

Tourisme à Royan : le territoire en question(s)...

[A LA UNE POLITIQUE](#)

Publié le 19/04/2019 à 3h53. Mis à jour à 10h52 par Recueilli par Nathalie Daury-Pain.



ur Élie de Foucauld et Jean-Pierre Tallieu, la valorisation du développement économique fait partie de l'attractivité touristique

N.-D. P.

PREMIUM

Respectivement président de l'Agglomération et directeur de l'office de tourisme communautaire, Jean-Pierre Tallieu et Élie de Foucauld partagent leurs regards croisés sur l'avenir de l'économie touristique.

La lune de miel entre Jean-Pierre Tallieu, président de la Communauté d'agglomération Royan Atlantique (Cara), et Élie de Foucauld, le directeur de l'office de tourisme communautaire (OTC), semble partie pour durer. Pas un nuage ne semble venir perturber la vision que les deux hommes ont de l'avenir du territoire, alors que le premier est un natif au crépuscule de ses mandats électoraux et que le deuxième est un technicien nouvellement Royannais.

Vous avez affirmé vouloir réformer en profondeur le Pays royannais qui s'est trop longtemps reposé sur la facilité des saisons touristiques. Le temps du diagnostic est révolu, vous passez à l'action ?

Jean-Pierre Tallieu Oui et cela passera par la valorisation du développement économique qui est aussi un outil d'attractivité touristique.

Élie de Foucauld Selon la logique du rayonnement, le premier facteur d'influence dans le choix d'une destination, c'est l'expérience, bien avant la publicité. Autrefois, les techniciens se lançaient dans des campagnes de publicité très coûteuses dans le métro parisien par exemple, c'est la solution de facilité. Mais la qualité du développement touristique se joue dans l'accueil et dans le discours que les habitants tiennent de leur territoire. Tout le monde, chefs d'entreprise, résidents secondaires ou simples habitants doivent devenir des ambassadeurs.

Comment allez-vous vous y prendre ? Vous pouvez réellement agir là-dessus ?

J.-P. T. Cela se fera tout seul si les habitants sont heureux de vivre ici, heureux d'avoir des visiteurs plutôt que de les subir.

E. d. F. C'est technique, en réalité, et cela passe par un certain nombre d'actions, comme donner aux habitants des connaissances de leur propre territoire. C'est de la communication intraterritoriale et c'est vrai que cela bouleverse un peu les mentalités. Un territoire qui gagne, c'est celui où les habitants en parlent avec passion, c'est imparable. Il faut sortir les Royannais de leur pessimisme, ils ne croient pas assez en leur ville.

J.-P. T. Moi, je suis né à Royan et j'ai vécu la Reconstruction. Mais il faut bien avouer que nombre de natifs sont partis et, par conséquent, ne participent plus à la vie de la cité.

É. d. F. C'est un phénomène qui existe moins sur Mortagne, Meschers ou la Seudre où les habitants sont très ancrés dans leurs terres. Cela peut compenser la faiblesse de l'identité royannaise. Et puis, nous misons également sur le nouveau rapport à la résidence secondaire qui va devenir plus important, c'est sociologique. Les gens ont besoin de se reposer. La retraite va changer également, elle va devenir beaucoup plus active, plus impliquée sur le territoire.

Ce système d'« ambassadeurs » que vous décrivez s'inscrit dans une logique à long terme, mais vous avez également dit qu'il ne fallait pas perdre de temps dans la transformation en profondeur du territoire...

E. d. F. J'ai dit qu'il fallait être rapide dans la décision et c'est fait. Nous avons mis en place un plan marketing à quatre ou cinq ans car on ne repositionne pas l'attractivité d'un territoire en six mois. Autant l'île d'Oléron et l'île de Ré sont très identifiables,

autant le Pays royannais est un peu flou. Les gens connaissent la ville de Royan, mais elle n'est plus ce qu'elle a été et elle ne représente pas tout le territoire.

Ce n'est pas un secret, vous voulez attirer la population girondine car vous misez sur l'agglomération de Bordeaux qui va vite être saturée.

E. d. F. Ici, la région est protégée, voire enclavée mais les gens qui vont faire l'effort de venir doivent trouver ici tous les équipements, ils ne referont pas l'effort deux fois.

D'où l'importance de la navette rapide Royan /Bordeaux ?

J.-P. T. Oui, ce sera un moyen de transport rapide et plus pragmatique pour faire le trajet. La route est saturée, la liaison ferroviaire reste compliquée. Notre territoire est riche de son enclavement, mais il faut en sortir un peu, quand même !

Et si le TGV arrivait à Royan ?

J.-P. T. Nous travaillons pour la prochaine génération. Le TGV, ce sera encore pour la génération suivante.

