

# Schéma départemental de développement touristique de la Somme 2019 - 2022

**SOMME**  
LE DÉPARTEMENT



© Somme Tourisme - Nicolas Broyant

somme  
LE DÉPARTEMENT

[www.somme.fr](http://www.somme.fr)



Les atouts de la Somme sont considérables, et particulièrement en matière d'attractivité touristique. Notre département répond, aujourd'hui plus que jamais, aux attentes des habitants excursionnistes et des visiteurs français ou internationaux. Et ce que notre territoire dans « l'air du temps » peut offrir, c'est précisément cela... de l'Air et du Temps !

**De l'Air avant tout...** L'air vivifiant des grands espaces naturels du littoral au sein desquels les touristes aiment s'immerger à l'heure où celui des grandes métropoles du Nord de l'Europe se réchauffe. L'air stimulant d'une halte amiénoise où le souffle culturel d'une ville dynamique compose avec les brises de son environnement préservé. Et bien entendu, l'air fortifiant de la Vallée de Somme et de ses affluents où les itinérances douces et les loisirs

de plein air requalifiés inspirent des voyages tournés vers les sens et le mieux-être. Car notre fleuve éponyme demeure la colonne vertébrale de notre territoire et de notre histoire, car il est le vecteur fondamental de notre avenir et de notre développement, notre projet « Vallée de Somme, une vallée idéale » est bien davantage qu'une stratégie de marketing territorial ou d'attractivité touristique. Ce projet est le témoin de l'aspiration de la Somme et des samariens à rester dans « l'air du temps » pour écrire ensemble l'histoire du XXI<sup>e</sup> siècle.

**Et puis du Temps...** Du temps de qualité offert à nos visiteurs pour se ressourcer, se retrouver avec celles et ceux qui leurs sont chers. Des temps festifs, surprenants, spectaculaires où la diversité des patrimoines fabrique des émotions mémorables. Mais aussi du temps pour redécouvrir le temps qui passe et célébrer notre Histoire plusieurs fois millénaire. Nos sites, nos centres d'interprétation, nos musées donnent à voir et à comprendre, à un public averti ou non, la complexité du monde dans lequel nous vivons aujourd'hui.

L'élaboration d'un schéma de développement touristique doit forcément s'appuyer sur de telles appréciations, même les plus subjectives d'entre elles.

L'activité touristique contribue à la vitalité des bassins de vie de notre territoire. Avec ce plan d'intervention 2019-2022, le Département confirme son engagement aux côtés des professionnels et des territoires en faveur du tourisme.

**Laurent Somon, Président du Conseil départemental de la Somme**



Ce nouveau schéma, fruit d'une large concertation, permettra au Département et aux acteurs publics et privés de converger vers des axes stratégiques qui, sans aucun doute, répondront aux attentes de nos visiteurs.

Depuis quelques années maintenant, le Conseil Départemental et Somme Tourisme sont entrés dans une logique de collaboration et de mutualisation avec les territoires développant ainsi une véritable dynamique au profit de l'économie touristique de la destination. Cette démarche peut être illustrée, entre autres, par la mise en place du groupe de travail « Baie de Somme attractivité » composé de l'ADRT, des territoires et des acteurs privés. Par ailleurs à l'échelle interdépartementale un partenariat s'est construit entre la Somme, le Pas de Calais et le Nord,

mettant en œuvre une stratégie de valorisation des Grands Sites de France de la Région. Les axes stratégiques redéfinis dans ce schéma permettront d'aller plus loin et de partager, avec nos partenaires, la vision du développement touristique de la Somme pour les années à venir. Les aménagements, la valorisation, la promotion, la mise en tourisme et l'accompagnement des acteurs sont autant de challenges et d'occasions de créer des synergies profitables à l'attractivité et la notoriété de la destination.

Notre département regorge de richesses naturelles et d'espaces préservés tels le Grand Site de France « Baie de Somme » et bien entendu l'incontournable Vallée de Somme, tous deux labellisés Ramsar. Chacun d'eux présente de réels atouts pour séduire les citadins en quête de ressourcement et de reconnexion à la nature. Une nature apaisante et dont les bienfaits agissent incontestablement sur la santé.

Pour faire suite au centenaire de la Grande Guerre, le département devra poursuivre sans relâche les actions de promotion des nombreux sites qui font de la Somme une terre de mémoire émouvante et si particulière aux yeux de milliers de touristes étrangers. Dans le cadre de cette filière, il conviendra aussi d'innover, de se repositionner afin de toucher de nouvelles clientèles, et délivrer un message pacifique et altruiste qui fera sens dans un monde qui connaît toujours la guerre...

Enfin, ce nouveau schéma nous révèle encore plus la nécessité de capitaliser sur les temps forts, les événements culturels et historiques de notre territoire qui sont des atouts indéniables de son attractivité, offrant ainsi de multiples occasions de venir séjourner dans la Somme !

L'engagement collectif sera une assurance de réussite car seul on va « souvent » plus vite, mais ensemble on va beaucoup plus loin !

**Franck Beauvarlet, Vice-Président du Conseil départemental de la Somme en charge des actions touristiques**



La maison des marais de Longpré-les-Corps-Saints © Nicolas Bryant

6

## LA MÉTHODOLOGIE DE RÉDACTION

8

## LE DIAGNOSTIC DE LA DESTINATION

14

## LE POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

22

## LE PLAN D'ACTION

25

- Axe A : Structurer l'offre et enrichir l'expérience client

36

- Axe B : Construire ensemble une destination attractive

42

- Axe C : Monter en compétence et gagner en compétitivité

47

## LES GRANDES ÉTAPES DE RÉALISATION



Thomas Tellier, guide QUALINAT

© Nicolas Bryant



Julia Maassen, guide sur les champs de Bataille

© Nicolas Bryant



Julie Wynands, guide QUALINAT

© Nicolas Bryant



Matthieu Pierre, Club de Kayak de Ham

© Nicolas Bryant



Reinette Michon, «Association des ramasseurs de salicornes»

© Nicolas Bryant



Perrine Moncombe, Chemin de Fer de la Baie de Somme

© Nicolas Bryant



Mai Ollier, Longe côte, Ma baie de Somme

© Nicolas Bryant

# LA MÉTHODOLOGIE DE RÉDACTION



Audrey Carpentier, zoo d'Amiens

© Nicolas Bryant



Delphine Gottrant, Escap'ânes

© Nicolas Bryant



Stéphane Koop, Terrains d'aventure

© Nicolas Bryant

## LES OBJECTIFS ET LES PARTENAIRES



Chipilly, Camp César © Somme Tourisme - Nicolas Bryant

## UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE CONCERTÉ

Dans le cadre de la Loi NOTRe, le tourisme est une compétence « partagée » entre le Conseil départemental et d'autres collectivités, notamment la Région. L'action du Département a été prépondérante depuis des décennies et vise notamment à :

- soutenir les professionnels et les équipements touristiques,
- développer et diversifier les activités touristiques,
- soutenir et accompagner la conduite de projets,
- développer et mettre en œuvre une promotion touristique qui permet de renforcer le positionnement de la Somme en ce domaine.

Elle vise également à mettre en place et évaluer les actions définies dans le schéma départemental de développement touristique.

Le précédent Schéma étant arrivé à terme en 2018, il convenait de fixer de nouveaux caps pour nos filières touristiques et de rédiger un nouveau plan d'actions.

Dans le cadre d'une procédure de marché public, le cabinet In Extenso TCH a été missionné par le Conseil départemental en mars 2019 pour une durée de six mois afin d'accompagner le Département dans la rédaction du nouveau schéma de développement touristique de la Somme pour la période 2019/2022. La mission des consultants a été cofinancée par la Banque des territoires – Groupe Caisse des dépôts.

Ce nouveau plan d'actions très opérationnel sera d'une durée courte afin de mieux répondre aux préoccupations des territoires, aux tendances de la consommation touristique en constante mutation, et aux attentes des clientèles françaises et internationales.



© Abbaye de Saint-Riquier



© Vincent Talleu-Balade photo



© Nicolas Bryant



© Pascale Paris

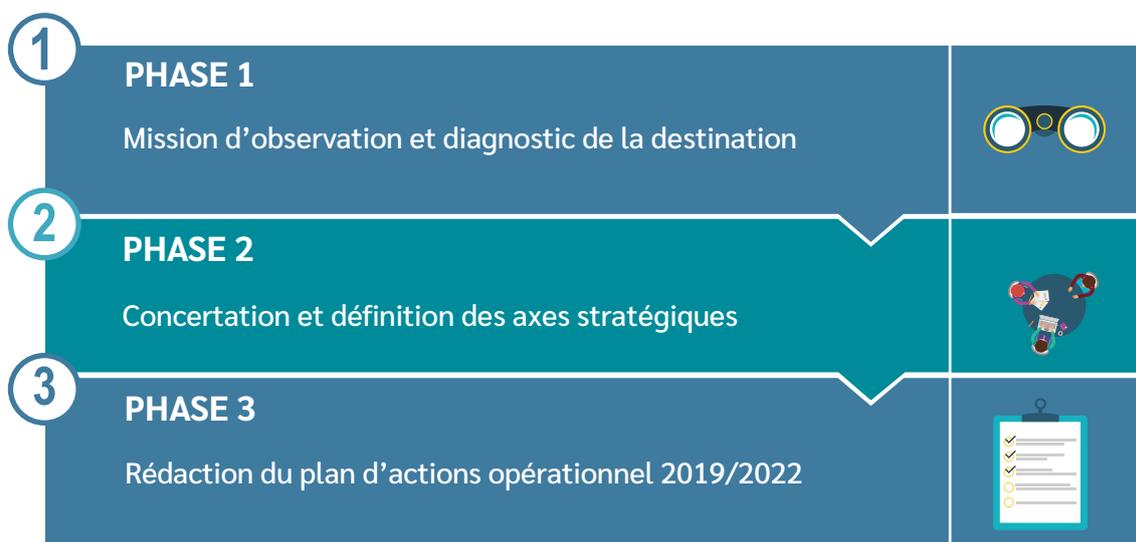
LA DÉMARCHE  
COLLABORATIVE



Quai Bélu, Amiens © Alexis Poroszka

## FAVORISER LA PARTICIPATION DES ACTEURS DU TOURISME

Un travail décliné en 3 phases...



