



Atelier annuel du tourisme de nature

Date : 01.11.2018 / Région de Nyon

Participants : Mme Landeiro (Commune de Le Vaud) ; M. Vuichard et Mme Laperrière (PNR JV) ; M. Miéville et Mme Perroud (Nyon Région Tourisme) ; Mme Hermanjat (Association régionale Cossonay, Aubonne, Morges) ; M. Kappeler (auberge de jeunesse Nyon Hostel) ; M. Gauthier (Musée du Léman) ; M. Gauthier-Clerc et Mme Massy (Zoo de la Garenne) ; M. et Mme Waller, M. Monnet (Jura Ski Club Saint-George) ; M. Jacot (Société des téléskis de Saint-George) ; M. Richard (commune de Genolier) ; Mme Fol (accompagnatrice en montagne) ; Mme Samuel (commune de Saint-Cergue) ; M. Pernet (Ville de Nyon) ; Mme Vogel (commune de Trélex) ; M. Dizerens (Association du sentier des Huguenots) ; M. Produit, Mme Etter, M. Lacroix, M. Coquillat (Région de Nyon).

Introduction

La Convention de partenariat pour le programme de développement touristique de nature dans la Région de Nyon a été signée le 1er mai 2017. Elle engage pour cinq années la Région de Nyon, les communes concernées, la société Télé-Dôle SA, le Parc naturel régional du jura vaudois et l'Office régional du tourisme afin de structurer le développement du tourisme de nature dans la région.

Ce programme quinquennal doit permettre de passer à une étape de concrétisation de projets qui impliquent différents milieux professionnels de la sensibilisation à l'environnement, des sports de nature et du tourisme plus largement. La structure d'organisation prévoit la tenue annuelle d'une séance de concertation avec les partenaires concernés au plan régional.

Après plus d'un an de mise en œuvre du programme, le premier atelier annuel du tourisme de nature avait pour but de rassembler différents acteurs (hébergeurs, restaurateurs, accompagnateurs, prestataires d'activités...) pour débattre et formuler des propositions autour des quatre thématiques suivantes :

- Le programme d'aménagement touristique de la Givrine : inventons la Givrine de demain !
- Signalétique touristique régionale et itinéraires : imaginons ensemble la signalétique touristique régionale!
- La commercialisation de produits touristiques : quelles solutions pour vendre nos produits ?

1. Atelier n°1 : Inventons la Givrine de demain !

Des éléments d'introduction sont apportés par la Région sur le contexte et l'avancée du projet d'aménagement de la Givrine (voir présentation).

Ce premier atelier a d'abord permis de faire s'exprimer différents points de vue concernant la vocation du site de la Givrine en lien avec les aménagements qui y sont envisagés. La synthèse des échanges permet de faire ressortir les orientations suivantes pour le devenir du site :

- un lieu de découverte de la nature : départ d'itinéraires, sentier didactique, activités de sensibilisation à l'environnement etc.
- un lieu de rencontre : accueil, convivialité, lieux de pique-nique, etc.
- un point d'entrée et une vitrine du territoire : porte d'entrée du Parc Jura Vaudois, vitrine et lieu de promotion de la région (activités et terroir), information, outils numériques etc.
- un lieu de qualité : accessibilité et transport, fonctionnalité, services...
- une dimension quatre saisons qui se décline à travers différents activités

Concernant les différents équipements possibles, plusieurs éléments sont évoqués comme les possibles équipements de base du futur pôle d'accueil : un parking, un point d'information (Office du tourisme ?), un centre nordique, un hébergement, une maison de la nature.

Différents débats ont lieu autour de la création d'une éventuelle Maison de la nature. Un tel équipement devrait être considéré plutôt comme un espace d'accueil et de transition vers les espaces naturels de la Givrine. Attention à ne pas en faire un équipement muséographique de grande taille dont les coûts d'exploitation pourraient être importants. Le principe évoqué est plutôt celui d'une porte d'entrée pour la découverte du site de la Givrine et du Jura. Il s'agit également de prendre en compte la présence dans la région de plusieurs institutions et équipements dédiés à l'environnement. Une nouvelle offre devra nécessairement être différente et complémentaire à l'offre existante et dimensionnée de manière adéquate.