E. d. F. La question du TGV ne peut pas faire partie de la stratégie, il y a encore trop d'incertitudes.

Qui dit attractivité, dit investissement dans les équipements. Pensez-vous que le Palais des congrès de Royan, actuellement en réhabilitation, pourrait jouer un rôle ?

J.-P. T. C'est une bonne chose de faire ces travaux pour qu'il retrouve son aspect d'origine, mais je reste dubitatif sur l'outil en lui-même par rapport à ses dimensions. Je pense qu'une salle de 300 personnes, c'est trop petit.

E. d. F. Sur ce site, il y a tout à imaginer. Le tourisme d'affaires doit répondre à des standards extrêmement précis.

La Ville de Royan va lancer une délégation de service public pour la gestion du Palais des congrès. L'office de tourisme communautaire pourrait se positionner ?

E. d. F. Les élus décideront. Mais, oui, on pourrait proposer tel ou tel service, on sait faire. Il faudra s'organiser très tôt et être prêts. Il y a un marché du tourisme d'affaire haut de gamme mais, attention, il est très concurrentiel et on ne peut rien improviser. Et cela ne fonctionne pas sans l'offre hôtelière qui va avec. C'est un tout.

Restauration, hôtellerie, il faut être cohérents.

Vous voulez également remettre le nautisme en avant.

E. d. F. Ce qu'il y a de paradoxal ici, c'est qu'il y a de gros efforts faits au niveau des équipements et de l'offre mais il n'y a pas de synergie entre les différentes bases nautiques. Nous avons décidé de travailler sur la voile sportive, scolaire et de loisir et

aider les acteurs à mieux gérer la promotion pour avoir une offre plus lisible. C'est une activité emblématique du territoire et elle n'est pas assez mise en avant, un peu comme si une station de montagne ne parlait pas de ski. Dans le prolongement de notre action, un gros événement nautique pourrait être envisagé.

Certains « partenaires » adhérent, d'autres sont sceptiques

Parmi les stratégies d'Élie de Foucauld, est arrivée sur la table, la création du Club des partenaires. L'idée est d'impliquer tous les acteurs du tourisme au sens large : événementiel, hôtellerie classique et de plein air, restauration, loueurs de meublés...

Réunis il y a une semaine, ils ont écouté le discours du directeur de l'Office de tourisme communautaire qui les a encouragés à unifier les efforts et normaliser la communication. L'abandon de l'hyper saisonnalité concentrée sur juillet-août a séduit tout le monde. « Travailler sur des saisons élargies, c'est une idée que nous réclamions depuis longtemps, affirme Enrich Poitevin, président de l'Association de l'hôtellerie de plein air de la Côte de beauté et du Pays royannais. Avec mes confrères, nous sommes très enthousiastes à l'idée de participer à la réflexion globale de l'OTC. »

En marge du club, huit commissions thématiques seront amenées à se réunir pour mettre en place des actions collectives.

« Un process industriel »

Pascal Révolat, qui défend le patrimoine architectural royannais avec l'association Artichem, est moins emballé. « Tout miser sur le nautisme ne me paraît pas très pertinent. Quand j'ai évoqué le rôle de l'architecture comme élément attractif du territoire, on m'a répondu que ce n'était pas suffisamment important pour mettre ça en avant. L'architecture de Royan est unique alors que beaucoup de villes du littoral atlantique ont déjà une identité liée au nautisme. L'équipe de l'OTC a mis en place une stratégie, Élie de Foucauld applique un process industriel au territoire et ne semble pas très ouvert à la discussion. »

Et les sports de plage ?

Quant à Éric Sicaud, le président du Club des hôteliers de Royan, son avis est très nuancé. « Je suis globalement d'accord avec sa vision qui veut que les touristes doivent vivre une réelle expérience chez nous, mais je m'interroge sur les moyens pour y arriver. En fait, j'ai des doutes sur l'adhésion de l'ensemble des maires de la Communauté d'agglomération Royan atlantique (Cara) à cette nouvelle philosophie. »

Si Éric Sicaud est favorable à la mise en avant du nautisme, il se demande pourquoi d'autres axes de réflexion ne sont pas poursuivis. « L'idée de favoriser le nautisme est bonne car nous avons un bassin naturel incroyable pas assez exploité, mais travailler sur la valorisation des sports de plage serait également intéressant. »

Pour ce qui est de la stratégie qui veut que tout un chacun devienne ambassadeur, l'hôtelier est, là, particulièrement sceptique. « En vingt ans d'activité à Royan, j'ai vu passer plusieurs plans marketing comme celui du tout numérique il y a quelques années. Il me semble que conserver des outils de communication classiques est nécessaire. »