Publié le 22 octobre 2015

Epl Lab’ Tourisme, l’échange d’expériences multilatéral

L’Epl Lab, nouveauté 2015 du Congrès des Epl, a pour objectif de permettre aux dirigeants d’Epl d’échanger en petit comité, de s’interroger mutuellement autour d’une thématique. Cette première édition était consacrée au secteur du tourisme, culture et loisirs, le but étant de s’enrichir les uns les autres sur le potentiel de développement que ce secteur offre aux Epl.

La thématique est déclinée sous trois angles : – comment sont organisées les Epl de tourisme, culture et loisirs en Suède ? Quelle sont les développements et tendances actuels dans ce secteur ? (cercle d'échanges n°1)

– quelles sont les voies de diversification pour les Epl de tourisme parmi les nombreux métiers de ce secteur ainsi que les synergies en matière de gestion d'équipements touristiques et de loisirs ? (cercle d'échanges n° 2)

– quelles activités de niche investir dans le domaine des loisirs et de la culture ? (cercle d'échanges n°3)

"*Même avec des infrastructures onéreuses, la rentabilité est essentielle*"

Liisa Hundertmark Eriksson est responsable du secteur tourisme et loisirs de la Fédération des Epl suédoises (KFS) et directrice générale de la société **Fyrishov**. L'exemple de Fyrishov illustre le fonctionnement des Epl suédoises du secteur, une soixantaine à ce jour. C'est une infrastructure de loisirs, de sports, notamment aquatiques, et d'événements située à Uppsala, à 70 kilomètres au nord de Stockholm, qui détient 100 % des capitaux. La ville commande des activités à Fyrishov pour environ 20 % de son chiffre d'affaires. Le reste provient des recettes des entrées des particuliers. L'entreprise est rentable et finance elle-même ses investissements (autofinancement et emprunts). "Même avec des infrastructures onéreuses, la rentabilité est un élément essentiel, sinon l'Epl ne peut pas subsister", déclare la responsable.

Les discussions ont porté en grande partie sur la logique d'entreprise qui oblige notamment à une grande flexibilité. Cela passe par des horaires très étendus dans la journée et la semaine,

"*La diversification nécessite un plan stratégique*"

À ce jour, la moitié des Epl sont engagées dans une stratégie multi-métiers et 26 % des Epl manifestent le souhait d'engager à court ou moyen terme des **stratégies de diversification**. Dans ce contexte, **Philippe Mathieu**, directeur général de **Brest'Aim,** a présenté la stratégie de diversification de la Sem depuis sa création en 1974. L'Epl compte à ce jour 250 salariés. Plus de 100 métiers ont été recensés au sein de la structure.

Une **charte des valeurs** a été mise en place :

– l'intérêt général comme finalité,- la satisfaction des clients et publics comme objectif- le développement durable- la rigueur, l'efficacité et la transparence – l'esprit d'entreprise et la recherche du résultat optimal

Un **plan stratégique** 2015-2020 a été adopté par le conseil d'administration de Brest'Aim.

Les prérequis nécessaires :

– le portage politique est indispensable,- la cohérence entre les différents équipements et la nécessité de les faire coexister ensembles.- la diversification doit être étudiée au cas par cas

"*Passer à un tourisme de conquête*"

François Varoquier, PDG de la **Spl des Couleurs,** à Sainte-Ménéhould (51) a présenté sa structure créée en 2013. Le territoire compte 12 000 habitants pour 60 communes, soit 15 habitants/km2. "*Auparavant, il vivait d'un touriste de cueillette et passe aujourd'hui à un tourisme de conquête*", déclare-t-il.

La Spl gère plusieurs équipement dont :

– le **centre d'interprétation sur la bataille de Valmy** qui a ouvert en 2014 et a accueilli à ce jour 7 000 visiteurs, l'objectif étant à terme d'atteindre 15 000 visiteurs pour équilibrer l'activité,

– le **centre aquatique Aquarelle**, construit en 2014. La solution de facilité aurait été de déléguer la gestion à un opérateur privé. Mais le choix a été fait d'avoir une véritable démarche de développement touristique.Puis, est venu se greffer un **parc accrobranche**. Ouvert cette année, il a fait 32 000 euros de chiffre d'affaires en juillet et en août uniquement, ce qui est très prometteur.

Pour François Varoquier, la Spl est l'outil du développement d'un nouveau concept touristique qui cherche à vendre un produit global, bien identifié et pour laquelle une marque spécifique a été créée : **l'allée des Couleurs**. Le projet du maire de Sainte-Menehould est d'améliorer l'attractivité du territoire.

L'objectif de créer une seule structure Spl était de parvenir à davantage de mutualisation entre les différents équipements. Par exemple, la Spl donne la possibilité de mutualiser le personnel en fonction des besoins : les moniteurs de sport ont travaillé cet été au parc accrobranche.

En termes de **communication**, chaque structure a son propre site internet. Néanmoins, la politique de communication est centralisée. Le budget communication a représenté 70 000 € en 2014.

L'objectif pour le territoire est d'attirer la clientèle touristique et de la garder 2 à 3 nuits. Pour ce faire, la Spl a recruté cette année une commerciale qui aura pour rôle de commercialiser les produits auprès des groupes : comité d'entreprise, centre aéré, autocaristes, centres de vacances, etc.

La structuration actuelle de la Spl n'est pas figée et sera amenée à évoluer. Une réflexion est en cours pour **intégrer à terme l'office de tourisme** et de proposer de nouveaux produits tels que des visites des sites de la Première Guerre mondiale.