...en favorisant la participation des acteurs du tourisme

De nombreux **repérages sur le terrain** réalisés en première phase

**43 acteurs clés** rencontrés en entretiens

**72 acteurs du territoire** présents à la journée de Forum du 24 juin 2019

**165 contributions** à l'enquête en ligne à destination des prestataires touristiques de la Somme

Des instances régulières de **suivi** et de **validation** réunies au fil des 3 phases de rédaction



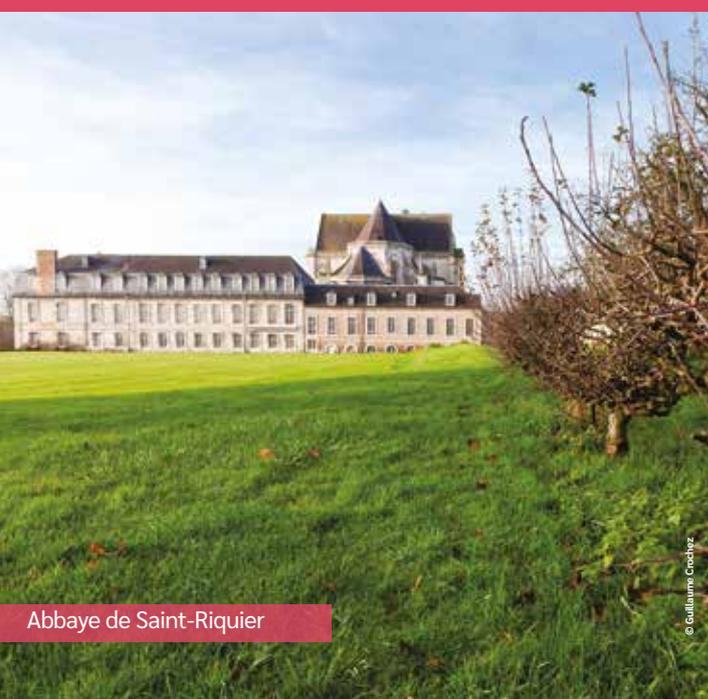
Parc du Marquenterre

© Mas Coquart-Bastibiers



Samara, Rendons à César

© Christelle Bern



Abbaye de Saint-Riquier

© Guillaume Crochard



Hamelet

© Nicolas Bonin



Méricourt-sur-Somme

© Somme Tourisme - Nicolas Bryant



Long

© Nicolas Bryant



Historial de la Grande Guerre

© Somme Tourisme - AC

# LE DIAGNOSTIC DE LA DESTINATION



Baie de Somme

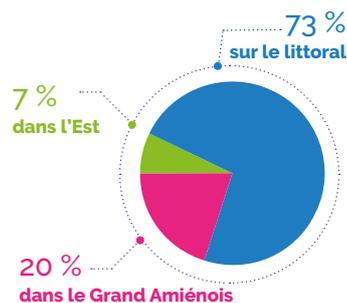
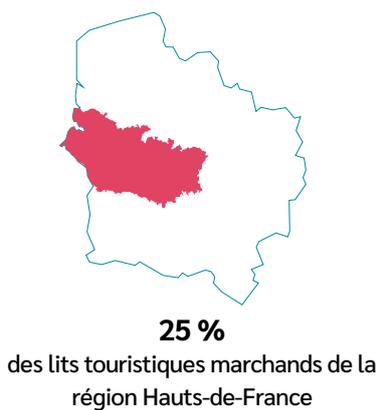
© Max Coqiant - BestJobbers

LES CHIFFRES CLÉS



Baie de Somme © Tibo

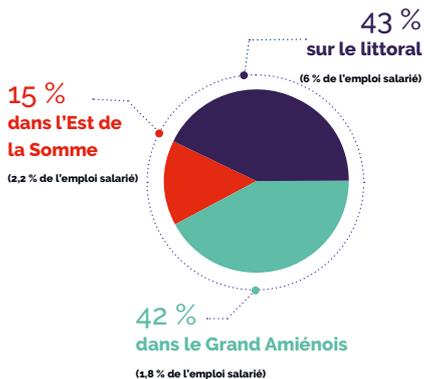
Les hébergements touristiques dans la Somme en 2018 :



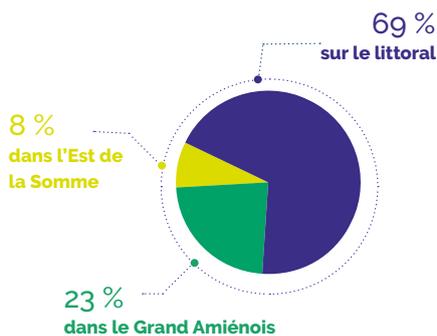
7.8 millions de nuitées dont 3.8 millions de nuitées marchandes

Les emplois touristiques dans la Somme en 2018 :

5 580 emplois directs (3 % de l'emploi salarié de la Somme) :



Entre 350 et 400 millions de dépenses touristiques :



EN 2018, LA SOMME C'EST AUSSI :

Le 55<sup>ème</sup> département en arrivées touristiques / 42<sup>ème</sup> concernant les Français en voyage pour motifs personnels

2 518 790 de visites touristiques

Une durée de séjour moyenne de 3.5 jours

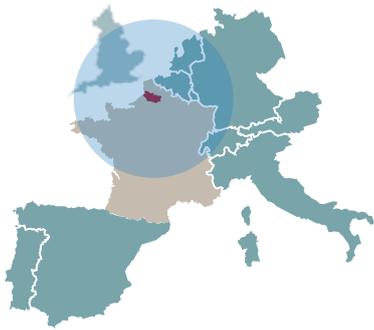
70 % de clients français (Ile de France et Hauts-de-France en tête)

30 % de clients étrangers (majoritairement belges, britanniques, néerlandais et australiens)

LES GRANDS  
ENSEIGNEMENTS DU  
DIAGNOSTIC



Jardins de Valloires © A.S. Flament



**UNE SITUATION GÉOGRAPHIQUE** très favorable bénéficiant d'une zone de chalandise européenne exceptionnelle à 3h de distance (environ 48 millions d'habitants)



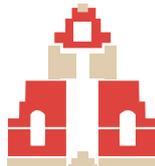
**UNE TRÈS BONNE ACCESSIBILITÉ** notamment routière mais absence de gare TVG à proximité des grandes zones touristiques

**UN PATRIMOINE NATUREL** préservé et remarquable, dont un Grand Site de France à forte notoriété : La Baie de Somme



**UN TERRITOIRE TRAVERSÉ** par de grandes itinérances (EV4, V30, V32, chemin de Saint Jacques de Compostelle, route d'Artagnan, GR 800), mais aussi des offres fluviales

**UN PATRIMOINE REMARQUABLE** (Amiens, sites de mémoire, patrimoine bâti...) mais sans grand site culturel phare vecteur de public et de notoriété en dehors de la Cathédrale d'Amiens



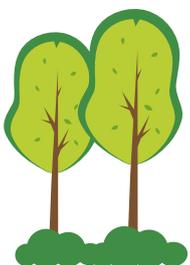
La faiblesse de l'**HÉBERGEMENT TOURISTIQUE** (quantitativement, notamment à l'est du territoire et qualitativement) et importance du résidentiel



**UNE GOUVERNANCE TOURISTIQUE** impliquée et professionnelle malgré notamment la faiblesse de l'observation touristique



**UNE MARQUE À FORTE NOTORIÉTÉ** Baie de Somme, mais faiblesse de la destination Somme, voire une mauvaise image auprès des clientèles françaises, non favorisée par le manque de confiance et de fierté des habitants



**DES SIGNAUX TRÈS FAVORABLES** au développement touristique : tendances du tourisme lié à l'authenticité, aux loisirs de pleine nature, à la préservation des espaces naturels et valorisation environnementale, tourisme culturel et urbain en city break...

LES SIGNAUX FAVORABLES AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Baie de Somme © F.Leonardi

DES TENDANCES INTERNATIONALES ET NATIONALES À LA HAUSSE

- des prévisions favorables à l'échelle internationale (+2,9 % par an de 2020 à 2030 dans le monde et + 1,8 % en Europe selon l'OMT)
- une forte croissance touristique nationale : 87 millions de touristes internationaux (+5 % en 2017) et un objectif de 100 millions en 2020



© Clazan-CBBO

UN TERRITOIRE QUI RÉPOND AUX PRINCIPALES ATTENTES DES CLIENTÈLES

- « 3 R » (rupture, retrouvailles, ressourcement)
- « tourisme lent »
- sens et authenticité



© Nicolas Bryant

LA CONVERGENCE DE POLITIQUES INFRA ET SUPRA EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- schéma touristique du pôle métropolitain du Grand Amiénois
- priorités régionales d'intervention touristique

Des projets publics et privés structurants :

- le projet de création d'un Parc Naturel Régional Baie de Somme et la mobilisation pour pérenniser le label « Grand Site »
- la relance du Projet Vallée de Somme : une Vallée idéale
- la création de nouveaux hôtels (haut de gamme pour la plupart) en particulier à Amiens
- le développement des croisières fluviales par Backwaters
- le projet collectif des 800 ans de la Cathédrale Notre-Dame d'Amiens



© Somme Tourisme-LV

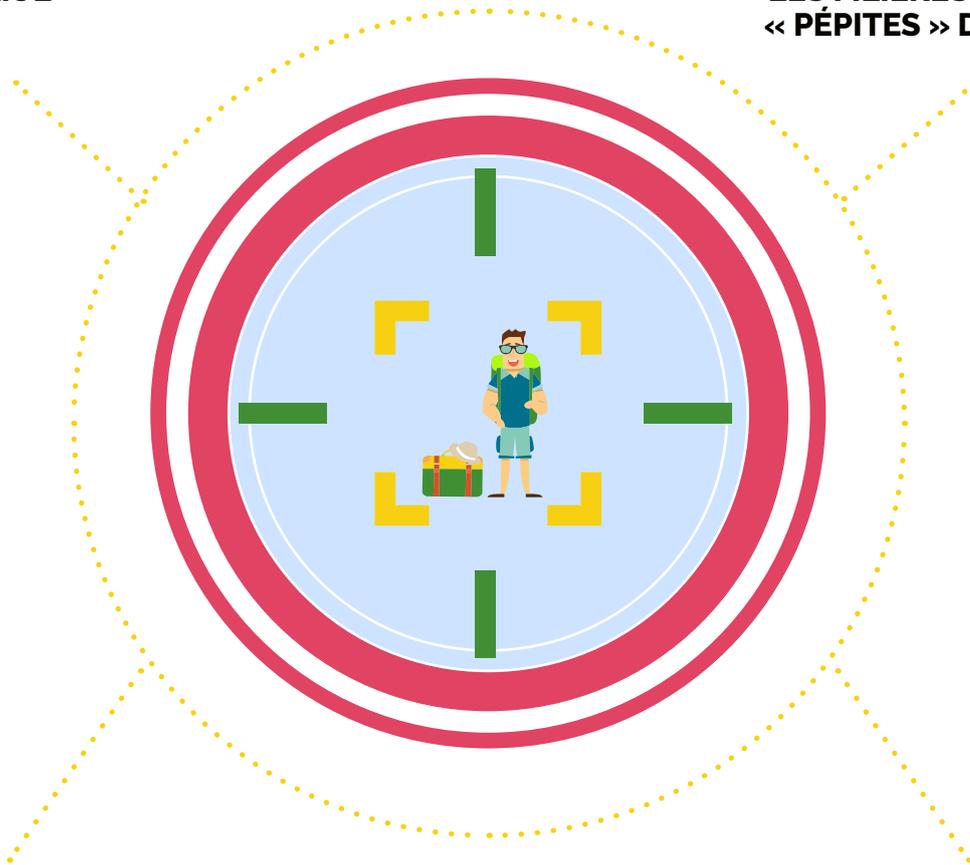
LES ENJEUX DU  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE



Beumetz © Somme Tourisme LesMazures

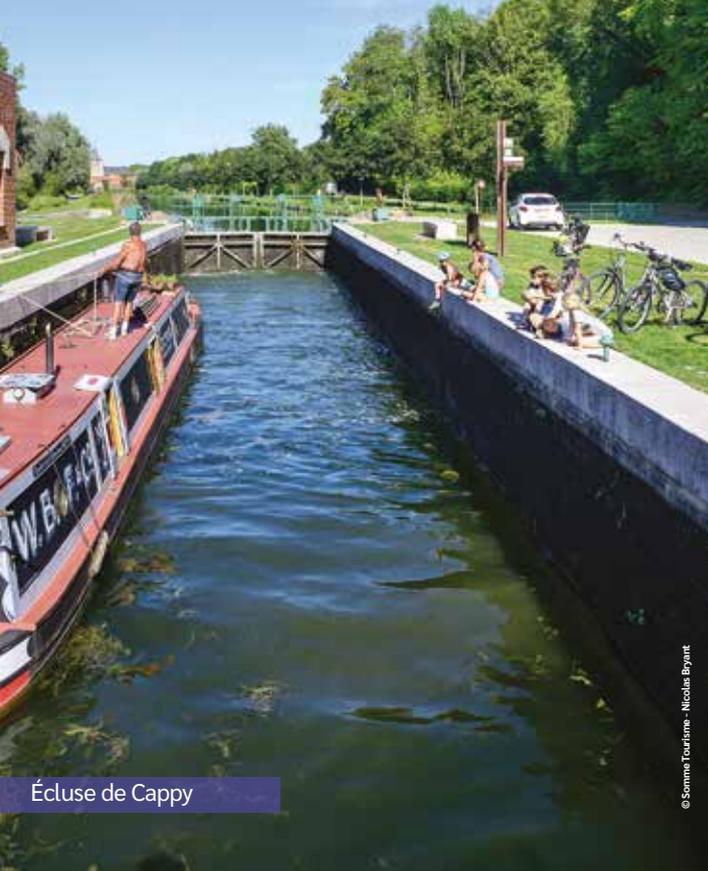
**EXISTER DANS LA CARTE MENTALE  
TOURISTIQUE**

