

Marketing commun du tourisme de la Grande Région

L'«Etude du tourisme pour l'espace SarreLorLux-Rhénanie-Palatinat, région wallonne, communauté française de Belgique et communauté germanophone de Belgique – propositions de produits pour un concept commun de commercialisation» réalisée sur l'ordre du CES et la présidence sarroise du Sommet constitue une base excellente pour une meilleure commercialisation des potentiels touristiques dans la Grande Région. C'est un premier pas qui a un caractère conceptionnel et lequel doivent suivre des plans concrets pour la mise en oeuvre d'une stratégie de tourisme orientée à long terme. Non seulement les représentants de la vie politique, mais également des acteurs privés doivent être invités à participer de façon intense à la discussion et la planification de la stratégie. Il faudra faire un effort particulièrement grand pour convaincre ces acteurs que leur coopération dans la planification soit nécessaire.

Selon l'opinion du CES, dans les champs de thèmes identifiés « Culture et délices, frontières toutes proches, activités sans frontières, histoire du monde toute proche, vivre la nature », il se présentent des opportunités excellentes pour faire la Grande Région participer avec succès à la compétition européenne de la région touristique. Ces champs de thèmes pourront être remplis par de nombreuses offres présentées par toutes les composantes de la Grande Région. L'attention doit être attirée en particulier sur les offres qui ont une orientation thématique. Les groupes cible comme les cyclistes, les pêcheurs à la ligne et les golfeurs constituent selon le CES un marché de croissance qui pourra être ouvert avec succès à l'aide d'offres faites sur mesure. Il faudra sonder en particulier les chances qui pourraient s'offrir au secteur du tourisme des congrès ainsi qu'au secteur du tourisme des clubs et social.

En somme, le CES considère les recommandations élaborées et les instruments proposés dans l'étude comme ciblés et prometteurs. Il fait appel aux personnes participées et en particulier aux responsables du Sommet prochain de réaliser aussi vite que possible les propositions essentielles afin de donner des impulsions additionnelles et durables au développement du tourisme dans la Grande Région.

Le CES supporte expressément la proposition de créer une agence de marketing du tourisme qui devra coopérer étroitement avec les établissements qui sont compétents pour le tourisme au sein des composantes de la Grande Région. Etant donné qu'un marketing du tourisme intégré est dans l'intérêt commun de toutes les composantes, le CES recommande de financer une telle agence en commun lors d'une phase de projet de plusieurs années. En tant que supplément, un co-financement par des programmes UE doit être envisagé. Il faudrait examiner de quelle manière un financement permanent puisse être réalisé. Il serait souhaitable d'instituer un comité de pilotage auquel appartiennent, entre autres, des représentants responsables des régions participées.

La nouvelle agence devra, selon le CES, faire en sorte que les prestataires de services touristiques apprennent à se connaître et sondent des possibilités de coopération. En principe, on est bien disposé. Les contacts concrets restent cependant toujours l'exception. Ici, il faudra faire un grand effort pour convaincre le groupe concerné. Selon le CES, des rencontres des représentants des différents secteurs industriels et commerciaux ainsi que des workshops thématiques (par exemple offensive de la qualité dans le secteur de la

gastronomie, formation et formation continue dans le secteur de la gastronomie, offres en commun de prestataires de services indépendants, etc.) sont des instruments appropriés. L'établissement de clusters organisés et la création d'un portail Internet qui offre une vue d'ensemble aussi compréhensive et structurée que possible sur l'offre touristique existante seraient également utiles – cela ne pouvait pas être réalisé dans le cadre de l'étude. En outre, l'introduction d'un management de la qualité fonctionnel incluant des standards de qualité serait nécessaire. Le CES fait appel aux acteurs du secteur du tourisme de profiter de manière conséquente des chances qu'offre la coopération transfrontalière.

02.06.03