- Assurer la fédération de toutes les parties-prenantes dans un écosystème partenarial ;
- Faire du tourisme un designer de territoire, levier de développement et d'aménagement ;
- Assurer des retombées équilibrées sur tous les territoires de la métropole.

Six objectifs prioritaires sont dégagés :

- Augmenter significativement la fréquentation annuelle en tourisme d'affaires ;
- Augmenter la fréquentation des hébergements ;
- Passer du 9^{ème} rang au top 5 du classement de l'International Congress and Convention Association (ICCA) ;
- Devenir un incontournable du court séjour en matière de référencement et de recommandation sur internet ;
- Augmenter la fréquentation globale des sites culturels et tout particulièrement le public étranger parmi les visiteurs ;
- Allonger la durée du séjour des visiteurs pour optimiser les retombées économiques et déclencher des séjours ultérieurs.

A cette fin, des actions prioritaires sont identifiées :

- Accentuer les efforts de promotion de la destination et déployer une approche commerciale efficiente en matière de tourisme d'affaires ;
- Faire de l'accueil le marqueur de notre destination, dans une démarche d'innovation et d'excellence ;

- Capitaliser sur les leviers mobilisateurs que constituent les événements sportifs, culturels ou festifs, et sur la politique culturelle, au cœur de la pratique touristique du court séjour ;
- Accompagner, structurer, encourager un maillage touristique attrayant de l'ensemble du territoire de la métropole en mobilisant les politiques de la MEL qui sont au cœur d'un séjour touristique réussi : mobilité et transport, patrimoine, aménagement, espaces naturels, etc. ;
- Déployer une nouvelle gouvernance :
 - organiser des rencontres régulières avec les principaux acteurs du secteur touristique et/ou leurs représentants pour leur détailler l'avancement des actions et recueillir des idées novatrices (Conférence de destination) ;
 - Animer des groupes de travail ponctuels avec les acteurs concernés suivant les projets ou axes spécifiques (ex. Rendez-vous en France ; Exposition Giacometti ; tourisme d'affaires via la gouvernance de l'opérateur métropolitain ; numérique...)
- Collaborer avec la Région Hauts de-France, avec l'Etat et d'autres métropoles françaises et étrangères ciblées pour positionner la MEL dans le concert des grandes destinations d'affaires et de court séjour françaises ;
- Sensibiliser, par une communication adaptée, les métropolitains au projet d'un nouvel élan touristique afin de tirer tout le bénéfice des retombées de cette politique ; en termes d'attachement, et mobiliser les habitants dans leur mission d'ambassadeurs de la destination ;
- Mobiliser la taxe de séjour et dégager des ressources financières nécessaires au développement de nos actions touristiques : mécénats, partenariats, aides de l'Etat, fonds Européens... ;
- Positionner le digital comme un enjeu central de toutes les modalités d'action (connaissance et mise en valeur de l'offre touristique, promotion, facteur recommandation, accueil, gestion de la relation-client...)
- Assurer un suivi pointu de l'évolution de la progression vers les objectifs et de dynamique de la destination par une cellule observation au sein du service tourisme ;
- Oser expérimenter les idées novatrices les plus percutantes par une démarche R&D ;
- Se projeter vers l'avenir en travaillant sur les nouveaux marchés que ce soit en termes de provenances (ex : Chine, Inde,...) ou de thématiques (ex : congrès médicaux, congrès digitaux, conventions e-sport...)

Par conséquent, la commission Rayonnement de la Métropole consultée, le Conseil de la Métropole décide :

- 1) D'adopter la présente délibération cadre et la stratégie de développement touristique mise à disposition des élus, présentant les enjeux de la politique tourisme métropolitaine, ses priorités et sa gouvernance.

- 2) D'engager la MEL dans un projet touristique ambitieux, porteur de rayonnement et de développement des territoires.

Adopté à l'unanimité

Acte certifié exécutoire au 12/06/2017

Le Président de la Métropole Européenne de Lille,
Pour le Président,
Le Responsable délégué



Arnaud FICOT