**STRUCTURER ET QUALIFIER  
LES FILIÈRES ET RELIER LES  
« PÉPITES » DU TERRITOIRE**



**ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT  
GLOBAL TERRITORIAL**

**REDÉFINIR LA COMPÉTENCE  
TOURISME DANS UN  
ENVIRONNEMENT ÉVOLUTIF**



Écluse de Cappy

© Somme Tourisme - Nicolas Bryant



Baie de Somme

© Everts



Historial de la Grande Guerre, Musée de site de Thiepval

© Somme Tourisme-AC



Historial de la Grande Guerre, Péronne

© Nicolas Bryant



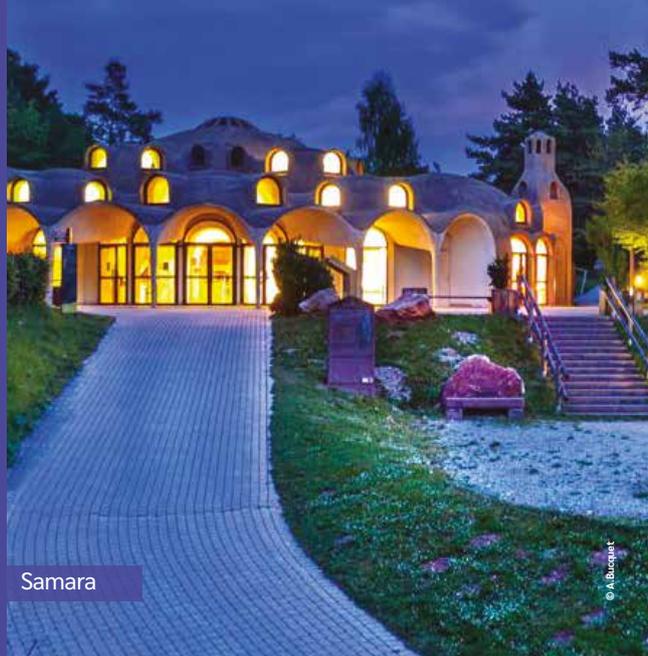
Cléry-sur-Somme

© C&D



Jardins de Valloires

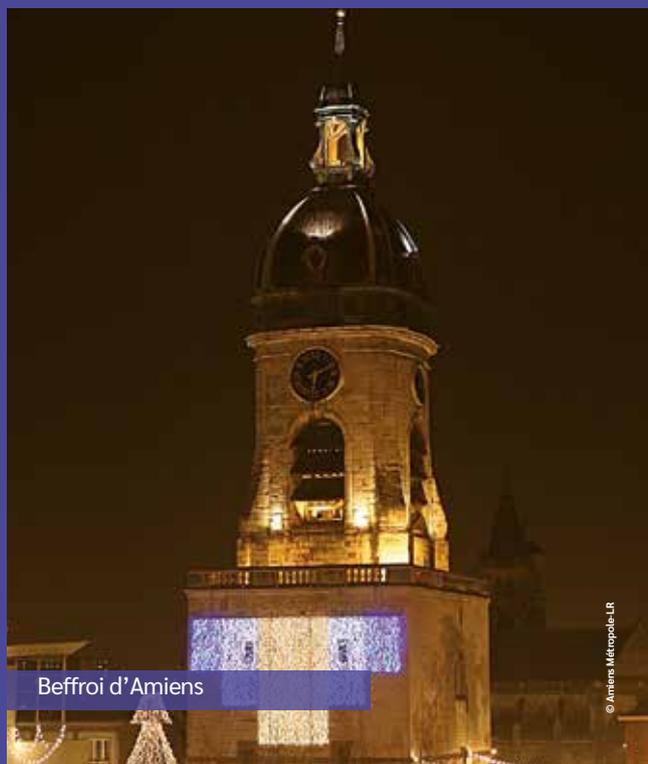
© ASFlament



Samara

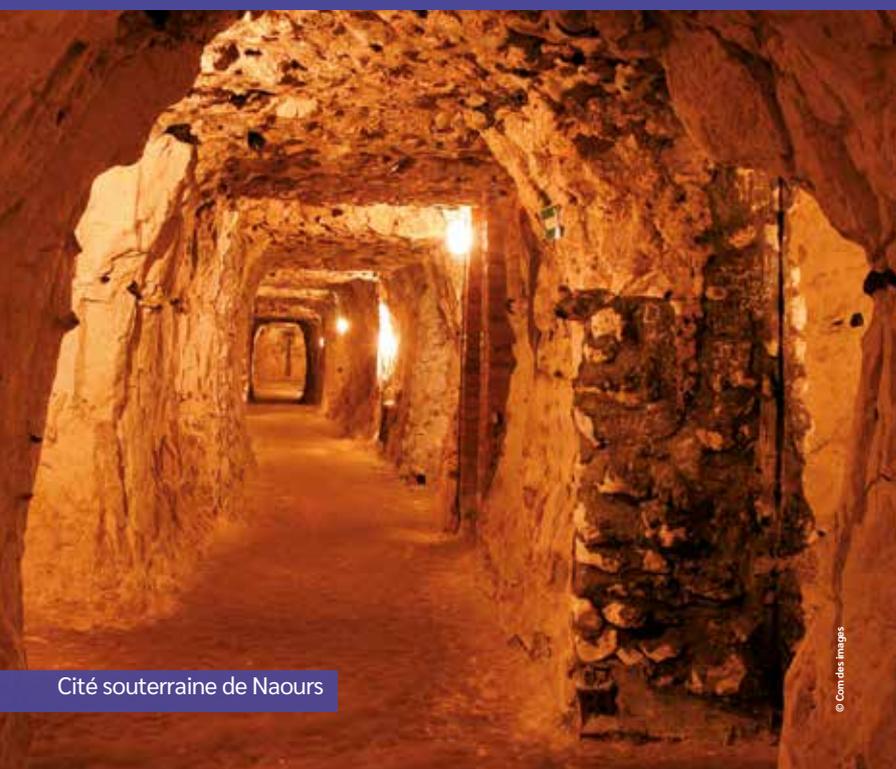
© A. Bouchet

# LE POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE



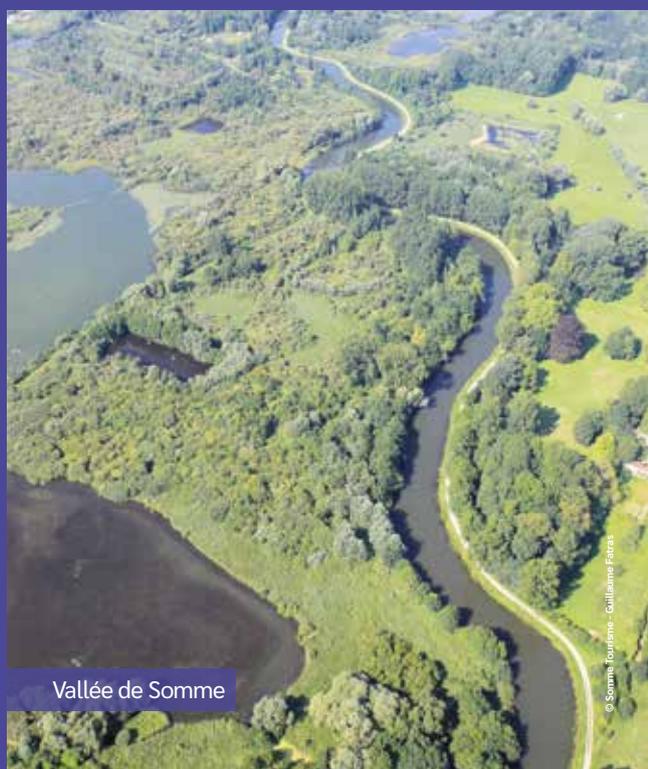
Beffroi d'Amiens

© Amiens Métropole LR



Cité souterraine de Naours

© Com des images



Vallée de Somme

© Somme Tourisme - Guillaume Faires



LE « FIL ROUGE »  
STRATÉGIQUE



Musée 14-18, Vignacourt © Somme Tourisme-AW2

Le fil rouge stratégique n'est pas une accroche de communication. Il propose des repères pour développer les offres touristiques et leur mise en marché :



**La Somme,**  
**Une invitation au voyage tourné vers le(s) sens et le mieux-être**  
*Un nouvel univers touristique à révéler*

**LA SOMME**, repère géographique du territoire présent dans les grands marqueurs du territoire : Baie de Somme, Vallée de Somme, Bataille de la Somme.

**UN TERRITOIRE MIS EN SCÈNE, SURPRENANT** et diversifié où les patrimoines et l'innovation fabriquent de l'émotion (programme Vallée idéale, esprit Jules Verne...)

**UNE DESTINATION NATURE** (dont littoral) préservée et exemplaire à proximité de grandes métropoles européennes

**UNE TERRE DE MÉMOIRE** au service de la paix

UNE FORTE  
AMBITION



Baie de Somme © Tibo

## L'AMBITION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

Le positionnement répond à une forte ambition :

- Développer l'économie touristique territoriale
- Fidéliser les clientèles, conquérir de nouveaux segments et augmenter la durée moyenne de séjour
- S'affirmer comme un nouveau territoire de choix favorisant le mieux-être sur le marché touristique européen
- Offrir une destination nature exemplaire pour la préservation et la valorisation de son écosystème et environnement
- Mieux diffuser les flux toute l'année et sur tout le territoire et proposer une offre qualifiée dans une logique d'itinérances

## LE MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT

Un modèle de développement en 2 points...

1 Une attractivité du territoire renforcée

2 Une stratégie en « collier de perles » avec des pôles majeurs et un « ruissellement » notamment favorisé par l'axe Vallée de Somme

... et suivant 4 principes fondateurs :

1 Un développement durable

2 Un territoire solidaire et accessible

3 L'engagement dans une démarche collective avec les territoires et les acteurs

4 L'accueil et la centralité des attentes des clientèles en lien avec les acteurs locaux



LA PROMESSE :  
UNE COMBINAISON  
D'EXPÉRIENCES  
UNIQUES



Parc du Marquenterre © Pascale Dumont



Comprendre et revivre  
l'Histoire



Sillonner le territoire,  
effectuer une halte  
privilégiée



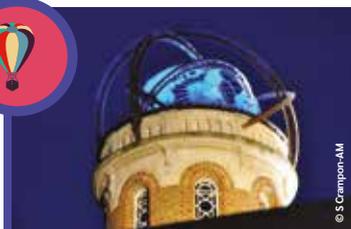
Expérimenter un  
certain art de vivre



Vibrer au rythme de  
vos émotions



Observer la nature



Entrer dans l'imaginaire  
Jules Verne

© S. Cremonesi-AM

LES CIBLES DE CLIENTÈLES



Hortillonages, Amiens © T.Vergoz-F.Tommassini

QUI



QUOI



**CLIENTÈLES URBAINES**

- Citadins, CSP +
- Grandes agglomérations européennes à 2-3h
- Couples, individuels et familles (intergénérationnelles)



Une coupure ressourçante tout au long de l'année

**TOURISTES ITINÉRANTS**

- Touristes à vélo, en bateau et camping-caristes
- Couples, individuels, retraités
- France, Benelux et Europe du Nord



Une destination d'itinérance, une halte qualifiée, une étape de choix

**CLIENTÈLE MÉMOIRE**

- Groupes (dont scolaires) et individuels français et internationaux (Britanniques, Australiens, Néo-zélandais, Nord Américains...)