Sur la question de l'hébergement, différentes propositions soulèvent la possibilité de développer des formes d'hébergement nouvelles et insolites de type cabanes dans les arbres. Par ailleurs, des hébergements existent déjà à proximité : il s'agit de prendre en compte cette offre existante et de veiller à concevoir une offre complémentaire. A noter que le Plan partiel d'affectation donne le cadre du développement possible et fait mention d'un hébergement collectif.

Comme pour l'hébergement, les discussions autour de la restauration soulignent la nécessité de prendre en compte l'offre existante aux alentours de la Givrine. Le principe de développer une offre de restauration n'est pas écarté mais les participants insistent sur l'intérêt de valoriser les produits locaux dans un éventuel concept de restauration.

Le concept et les modalités de gestion de telles fonctions (maison de la nature, hébergement, restauration...) devront être étudiés avec précaution afin de s'assurer de répondre à l'attente des publics (habitants, visiteurs) et en veillant aux problématiques d'exploitation (charges/recettes).

Enfin, les échanges font ressortir de nombreuses propositions concernant les possibles équipements :

- une salle hors sac
- un point de location de matériel hiver/été
- des consignes
- des éléments d'orientation et signalétique
- un Parc à vache/un enclos avec animaux
- Etc.

2. Atelier n°2 : Imaginons ensemble la signalétique touristique régionale!

En préambule à cet atelier la Région rappelle que le programme de développement touristique de nature a pour objet d'impulser et d'accompagner le développement de projets liés à la nature, de valoriser les sites existants et doit favoriser la coordination globale des acteurs régionaux (voir présentation).

Dans ce contexte, la signalisation des sites et activités touristiques constitue un besoin essentiel pour les communes et les acteurs du tourisme mais représente également un enjeu pour l'image et l'attractivité du territoire régional.

A travers la conception d'une stratégie de signalétique touristique régionale, la Région de Nyon souhaite mieux répondre aux attentes des visiteurs en valorisant l'offre touristique et en assurant la bonne gestion des flux touristiques dans le respect des sites et de l'environnement.

L'élaboration d'un système de signalétique devra permettre de fournir des informations sur l'offre touristique régionale, le patrimoine naturel, les possibilités d'activités, la réglementation en vigueur ainsi que les principaux services de proximité.

Le principe est d'aboutir à la réalisation d'un schéma d'implantation de signalisation, à décliner sur différentes typologies de supports, qui permettront d'offrir une information homogène, hiérarchisée et de qualité.

Les différents groupes de travail sont invités à placer sur une carte de la région les points stratégiques ou la présence d'une signalétique leur semble indispensable. Les travaux des groupes permettent de faire ressortir plusieurs enseignements et recommandations :

- les villes et des villages mais également les cols ou encore les gares constituent des points d'accès naturels dans la région ou l'installation d'une signalétique semble nécessaire. La possibilité d'installer une borne par village est soulevée
- différents sites et équipements touristiques, par les flux qu'ils génèrent, constituent également des points d'entrée et de potentiels lieux d'informations : principaux musées et châteaux de la région, zoo de la Garenne etc.
- la nécessité d'assurer une continuité extra-territoriale (PNR JV, ARCAM...) : si la démarche est envisagée à l'échelle du District de Nyon, elle doit être appréhendée plus largement en relation avec les signalétiques existantes ou à venir des territoires voisins (Parc naturel régional Jura Vaudois, ARCAM...)
- l'articulation avec d'autres supports, notamment numériques : la signalétique constitue la version terrain d'un système d'information touristique qui peut se composer d'autres supports, notamment numériques
- il existe déjà une signalétique directionnelle qui concerne les activités de randonnée (tourisme à vélo, tourisme pédestre). La signalétique en place présente pour l'essentiel une fonction pratique et directionnelle. La démarche doit plutôt permettre de développer les contenus d'information touristique pour inciter à la découverte
- la signalétique est une problématique complexe qui nécessite de faire coexister dans l'espace public différents supports signalétiques répondant à différents usages. La concertation avec les différents acteurs et autorités concernées doivent permettre de s'assurer de la compatibilité des différents supports
- la question de la traduction des contenus est à prendre en compte