Une destination mémoire et histoire pour la paix et la solidarité internationale

**CLIENTÈLES EN SÉJOURS DE + DE 5 JOURS**

- Familles et groupes d'amis
- France (Hauts-de-France et Ile-de-France),
- Benelux et Europe du Nord



Sur le littoral en été, à élargir dans le temps et dans l'espace

**SANS OUBLIER :**

- Les résidents, ambassadeurs du territoire
- Les affinitaires à fidéliser dont la contribution est à augmenter
- Les groupes et clientèles de niche comme le tourisme ornithologique et halieutique

### LES FILIÈRES PRIORITAIRES



Quai Bélu, Amiens © Alexis Poroszka

Suite au diagnostic de la destination et à la concertation avec les acteurs du territoire, le Département souhaite concentrer ses politiques touristiques sur 3 filières prioritaires :

#### ITINÉRANCES ET LOISIRS DE NATURE

- Mettre en œuvre le programme Vallée idéale
- Renforcer la mise en tourisme des loisirs de nature tout en préservant les aménités naturelles
- Favoriser le mieux-être à travers l'immersion dans la nature et les grands paysages

#### CULTURE ET PATRIMOINES

- Structurer et mettre en tourisme des sites majeurs : Samara, Saint-Riquier...
- Mettre en scène les patrimoines notamment dans l'imaginaire Jules Verne

#### MÉMOIRE ET PAIX

- Passer du tourisme de mémoire au tourisme d'histoire
- Adopter une approche davantage tournée vers la paix

Il conviendra néanmoins de mettre en place une veille particulière pour accompagner le cas échéant quelques filières complémentaires et contributives :

#### TOURISME D'AFFAIRES

- Structurer la filière
- Développer des équipements et services associés en lien avec les filières prioritaires

#### TOURISME DE SAVOIR-FAIRE ET TERROIR

- Révéler les savoir-faire du territoire
- Valoriser les produits du terroir
- Qualifier les restaurants





Moules de Bouchot

© ASFlament



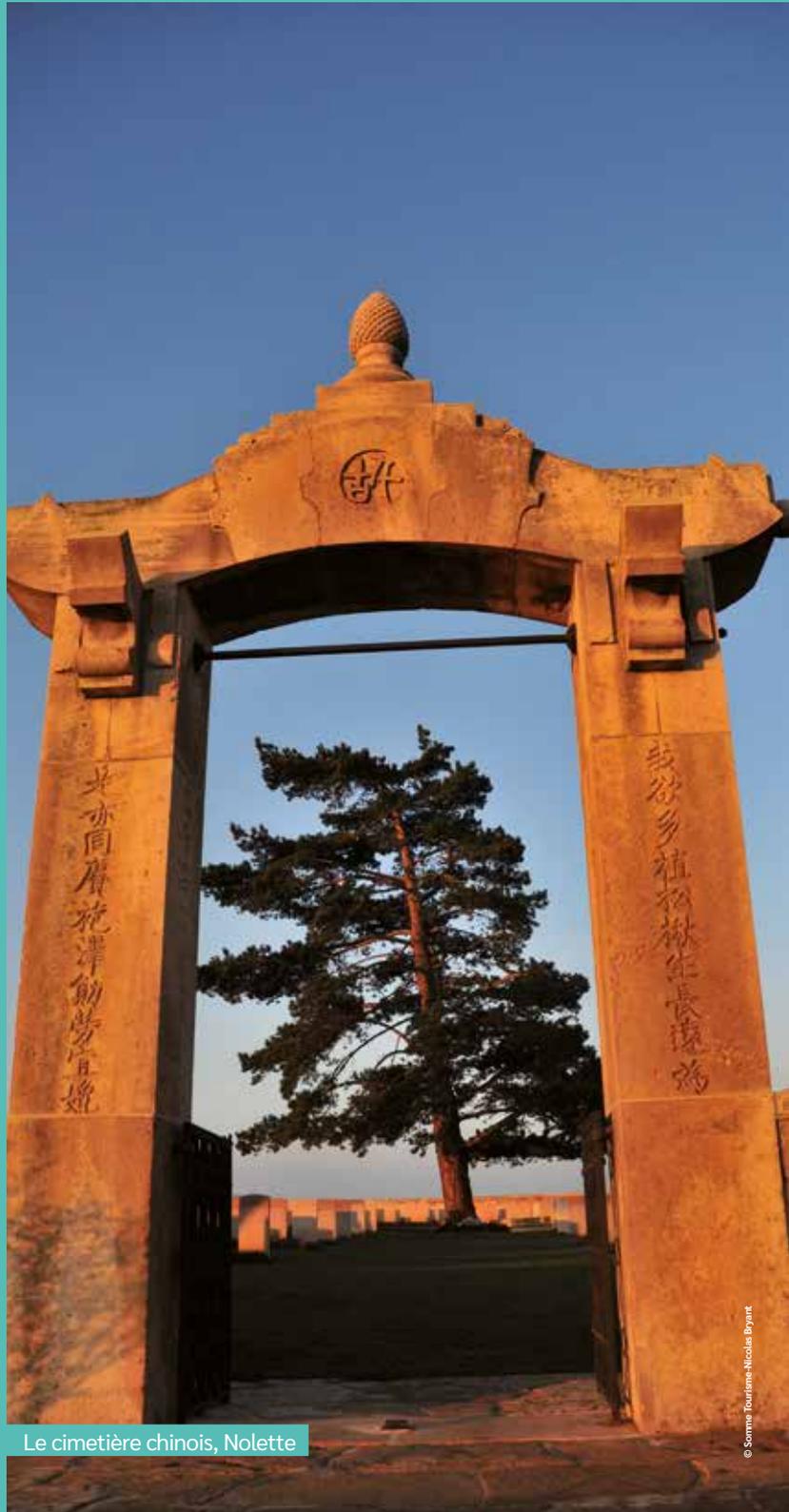
Samara

© C.Barth-C180



Phoques en Baie de Somme

© Mus d'ici-Philippe Culluane



Le cimetière chinois, Nolette

© Somme Tourisme-Nicolas Bryant



Hôtel-restaurant Du canard, Hangest-en-Santerre

© ASP/Amont



Horloge Dewailly, Amiens

© F. Leonard



Hôtellerie de plein air

© Valérie-Nicolas Bryant

# LE PLAN D'ACTION



Randonnée équestre en Baie de Somme

© Somme Tourisme/Thierry Bizez



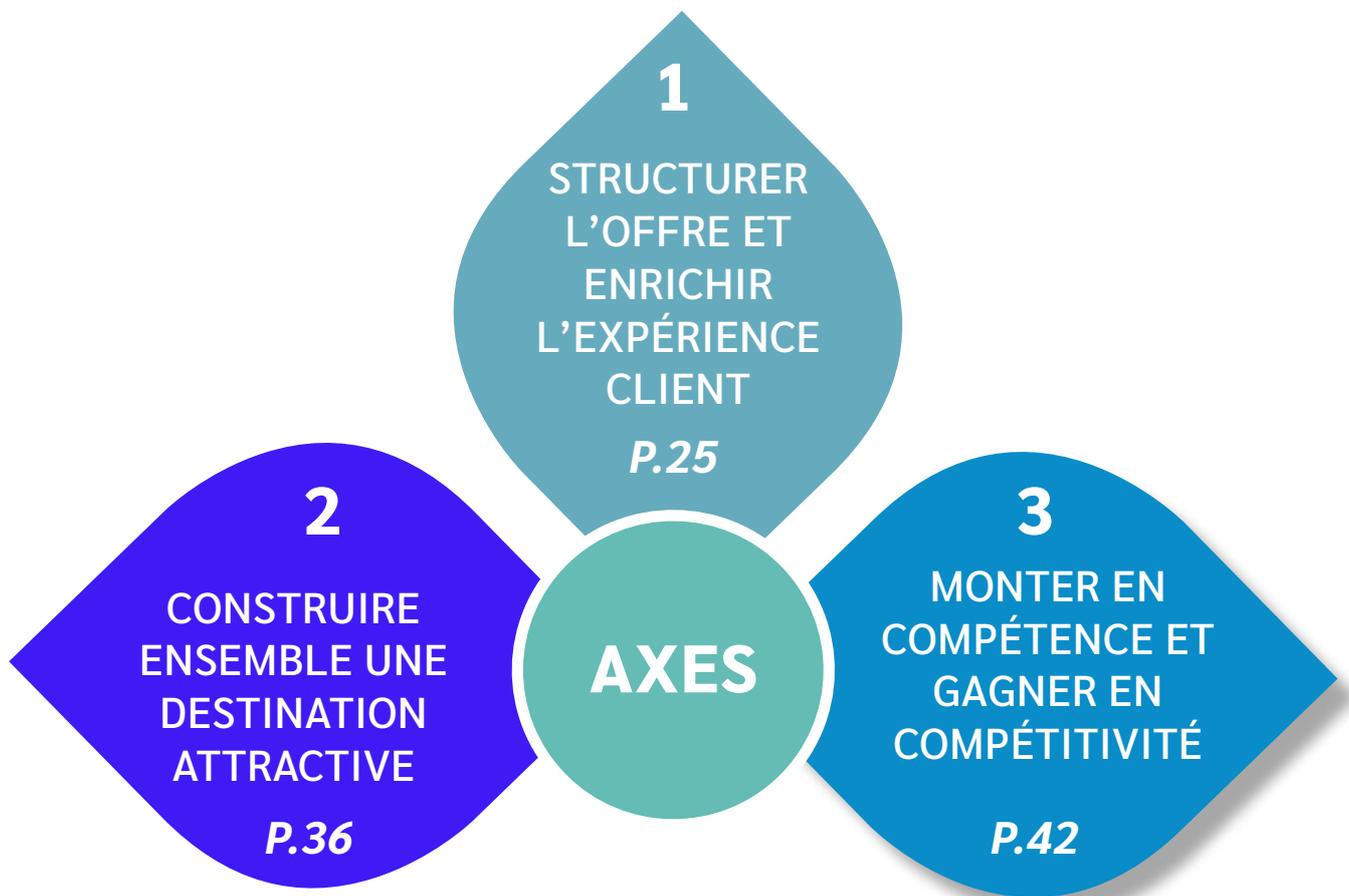
L'abbaye de Saint-Riquier

© Yves d'ici-Philippe Guillaume

LES AXES  
STRATÉGIQUES



La Somme à vélo, Eclusier-Vaux © Somme Tourisme-Nicolas Bryant



Les aménagements  
et investissements  
prioritaires

## AXE 1

# STRUCTURER L'OFFRE ET ENRICHIR L'EXPÉRIENCE CLIENT

### OBJECTIFS

**STRUCTURER  
DES FILIÈRES  
ATTRACTIVES,  
LES CROISER ET  
METTRE EN SCÈNE  
LE TERRITOIRE**

**QUALIFIER ET  
MONTER EN  
GAMME L'OFFRE  
D'HÉBERGEMENT  
DÉVELOPPER LES  
HÉBERGEMENTS  
FAVORISANT  
L'ITINÉRANCE**

### ACTIONS

- **A1.** Mettre en scène et développer le programme Vallée idéale
- **A2.** Structurer la filière d'excellence vélo ainsi que les itinérances et activités de pleine nature
- **A3.** Élargir et diversifier l'offre de tourisme de mémoire
- **A4.** Développer une politique de sites phares du territoire
- **A5.** Mettre en scène et développer la ludification des patrimoines
- **A6.** Soutenir et mettre en réseau les filières complémentaires
  
- **A7.** Qualifier l'hôtellerie de plein air
- **A8.** Qualifier l'offre d'aires de camping-cars
- **A9.** Favoriser d'autres hébergements au service des itinérances

## A1. METTRE EN SCÈNE ET DÉVELOPPER LE PROGRAMME VALLÉE IDÉALE

### CONSTAT

- La Somme, axe structurant le territoire samarien d'Est en Ouest, représente un formidable potentiel d'attractivité pour la destination
- Le Conseil départemental a voté en juin 2019 son engagement en faveur du programme d'actions pour le développement touristique de la Vallée de la Somme

### OBJECTIFS

- Développer, en synergie avec les EPCI concernés, les projets favorisant une connexion du territoire à son fleuve
- Développer les services, offres de loisirs et événements en bord de Somme pour en faire un lieu de vie structurant et attractif
- Afficher Amiens comme porte d'entrée de la vallée de Somme

### TÂCHES À RÉALISER

Mettre en œuvre le programme Vallée idéale autour de ses 2 leviers et 6 axes (cf. page suivante) et notamment :

- Soutenir les projets d'aménagements et d'opérations structurantes
- Soutenir les projets d'offres et services le long de la Somme : port fluvial à Amiens, hébergements favorisant les itinérances comme à Samara ou à Long
- Développer l'attractivité, la visibilité et la commercialisation de produits avec des TO spécialisés (cf. A2 et B1) de la vallée de la Somme à partir d'un groupe de travail dédié en lien avec l'ADRT
- Faire entrer le Département dans la SPL Vallée Idéale Développement Cf. action B3 sur l'événementiel

### MOYENS

- Première phase d'investissements du CD de 1,5 M€ ventilés comme suit :
  - Programmes et opérations structurantes (dont passerelle à Amiens) : **400 K€**
  - Canal de la Somme et Somme canalisée (charte canal, aménagements et étude de faisabilité d'un port à Amiens) : **650 K€**
  - Sites et bâtiments à caractère touristique (projet de gîte d'étape à Long, étude pôle hébergement-restauration à Samara) : **300 K€**
  - Développement touristique (aides aux hébergements facilitant l'itinérance) : **150 K€**
- Autres dispositifs sectoriels du Conseil départemental de la Somme

#### PÉRIMÈTRE

- Vallée de la Somme

#### CIBLES

- Résidents
- itinérants
- clientèles urbaines

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Programme sur 2 ans
- Construction de la destination sur 10 ans

#### PILOTES

- Département
- SPL Vallée Idéale Développement

#### PARTENAIRES

- ADRT
- EPCC Somme Patrimoine
- EPCI et communes concernés
- SMBDS-GLP
- SMBDS-3V
- Pôle métropolitain
- PETR

#### BÉNÉFICIAIRES

- Acteurs
- Prestataires locaux

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Fréquentation de la Vallée de la Somme : itinérances et événementiels
- Nombre de nouvelles offres touristiques dans la vallée

# LES LEVIERS ET AXES STRATÉGIQUES DU PROGRAMME VALLÉE IDÉALE

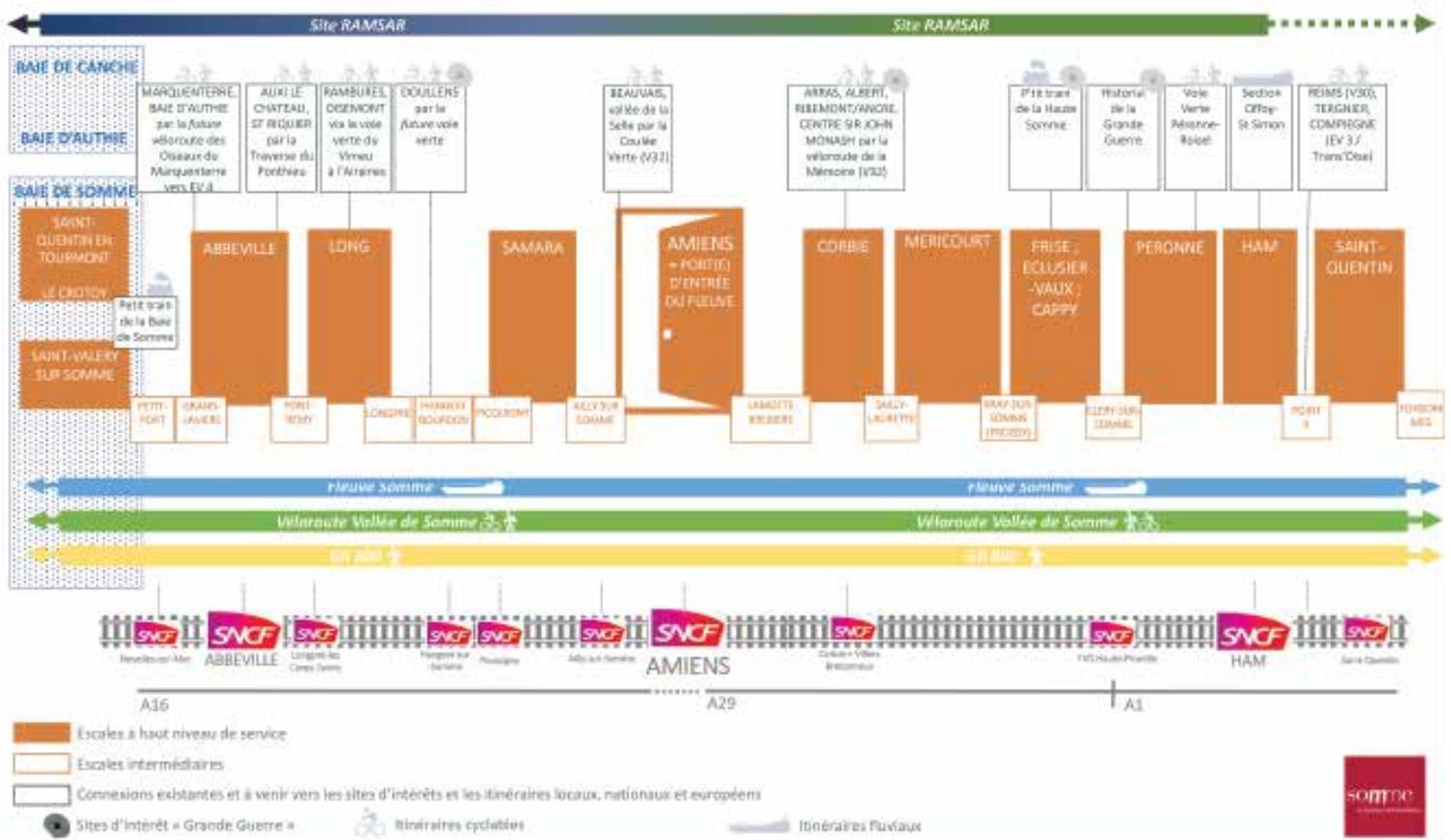
**LEVIER 1 : Améliorer les infrastructures et les équipements, mettre en scène les paysages et les espaces naturels**

- AXE 1 : Rythmer le parcours par des escales (10 escales à haut niveau de service et 13 escales secondaires).
- AXE 2 : Révéler les paysages et préserver la biodiversité.
- AXE 3 : Améliorer les itinéraires et les connexions par voies fluviales et terrestres.

**LEVIER 2 : Renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination et des services associés**

- AXE 4 : Développer les actions de marketing et de communication en faveur de la destination.
- AXE 5 : Favoriser la mise en place de nouveaux services.
- AXE 6 : Encourager des animations à caractère culturel, ludique et sportif prétexte à l'itinérance.

## Parcourir « Une vallée idéale »



## A2. STRUCTURER LA FILIÈRE D'EXCELLENCE VÉLO AINSI QUE LES ITINÉRANCES ET ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### CONSTAT

- Un territoire traversé par de grandes itinérances à vélo : EV4, V30/V32
- Un tourisme fluvial relativement limité : 8 647 passages, absence de loueurs professionnels de bateaux habitables depuis l'arrêt de Locaboat mais un projet structurant de croisière par Backwaters
- Des itinéraires à pied (GR800, chemin de Saint-Jacques de Compostelle) et à cheval (route d'Artagnan) également présents mais sans flux touristiques majeurs

### OBJECTIFS

- Affirmer la Somme comme un territoire d'itinérances
- Structurer en priorité la filière d'excellence vélo
- Valoriser également la diversité des itinérances et activités de pleine nature
- Renforcer la mise en tourisme et la qualité de l'expérience « client »

### TÂCHES À RÉALISER

- Structurer la filière d'excellence vélo :
  - Favoriser le développement d'itinérances à vélo dont la mise en œuvre du projet Interreg Eurocyclo (boucle EV4, EV5, EV3, VVS) au niveau régional et transfrontalier avec la Belgique en intégrant également la V32
  - Contribuer à la mise en place d'un réseau « points nœuds » afin d'irriguer le territoire
  - Animer et mettre en marché la filière : accueil des rencontres Vélo et Territoires en octobre 2020, création d'une carte de la Somme à vélo et de carnets de voyages
- Soutenir les autres itinérances :
  - Fluviales : soutien des activités professionnelles hors plaisance privée dont le croisiériste Backwaters, soutien du projet de port à Amiens, services, et lutte contre le myriophylle
  - Pédestres : en accentuant leur visibilité numérique : Visorando, IGNrando...
  - Équestres notamment via le développement de la route d'Artagnan
- Développer de manière respectueuse de l'environnement les activités de pleine nature en s'appuyant sur le PDESI (char à voile, nautisme, randonnées accompagnées...)

### MOYENS

- Programme Vallée idéale
- Fonds d'intervention touristique
- Dispositif loisirs et sports de nature
- Programme Interreg

#### PÉRIMÈTRE

- Ensemble de la Somme

#### CIBLES

- Résidents
- itinérants et touristes actifs

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2020 : 24<sup>èmes</sup> Rencontres Vélo & Territoires
- En continu

#### PILOTES

- Département et ADRT

#### PARTENAIRES

- EPCI
- Région
- SMBDS-GLP
- SMBDS-3V
- Pôle métropolitain
- PETR
- CRT

#### BÉNÉFICIAIRES

- Prestataires privés d'itinérances et de pleine nature et gestionnaires publics

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Fréquentation des grands itinéraires et activités
- Nombre de labellisations (Qualité Tourisme, Accueil Vélo, etc.)
- Satisfaction des usagers (enquête)

## A3. ÉLARGIR ET DIVERSIFIER L'OFFRE DE TOURISME DE MÉMOIRE

### CONSTAT

- Le Nord-Est du département a été marqué par la Bataille de la Somme et concentre une activité majeure (équipements de visite et muséaux, mémoriaux, cimetières et nécropoles, sites de bataille...) : 721 000 visites, 85 % d'étrangers, 28 M€ de retombées économiques
- Une offre touristique qui s'est renforcée avec le centenaire de la Grande Guerre
- Une clientèle fortement internationale, notamment britannique et originaire des pays du Commonwealth

### OBJECTIFS

- Passer d'un tourisme de mémoire à un tourisme d'histoire donnant à découvrir le territoire samarien et son histoire au fil des siècles
- Favoriser des offres et thématiques nouvelles : arrière-front, civils, la guerre et la nature, sport...
- Faire de la Somme une destination sur le thème de la Paix, donner encore plus de sens au tourisme de mémoire
- Faire rester les touristes internationaux sur le territoire par de nouvelles offres qualitatives