3. Quelles solutions pour vendre nos produits touristiques ?

En préambule un état des lieux de la situation en matière de commercialisation touristique permet d'établir les constats suivants (voir présentation) :

- il manque aujourd'hui une étape entre la prestation et la promotion, soit la construction et la maîtrise de l'offre ainsi que sa commercialisation
- les prestataires touristiques, pour la plupart de petite taille, n'ont pas la capacité de vendre des prestations
- les offices du tourisme régionaux ont la volonté de donner une dimension commerciale à leurs activités
- la technologie permettant de vendre des prestations facilement existe, propriété de l'OTV. Il s'agit du système TOMAS qui offre de nombreuses possibilités commerciales

Le déploiement du système Tomas dans la région peut offrir les perspectives suivantes :

- assurer l'interface technique et logistique entre les prestataires et le client final être en mesure d'assembler différentes prestations et les vendre au client (hébergements, visites, transport...)
- générer des nuitées et développer les retombées associées
- développer l'image touristique de la Région à travers des produits « phares »
Ex.: Séjour gastronomie, week-end découverte, séjour famille...
- soutenir/faciliter les ventes de tous les prestataires touristiques (petits et grands)

A partir de ces éléments, les participants sont invités à réfléchir à la constitution de produits touristiques à partir de plusieurs propositions de mises en situation. Il s'agit d'assembler différentes typologie de prestations (transport, hébergement, restauration, activités) pour proposer des produits adaptés à différents types de publics (familles, individuels, écoles...)

Différents enseignements sont issus de cet exercice :

- la région présente potentiellement de très nombreuses possibilités de produits touristiques en lien avec différentes thématiques : activités sportives de nature, tourisme culturel, terroir et gastronomie, éducation et sensibilisation à l'environnement etc.
- les attentes des visiteurs sont par ailleurs très diverses (individuels/groupes ; tourisme d'affaires/d'agrément ; tourisme/excursionnisme...). Il ne s'agit donc pas de proposer un vaste catalogue mais plutôt de privilégier quelques produits phares et la possibilité complémentaire de développer des offres sur mesures.
- la problématique du transport est largement débattue : il constitue souvent un frein qu'il s'agisse du transport depuis les points d'accès (aéroport de Genève notamment) ou des transports entre les sites (ex. de la desserte de la Garenne ou du sommet de la Dôle en été). Si la zone côtière ou l'axe du NStCM sont bien desservis, la desserte du reste de la région pose davantage de problèmes, par exemple pour le périmètre du Pied du Jura. Il ressort que l'offre de transport est davantage adaptée aux usages quotidiens (notamment les déplacements domicile/travail) qu'aux usages des visiteurs.
- la possibilité de développer une offre de type « Pass transport » qui s'adresserait aux touristes, c'est-à-dire aux visiteurs qui passent au minimum une nuit dans la région, est abordée. La région est l'une des rares qui ne propose pas d'offre de ce type en Suisse romande. Il s'agirait d'offrir aux visiteurs séjournant un pass gratuit ou avec un tarif avantageux éventuellement assorti d'avantages loisirs. Le système doit être étudié, notamment au plan de son montage financier (taxe de séjour, FRET...), mais son principe recueille l'adhésion.
- le développement de produits touristiques pose enfin la question du commissionnement qui constitue un point de vigilance particulier.