### TÂCHES À RÉALISER

- Soutenir et accompagner les acteurs proposant une approche élargie du tourisme de mémoire :
  - Réaffirmer et mieux valoriser les aspects sociétaux des différents projets de l'Historial de la Grande Guerre
  - Mais aussi : nouveau parcours de visite de la Cité souterraine de Naours, projet de développement de Vignacourt 14-18
  - Autres réflexions d'offres permanentes et temporaires : à Amiens au sein du CIAP ou dans le Musée de Picardie, partenariat avec l'Historial, intégration de la thématique dans Chroma, site sur « l'homme dans la guerre »
- Mettre en place un fonds de dotation afin de reverser une partie des dépenses des touristes de mémoire à des ONG œuvrant pour la pacification du monde contemporain ; adosser l'image de la destination « mémoire » à cette démarche philanthropique
- Poursuivre la promotion auprès des TO internationaux lointains pour les clientèles de mémoire (dont Australie, Nouvelle-Zélande, Canada) et renforcer les actions sur le marché britannique

### MOYENS

- Fonds de dotation pour la paix : modalités à préciser (sur entrées, nuitées, produits de boutique, dons volontaires...)
- Fonds d'intervention touristique : soutien aux sites de mémoire
- Consolidation du budget promotion tourisme de mémoire (ADRT)

#### PÉRIMÈTRE

- Sites mémoriels existants et potentiels

#### CIBLES

- Touristes de mémoire internationaux et français
- Habitants et touristes curieux

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Fonds pour la paix : accompagnement juridique fin 2019 puis lancement en 2020
- En continu

#### PILOTES

- Département et ADRT

#### PARTENAIRES

- Professionnels
- Historial de la Grande Guerre
- EPCI
- Membres du réseau SBP

#### BÉNÉFICIAIRES

- Sites de mémoire
- prestataires publics et privés
- ONG pour la paix

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Fréquentation et retombées économiques du tourisme de mémoire
- Montant collecté pour le fonds de dotation

## A4. DÉVELOPPER UNE POLITIQUE DE SITES PHARES DU TERRITOIRE

### CONSTAT

- Un patrimoine naturel préservé et remarquable, dont un site à forte notoriété : la Baie de Somme
- Un patrimoine remarquable (Amiens, sites de Mémoire, patrimoine bâti) mais une absence de grand site culturel phare

### OBJECTIFS

- Renforcer l'attractivité par des pôles structurants
- Positionner Samara comme un grand site de tourisme culturel
- Garantir une expérience de visite optimale dans ces sites en matière de médiation et services

### TÂCHES À RÉALISER

- Structurer les sites phares, propriétés du Département dont Samara en premier lieu
- Accompagner l'EPCC Somme Patrimoine dans la structuration de Samara (étude) :
  - Recalibrer et requalifier les fonctions d'accueil (dont stationnement, toilettes...), boutiques et restauration via une étude interne ou externe de définition, faisabilité et programmation
  - Renforcer la connexion avec la véloroute
  - Créer un pôle d'hébergement-restauration en lien avec le programme Vallée idéale
- Participer à la réflexion sur l'avenir d'autres sites départementaux tels que Saint-Riquier, l'Historial de la Grande Guerre, la Citadelle de Doullens ou encore les ENS de la Vallée de Somme dont celui de Cléry-sur-Somme
- Accompagner les partenaires dans l'émergence de sites ou équipements emblématiques structurants et renforçant la notoriété du territoire par leur forte attractivité : Parc du Marquenterre (et équipements Destination Baie de Somme), Musée de Picardie, Cathédrale, les Hortillonnages, chemins de fer touristiques, Cité souterraine de Naours...
- Favoriser la mise en réseau des sites patrimoniaux et culturels du département par des actions de commercialisation, promotion et communication conjointe

### MOYENS

- Fonds d'intervention touristique
- Programme Vallée Idéale
- Investissement pour Samara en fonction du projet (financement par le Conseil départemental)

#### PÉRIMÈTRE

- Polarités maillant le département

#### CIBLES

- Touristes et résidents

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Samara : étude en 2020, travaux et ouverture du parc redimensionné dans les années à venir
- Structuration des sites en continu

#### PILOTES

- Le Département
- EPCC Somme Patrimoine
- SPL Vallée Idéale Développement

#### PARTENAIRES

- Gestionnaires des sites
- ADRT

#### BÉNÉFICIAIRES

- Collectivités et prestataires privés
- Gestionnaires de sites majeurs

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Fréquentation de Samara : totale, boutique, restauration, hébergement
- Fréquentation de l'Historial et des autres sites départementaux
- Satisfaction des visiteurs (enquête, e-réputation)

## A5. METTRE EN SCÈNE ET DÉVELOPPER LA LUDIFICATION DES PATRIMOINES

### CONSTAT

- Le département bénéficie d'un patrimoine architectural remarquable (Amiens, Saint-Riquier, Valloires...) mais peu valorisé et mis en visite
- Amiens Métropole et le Pôle Métropolitain entreprennent une mise en scène urbaine, une coloration thématique des offres existantes et nouvelles autour de l'univers de Jules Verne.

### OBJECTIFS

- Renforcer l'attractivité du territoire par la mise en scène des patrimoines y compris naturel
- Améliorer l'expérience client
- Développer le sentiment de fierté et d'appartenance des habitants
- Fédérer les acteurs du tourisme et de la culture

### TÂCHES À RÉALISER

- Soutenir via le fonds d'intervention touristique (C3) le développement d'outils de médiation numérique et insolites des patrimoines et de l'histoire de la Somme tout en valorisant la médiation humaine
- Définir le mode d'intervention : directe ou financements supplémentaires au regard de certains critères
- Qualifier les espaces bâtis et naturels en s'appuyant sur les dispositifs de la politique territoriale dont les appels à projets départementaux « Attractivité des bourgs structurants », « Patrimoine rural », « ouvrages d'art »
- Poursuivre et renforcer le circuit des Belvédères le long de la Vallée de la Somme avec des belvédères plus innovants et contemporains Cf. action B3 sur l'évènementiel

### MOYENS

- Fonds d'intervention touristique
- Autres politiques territoriales dont les appels à projets « Attractivité des bourgs structurants » et « Patrimoine rural »

### PÉRIMÈTRE

- Sites naturels et culturels emblématiques

### CIBLES

- Résidents et touristes

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- 2020 : création de nouveaux dispositifs de soutien au patrimoine, identification et sélection des lieux concernés et dispositifs
- 2021 : lancement des premiers projets
- Puis montée en puissance des initiatives connexes

### PILOTES

- Département et ADRT

### PARTENAIRES

- Amiens métropole/EPCI et professionnels

### BÉNÉFICIAIRES

- Collectivités gestionnaires de patrimoine
- Prestataires privés

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Création de nouvelles offres de mise en scène et ludification des patrimoines
- Fréquentation et retombées des sites et événements concernés



## A6. SOUTENIR ET METTRE EN RÉSEAU LES FILIÈRES COMPLÉMENTAIRES

### CONSTAT

- Une offre de tourisme d'affaires concentrée à Amiens
- Des produits du terroir de qualité mais peu identitaires
- Un savoir-faire artisanal et industriel réel

### OBJECTIFS

- Enrichir l'offre touristique et renouveler les clientèles

### TÂCHES À RÉALISER

- Devenir une destination gourmande et favoriser l'agritourisme en :
  - mobilisant et formant les restaurateurs et producteurs du territoire pour la valorisation de la gastronomie et des produits locaux : favoriser notamment la présence d'un ou de plusieurs menus terroir sur la carte des restaurants
  - favorisant les animations autour de la gastronomie à l'image du projet de « Repas extraordinaire » porté par le pôle métropolitain
- Révéler les savoir-faire par de l'évènementiel, des visites, ateliers découvertes voire des musées / centre d'interprétation (à l'image du projet de musée de l'histoire aéronautique et industrielle d'Albert-Méaulte)
- Soutenir le tourisme d'affaires sur l'ensemble du territoire

### MOYENS

- Politique territoriale et agricole
- Temps de travail en commun avec la Chambre d'agriculture sur le réseau Bienvenue à la Ferme
- Temps de travail CD80 sur l'animation du réseau des Bistrots de Pays



### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLES

- Touristes et résidents

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

### PILOTE

- Département

### PARTENAIRES

- ADRT
- Chambres consulaires
- EPCC Somme Patrimoine
- SPL Vallée Idéale Développement
- EPCI
- SMBDS-GLP
- SMBDS-3V
- Pôle métropolitain
- PETR

### BÉNÉFICIAIRES

- Professionnels des 3 filières

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Qualification de l'offre de restauration et valorisation de la gastronomie
- Création de nouveaux produits touristiques
- Développement de la fréquentation en basse saison

## A7. QUALIFIER L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

### CONSTAT

Une offre en hébergement de plein air sur le territoire conséquente mais contrastée :

- 88 % des nuitées effectuées en Baie de Somme
- Des campings privés en baie de Somme qualifiés à l'inverse des campings publics hors littoral moins qualifiés et caractérisés par le poids des emplacements résidentiels

### OBJECTIFS

- Augmenter les retombées économiques pour le territoire
- Passer d'une offre à dominante résidentielle (hors littoral) à une offre de services qualifiée et adaptée aux cibles familles, seniors, couples urbains et itinérants

### TÂCHES À RÉALISER

- Renforcer l'ingénierie auprès des acteurs publics : qualification, promotion et commercialisation
- Mettre en place un dispositif d'aides aux campings publics favorisant notamment les services et le confort (cf. C3)

### MOYENS

- Fonds d'intervention touristique
- Professionnalisation et qualification par l'ADRT



#### PÉRIMÈTRE

- Département hors Littoral

#### CIBLES

- Touristes, itinérants et camping-caristes

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

#### PILOTES

- Département et ADRT

#### PARTENAIRES

- Propriétaires
- Gestionnaires publics de campings
- Communes
- SPL Vallée Idéale Développement

#### BÉNÉFICIAIRES

- Propriétaires de camping
- Gestionnaires publics de camping

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Évolution du parc, de sa qualification et de la fréquentation

## A8. QUALIFIER L'OFFRE D'AIRES DE CAMPING-CARS

### CONSTAT

- Un territoire de passage sur des flux Nord-Sud propice à cette filière
- Des tendances du marché à la hausse

### OBJECTIFS

- Développer les flux de camping-caristes sur le territoire et la consommation touristique
- Améliorer l'expérience client et limiter les nuisances liées aux pratiques « sauvages »

### TÂCHES À RÉALISER

- Définir en interne une stratégie des aires d'accueil de camping-cars à l'échelle du département identifiant les zones potentielles de développement et les besoins de qualifications (enquête départementale réalisée en 2019)
- Renforcer l'ingénierie auprès des propriétaires et/ou gestionnaires d'aires de camping-cars dans la qualification, le développement de services, la visibilité/e-réputation (comme sur Campercontact.com)
- Intégrer les aires de camping-cars dans le cadre du fonds d'intervention touristique (cf. C3)

### MOYENS

- 10 jours CD / ADRT pour la stratégie des aires de camping-cars
- Fonds d'intervention touristique
- Aides des EPCI

### PÉRIMÈTRE

- Sites identifiés stratégiques maillant la Somme

### CIBLES

- Camping-caristes français et internationaux

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

### PILOTE

- Département

### PARTENAIRES

- Communes et EPCI
- ADRT
- SMBDS-GLP
- SMBDS-3V
- Pôle métropolitain
- PETR

### BÉNÉFICIAIRES

- Propriétaires / gestionnaires et porteurs de projets publics

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre de projets soutenus via le dispositif d'aides et l'accompagnement technique
- Evolution du parc et de la fréquentation
- Retombées économiques locales



## A9. FAVORISER D'AUTRES HÉBERGEMENTS AU SERVICE DES ITINÉRANCES

### CONSTAT

- Une offre d'hébergement limitée au service des itinérants
- Très peu d'offres insolites et innovantes

### OBJECTIFS

- Asseoir le positionnement nature et itinérances de la Somme
- Mettre en tourisme les itinéraires

### TÂCHES À RÉALISER

- Favoriser les hébergements insolites et gîtes de groupes (dont concepts d'hébergements insolites pour groupes) en cohérence avec le positionnement de la destination via le fonds d'intervention touristique
- Appuyer les projets ciblés dans le programme Vallée Idéale : pôle hébergement connecté à la véloroute de la Somme à Samara et projet de gîte d'étape à Long
- Mettre en place une charte pour des hébergements éco-responsables et orientés vers les thématiques liées aux notions de ressourcement et valorisant leur environnement naturel

### MOYENS

- Fonds d'intervention touristique
- Programme Vallée idéale

### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLE

- Itinérants

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

### PILOTE

- Département

### PARTENAIRES

- EPCI et communes
- SPL Vallée Idéale Développement
- CAUE
- Gîtes de France

### BÉNÉFICIAIRES

- Gestionnaires (publics et privés)
- Porteurs de projets

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre de projets soutenus via le dispositif d'aides et l'accompagnement technique
- Évolution du parc et de la fréquentation
- Retombées économiques locales



## AXE 2

# CONSTRUIRE ENSEMBLE UNE DESTINATION ATTRACTIVE

La communication,  
le marketing et la mise  
en réseau

### OBJECTIFS

**FAIRE EXISTER  
LE TERRITOIRE  
SUR LA CARTE  
TOURISTIQUE**

**IMPULSER UNE  
NOUVELLE  
AMBITION  
TOURISTIQUE**

**MOBILISER ET  
METTRE EN RÉSEAU  
LES ACTEURS DE  
L'ÉCOSYSTÈME**

### ACTIONS

- **B1.** Définir une stratégie de promotion ambitieuse et digitale en s'appuyant sur des marques reconnues
- **B2.** Promouvoir une destination sans voiture
- **B3.** Définir une politique d'accompagnement de l'événementiel favorisant l'image et les séjours dans la Somme
- **B4.** Mobiliser et fédérer les acteurs touristiques autour des marques et filières de la Somme
- **B5.** Placer les habitants au cœur de la stratégie touristique

## B1. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE PROMOTION AMBITIEUSE ET DIGITALE EN S'APPUYANT SUR DES MARQUES RECONNUES

### CONSTAT

- Le territoire se démarque avant tout par son cadre naturel avec la Baie de Somme comme porte-drapeau
- L'ADRT pilote la stratégie de marketing territorial de la marque « Destination Baie de Somme » qui jouit d'une forte notoriété
- L'ADRT a lancé en mars 2018 la stratégie de marque « GoSomme » visant à moderniser l'image du territoire et à toucher un public plus jeune

### OBJECTIFS

- Faire exister le territoire sur la carte touristique
- Renouveler l'image de la destination
- S'affirmer comme une destination incontournable pour les résidents à 2h (dont les métropoles européennes de Paris, Lille, Bruxelles et Londres)

### TÂCHES À RÉALISER

- Poursuivre la stratégie de marque Baie de Somme avec les OT, les syndicats mixtes et le PNR
- Créer une marque transversale « Vallée de Somme, une Vallée idéale » (cf. A1) à partir d'un groupe de travail dédié
- Réfléchir à une marque mémoire en lien avec les territoires du « Western Front » et notamment l'Arrageois et les Flandres
- Soutenir la promotion de la destination Amiens
- Poursuivre le déploiement du #GoSomme (marqueur identitaire) afin d'accroître le dynamisme promotionnel et le renouveau de l'image de la destination



### MOYENS

- Budget marketing / communication ADRT
- Budget direction de la communication CD80

#### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

#### CIBLES

- Prospects et touristes

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

#### PILOTES

- ADRT et CD80 (direction de la communication)

#### PARTENAIRES

- SMBDS-GLP
- PNR
- OTs
- CRT
- Réseau SBP
- Partenaires belges

#### BÉNÉFICIAIRES

- Prospects et touristes
- Acteurs touristiques publics et privés

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Hausse des flux de visites sur les outils web et réseaux sociaux de la destination
- Nombre de retombées presse et influenceurs
- Évolution de la fréquentation touristique du territoire (nuitées)

## B2. PROMOUVOIR UNE DESTINATION SANS VOITURE

### CONSTAT

- Une tendance vers un tourisme ressourçant et éco-responsable
- Un taux d'équipement automobile des ménages limité et à la baisse dans les grandes métropoles comme Paris (grand bassin émetteur)

### OBJECTIFS

- Affirmer l'exemplarité de la Somme en développement durable
- Structurer l'offre touristique du territoire par des moyens de transports doux»

### TÂCHES À RÉALISER

- Promouvoir et commercialiser (directement ou via des agences) une destination sans voiture notamment via les outils de l'ADRT et relayés par le CRT et les OT
- Référencer la destination Somme sans voiture sur de nombreux relais :
  - Poursuivre l'approche spécifique « Escapade nature sans voiture » pour la Baie de Somme dans le cadre d' « expérience Grand Site de France »
  - Référencer sur le web et dans les guides papiers les idées de séjours ou d'excursions sans voiture
  - Favoriser l'intermodalité et l'écomobilité : location de voitures électriques, vélos depuis les gares, pass mobilité, covoiturage...
  - Engager un dialogue avec la SNCF pour « customiser » les gares et les transformer en portes d'entrées sur la destination

### MOYENS

- Financement des transports : Département et autorités compétentes
- Budget promotion et communication de l'ADRT



### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLES

- Résidents et touristes (urbains en particulier)

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Définir le positionnement sans voiture : 2020
- Lancement de la promotion de la destination sans voiture : 2021

### PILOTES

- ADRT
- Département

### PARTENAIRES

- Partenaires des transports
- OT
- SMBDS-GLP
- BDS zéro carbone

### BÉNÉFICIAIRES

- Gestionnaires (publics et privés) et porteurs de projets
- Visiteurs et habitants

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Enquête sur les transports utilisés par les touristes

## B3. DÉFINIR UNE POLITIQUE D'ACCOMPAGNEMENT DE L'ÉVÈNEMENTIEL EN FAVORISANT L'IMAGE ET LES SÉJOURS DANS LA SOMME

### CONSTAT

- Un territoire riche en animations mais sans évènement de rayonnement national et international déclencheur de séjours
- Le Programme Vallée idéale comporte un axe (n°6) visant à « encourager des animations à caractère culturel, ludique et sportif prétexte à l'itinérance »

### OBJECTIFS

- Donner un coup de projecteur sur la Somme
- Déclencher des séjours

### TÂCHES À RÉALISER

- Favoriser la création d'un grand évènementiel le long de la Somme en lien avec le programme Vallée idéale mêlant culture, sport et loisirs Par exemple art monumental immergé en pleine nature, évènement sportif, course d'OFNI (objet flottant non identifié), utilisation de l'imaginaire vernien
- Mettre en œuvre l'axe 6 du programme Vallée idéale (encourager des animations à caractère culturel, ludique et sportif prétexte à l'itinérance) : journées thématiques (journées du patrimoine, fête de la nature, fête du nautisme), créer un agenda des événements sur le fleuve...
  - Accompagner les événements existants contribuant à l'attractivité et à l'image de la destination (Festival de l'oiseau, Festival de Saint-Riquier, événements liés à Samara, Souffle de la Terre, ANZAC Day, Transbaie...)
    - soutien marketing
    - aide financière du CD dans le cadre du dispositif pour les manifestations touristiques à pérenniser
  - Renforcer la promotion et la commercialisation des événements existants par une mise en commun d'un planning de programmation annuel

### MOYENS

- Dispositif pour les manifestations touristiques
- Programme Vallée idéale



### PÉRIMÈTRE

- Le département de la Somme dans son ensemble, la vallée de Somme en particulier

### CIBLES

- Résidents et touristes

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Réflexion / préparation d'un grand évènement : 2019-2021
- 1<sup>ère</sup> édition du grand évènement en 2022

### PILOTE

- Département

### PARTENAIRES

- EPCI
- Pôle métropolitain
- OT
- ADRT
- SPL Vallée Idéale Développement
- EPCC Somme patrimoine

### BÉNÉFICIAIRES

- Organismes d'évènements
- Gestionnaires de sites et prestataires
- Visiteurs et habitants

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Création effective d'un grand évènement le long de la Vallée de la Somme
- Fréquentation et retombées économiques des événements

## B4. MOBILISER ET FÉDÉRER LES ACTEURS TOURISTIQUES AUTOUR DES MARQUES ET FILIÈRES DE LA SOMME

### CONSTAT

- Des acteurs touristiques demandant à être davantage intégrés dans la stratégie touristique
- Des bonnes pratiques à l'image du groupe de travail Baie de Somme attractivité

### OBJECTIFS

- Mobiliser les acteurs touristiques autour d'une stratégie territoriale ambitieuse
- Faire converger les partenaires/réseau par les projets communs
- Développer la fierté d'appartenance des acteurs et ainsi les dynamiques vertueuses

### TÂCHES À RÉALISER

- Animer davantage le réseau des institutionnels (EPCI, PETR, pôle métropolitain, syndicats mixtes, PNR, Région) et têtes de réseau
- Développer les temps de rencontres, éductours / clubs destinations, clubs d'experts (rassemblant par exemple les directeurs des OT et chargés de mission tourisme des EPCI) et un groupe de travail des gestionnaires de sites (promotion, achats...)
- Développer les groupes de travail par destination / thématique :
  - Pérenniser Baie de Somme Attractivité
  - Créer le groupe de travail Vallée de Somme Attractivité
  - Poursuivre le réseau « Somme Battlefields » partners' en lien avec les acteurs et développer l'animation des partenaires du fonds de dotation pour la paix
- Récompenser les projets d'innovation touristique durable pendant les rendez-vous GoSomme

### MOYENS

- Temps de travail ADRT



#### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

#### CIBLES

- Acteurs touristiques publics et privés

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

#### PILOTE

- ADRT

#### PARTENAIRES

- Le Département
- OT
- EPCI
- Pôle métropolitain
- PETR
- SPL Vallée Idéale Développement
- SMBDS-GLP
- PNR

#### BÉNÉFICIAIRES

- Acteurs touristiques publics et privés

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre de partenariats développés
- Nombres d'acteurs mobilisés lors de journées et rendez-vous collaboratifs

## B5. PLACER LES HABITANTS AU CŒUR DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

### CONSTAT

➤ Une fierté d'appartenance des habitants très inégale pouvant diffuser une mauvaise image

### OBJECTIFS

- Mobiliser les résidents pour véhiculer et relayer une image positive de leur territoire
- Développer la fierté d'appartenance des acteurs et ainsi les dynamiques vertueuses

### TÂCHES À RÉALISER

- Créer un groupe de travail pour bien mobiliser les habitants dont les jeunes :
  - autour de la notion de tourisme durable et d'Amiens capitale européenne de la jeunesse 2020...
  - en s'appuyant sur la dynamique départementale en faveur de l'innovation dans la mobilisation des usagers
- Réfléchir notamment à la mobilisation des habitants comme ambassadeurs de la Somme : démarche d'ambassadeurs, pass habitants avec la gratuité pour l'habitant à condition de venir avec un visiteur extérieur à la destination

### MOYENS

- Temps de travail



### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLES

- Habitants, résidents secondaires et excursionnistes

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

### PILOTES

- Département et élus

### PARTENAIRES

- OTs
- Amiens for Youth
- ADRT

### BÉNÉFICIAIRES

- Habitants et résidents secondaires

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre d'habitants et scolaires mobilisés

## AXE 3

# MONTER EN COMPÉTENCE ET GAGNER EN COMPÉTITIVITÉ

Le renouvellement de  
l'ingénierie touristique

### OBJECTIFS



**SOUTENIR ET  
SUIVRE LE  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE**



**MIEUX  
ACCOMPAGNER  
LES ACTEURS  
TOURISTIQUES**



### ACTIONS

- **C1.** Créer un véritable observatoire de l'activité touristique à l'échelle départementale
- **C2.** Redéfinir le fonds d'intervention touristique départemental
  
- **C3.** Renforcer l'ingénierie touristique et la professionnalisation des acteurs
- **C4.** Poursuivre un accompagnement de qualité en s'appuyant sur les partenaires

## C1. CRÉER UN VÉRITABLE OBSERVATOIRE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE À L'ÉCHELLE DÉPARTEMENTALE

### CONSTAT

- L'observation touristique revêt une importance stratégique au regard de l'évolution rapide des marchés et clientèles
- Or, l'observatoire touristique départemental est incomplet et n'est pas harmonisé avec le niveau régional

### OBJECTIFS

- Sensibiliser les élus et habitants au poids économique du tourisme
- Mieux accompagner les acteurs publics et privés
- Mieux évaluer les politiques publiques

### TÂCHES À RÉALISER

- Réaliser un état des lieux des méthodes d'observation en place et en cours de mise en place aux échelles régionales et locales
- Mettre en place un référentiel commun en lien avec les niveaux supra et infra (fréquentation des sites de visites, activités et itinérances, nuitées marchandes et non marchandes, consommation touristique, retombées économiques, emplois...)
- Réfléchir à un enrichissement de l'observation avec des outils de type Flux Vision Tourisme ou Waze (permettant également de gérer la surfréquentation touristique sur les routes)
- Assurer la formation des agents d'accueil des sites et équipements pour la bonne gestion des statistiques de fréquentation
- Renforcer la veille innovation et mutations touristiques pour enrichir l'ingénierie auprès des acteurs et porteurs de projets (possibilité de mutualiser avec la mission prospection actuellement directement portée par le CD)

### MOYENS

- Temps de travail ADRT/ EPCI
- Accompagnement et financement de l'outil d'observation (CD et partenaires) : variable (0 à 50 K€)

#### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

#### CIBLES

- Professionnels du tourisme et territoires

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- 2020 : Définition du référentiel / nouvel observatoire
- 2021 : Lancement du nouvel observatoire avec les données 2020

#### PILOTE

- ADRT

#### PARTENAIRES

- CD
- CRT
- EPCI
- SMBDS-GLP
- SMBDS-3V
- Pôle métropolitain
- PETR

#### BÉNÉFICIAIRES

- Porteurs de projets
- Prestataires
- Institutionnels

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Mise en place du référentiel, élaboration d'un bilan annuel
- Nombre de répondants aux enquêtes
- Nombre d'études thématiques publiées par l'observatoire

## C2. REDÉFINIR LE FONDS D'INTERVENTION TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL

### CONSTAT

➤ Il existe actuellement un appel à projets tourisme 2018-2019 disposant d'un budget de 600 K€, max. 100 K€ par site

### OBJECTIFS

➤ Accompagner le développement touristique du territoire

### TÂCHES À RÉALISER

➤ Repenser les aides touristiques (appel à projet) de façon plus ambitieuse et plus ciblée (sites phares, ludification du patrimoine, campings, camping-cars, événements à caractère touristique...) en lien avec les différentes aides départementales connexes au tourisme

➤ Constituer un groupe de travail visant à définir le cahier des charges d'appel à projets :

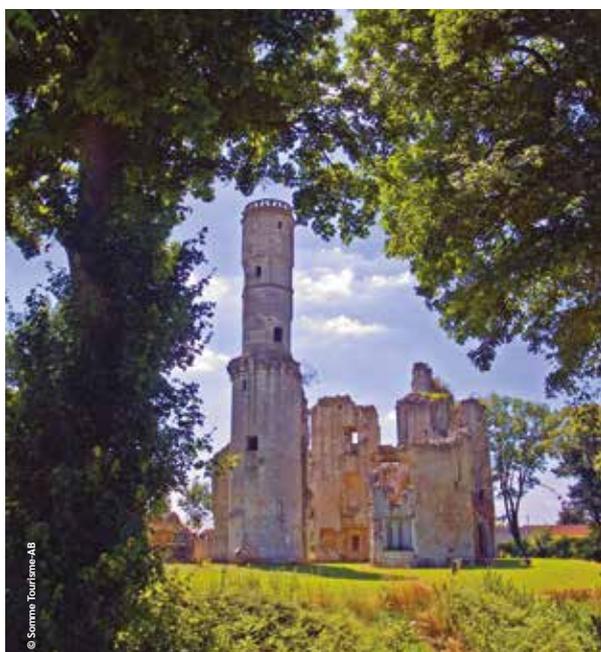
- les thématiques concernées (périmètre et attention particulière à l'innovation et au numérique)
- Les critères d'attribution dont la qualification, le caractère innovant et le développement durable
- Les montants et conditions de l'aide

➤ Déployer et suivre le nouveau fonds d'intervention touristique

### MOYENS

➤ Fonds d'intervention touristique : 600 K€ tous les 2 ans

➤ Fonds dédiés à la Vallée idéale (75 K€ /an en 2019 et 2020) à pérenniser/développer



© Somme Tourisme-AB

### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLES

- Acteurs du tourisme, publics et associatifs

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Constitution d'un groupe de travail début 2020
- Lancement du nouveau fonds d'intervention touristique départemental en 2020

### PILOTES

- Département

### PARTENAIRES

- Région
- Etat
- Europe
- ADRT
- Initiative Somme

### BÉNÉFICIAIRES

- Acteurs touristiques publics et privés

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre de projets identifiés, accompagnés et réalisés

## C3. RENFORCER L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE ET LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS

### CONSTAT

- L'ADRT Somme Tourisme accompagne à la professionnalisation via un catalogue de formations en marketing et numérique
- Elle anime également les filières vélo et tourisme, tourisme de mémoire ainsi que les réseaux Gîtes de France, Clévacances et Villes et villages fleuris

### OBJECTIFS

- Renforcer le rôle de coordination / porte d'entrée de l'ADRT
- Accompagner les acteurs dans leur professionnalisation

### TÂCHES À RÉALISER

- Poursuivre la politique de formations de l'ADRT en matière de web, marketing et social média en l'enrichissant en lien avec les partenaires : accueil, langues étrangères, accueil numérique du territoire...
- Renforcer les expertises et soutiens auprès des acteurs et porteurs de projets publics et privés : cahier des charges, suivi des études, étude de positionnement et faisabilité, benchmark, recherche d'aides à l'investissement...
- Formaliser un guide ou boîte à outils sur la taxe de séjour à destination des territoires : définition, avantages et inconvénients des différents régimes, modes de délibération, identification des hébergeurs et optimisation, communication auprès des hébergeurs, contrôle...

### MOYENS

- + 1 ETP à l'ADRT ou au Conseil départemental : 45-50 K€
- Temps de travail CD



#### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

#### CIBLES

- Professionnels du tourisme, communes et EPCI

#### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- Recrutement d'un ETP si possible en 2020 (sinon en 2021)
- En continu

#### PILOTES

- ADRT et CD

#### PARTENAIRES

- Partenaires de la formation

#### BÉNÉFICIAIRES

- Professionnels et acteurs touristiques du territoire (publics / privés)

#### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre de porteurs de projets accompagnés
- Meilleure formation des professionnels
- Montée en gamme des services et prestations

## C4. POURSUIVRE UN ACCOMPAGNEMENT DE QUALITÉ EN S'APPUYANT SUR LES PARTENAIRES

### CONSTAT

- Le Département et l'ADRT sont engagés dans des démarches « qualité » aux côtés d'autres acteurs tels que la région
- Il existe un manque de synergies entre les acteurs

### OBJECTIFS

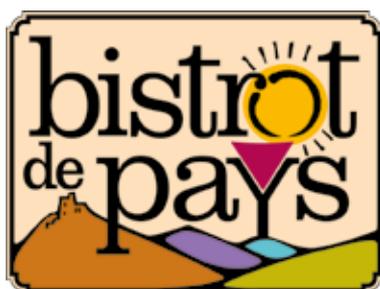
- Renforcer le rôle de coordination à l'échelle du département
- Développer les synergies avec les échelons supra et infra
- Soutenir la qualification des acteurs touristiques

### TÂCHES À RÉALISER

- Poursuivre le développement de labels en cohérence avec le positionnement : Tourisme et handicap, Accueil vélo, Bistrot de Pays, Gîtes de France...
- Participer à la dynamique régionale inter-CDT en faveur de la marque Qualité tourisme
- Favoriser en particulier l'écotourisme auprès des professionnels (labels écotouristiques, critère d'appel à projets)

### MOYENS

- Pérennisation des moyens actuels



### PÉRIMÈTRE

- Ensemble du territoire

### CIBLES

- Professionnels du tourisme
- Communes et EPCI

### CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

- En continu

### PILOTES

- CD et ADRT

### PARTENAIRE

- Région

### BÉNÉFICIAIRES

- Prestataires et porteurs de projets publics et privés

### INDICATEURS DE SUIVI ET DE RÉSULTAT

- Nombre d'équipements et services labellisés
- Mutualisation et optimisation effective des outils

## ■ LES GRANDES ÉTAPES DE RÉALISATION



Randonnée équestre en Baie de Somme © Tibo

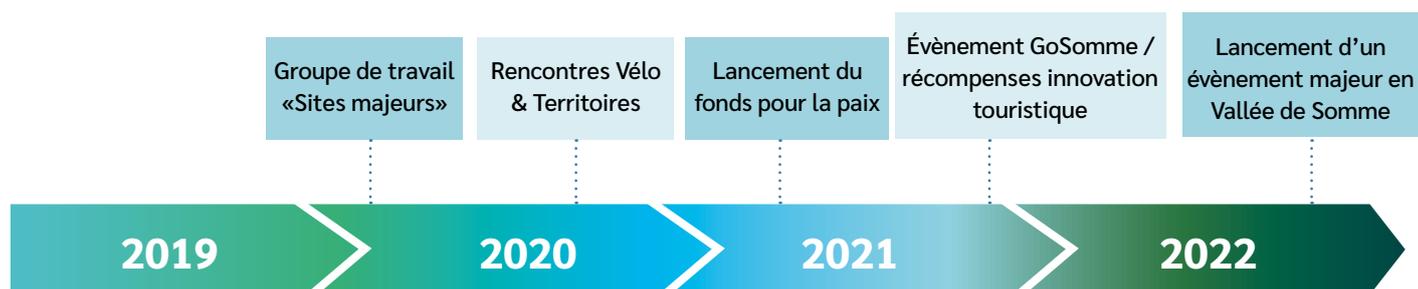


Fôret de Crécy © Nicolas Bryant

## LES GRANDES ÉTAPES DE RÉALISATION

Mise en œuvre du programme Vallée idéale (sur 10 ans)

Structuration et développement de l'offre/des filières et mise en réseau des acteurs



Nouveau fonds d'intervention touristique 2020-2021

Fonds d'intervention touristique 2022-2023

Dispositifs d'aide aux campings et aires d'accueil de camping-cars

Référentiel puis lancement du nouvel observatoire



© G. de la Roche

**CONSEIL DÉPARTEMENTAL DE LA SOMME**

53, Rue de la République

BP 32 615

80026 Amiens Cedex

Tél. 03 22 71 81 74

[www.somme.fr](http://www.somme.fr)

**ADRT SOMME TOURISME**

54, Rue Saint-Fuscien

80000 Amiens

Tél. 03 22 71 22 71

[www.somme-tourisme.com](http://www.somme-tourisme.com)

[www.somme-tourisme.org](http://www.somme-tourisme.org)

