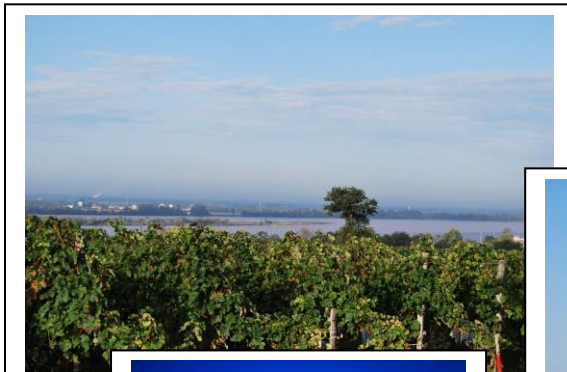


GRAND CUBZAGUAIS

Entre eau, pierre et vignes

Le territoire du Grand Cubzaguais a de quoi satisfaire tous les appétits de nature, de culture, de loisirs, de découverte du patrimoine, du vignoble et de gastronomie locale. Fort de ces richesses, il n'en est cependant qu'aux prémices de son évolution touristique. Pour poursuivre cet élan, il est important de combiner tous ces éléments afin de proposer des produits touristiques clairs et pertinents à une clientèle toujours plus exigeante. Afin de définir une stratégie marketing et touristique cohérente sur le territoire, un bilan pertinent s'impose. C'est pourquoi, dans un premier temps, cette étude présente un état des lieux complet du territoire. Suite à celui-ci, des orientations stratégiques seront décidées en commission.



ETAT DES LIEUX

I. Le cadre territorial

Le territoire du Grand Cubzaguais est situé au nord de l'agglomération bordelaise, à l'entrée de la Haute Gironde. Il est situé à un carrefour routier important puisqu'il est traversé par deux axes majeurs: la RD 669 au sud reliant Blaye à St André de Cubzac, et la RN 137 au nord, reliant Saintes à St André de Cubzac, et à 25 km de Bordeaux par l'A10. Une gare à St André de Cubzac assure des liaisons journalières jusqu'à Bordeaux en l'espace de 20mn.

Nous pouvons également citer la présence d'une liaison maritime représentée par un bac. Ce dernier traverse l'Estuaire de la Gironde en une demi-heure et relie Blaye à Lamarque (Médoc). Le pays de la Haute Gironde dispose d'un réseau de transports principalement orienté Nord/Sud. Cette particularité structurelle de l'organisation des transports sur le territoire démontre son principal rôle de passage vers l'agglomération bordelaise et le sud du département voire, de la Nouvelle Aquitaine.

Le paysage du territoire est constitué de collines bien marquées, largement cultivées en vigne, quasi-omniprésentes. L'agriculture est un secteur économique traditionnel (notamment grâce au secteur vini-viticole) très actif avec les appellations Côtes de Bourg et Bordeaux-Bordeaux supérieur.

L'estuaire tout comme la Dordogne, avec ses îles et ses coteaux calcaires, gardent des traces anciennes de l'habitat humain. La pierre du Bourgeais (identifiables grâce aux anciennes carrières de pierre) fait également partie intégrante du paysage.



La **Communauté de Communes du Grand Cubzaguais** a pour vocation le développement local de ses 16 communes que sont : St André de Cubzac, Peujard, Gauriaguet, Val de Virvée, Cubzac les ponts, St Gervais, Virsac, St Laurent d'Arce, Bourg, St Trojan, Teuillac, Tauriac, Mombrier, Lansac, Prignac Marcamps, et Pugnac. Quant à sa compétence tourisme, la C.D.C a pour objectif de faire découvrir son territoire à de nombreux touristes à travers plusieurs projets, et selon des thématiques propres à son territoire.

Suite à l'extension du périmètre de la Communauté de Communes du Cubzaguais et à l'intégration de l'Office de Tourisme de Bourg, il s'est avéré nécessaire de mener une réflexion sur la gestion de cette compétence tourisme.

Les élus se sont trouvés face à la principale problématique de l'existence de deux Offices de Tourisme, celui géré par l'association pré-existante sur le Cubzaguais historique, et celui, géré en SPIC, issu de l'ex Communauté de Communes de Bourg. L'objectif étant de ne disposer que d'une seule structure de gestion de la compétence tourisme.

Par délibération en date du 26-10-2016, le Conseil Communautaire, suite à la fixation de lignes politiques directrices par la Conférence des Maires de mai et juin 2016, confirmée par la commission tourisme en date du 21 septembre 2016, et conscient de l'enjeu prioritaire du Tourisme pour l'ex Communauté de Communes de Bourg, a décidé de reprendre le modèle de structuration touristique de cette dernière, à savoir, le SPIC, et de reprendre l'ensemble de son personnel.

Le siège de l'Office de tourisme est implanté au cœur du village ancien de Bourg, reconnu comme pôle touristique central du Grand Cubzaguais, dans un bâtiment appartenant à la municipalité de Bourg. Son aménagement intérieur a été revu au printemps 2009, il répond aujourd'hui aux normes d'accueil essentielles pour les visiteurs et la clientèle handicapée moteur, visuel, auditive & mentale. Il dispose d'un budget annuel équivalent à 327000€. Quatre agents à temps plein composent l'équipe de l'office qui est ouvert toute l'année, avec des horaires adaptés à la fréquentation touristique.

Par ailleurs, il a été décidé par l'association de procéder à sa dissolution, ce qui implique l'intégration de ses salariés au sein du SPIC.

Le SPIC dispose d'une autorisation de commercialiser, qui fut acquise en 2010 ainsi que la Marque Qualité Tourisme.

Depuis peu, les quatre CDC de la Haute Gironde ont décidé de répondre à l'appel à projet de la Région. Après concertation, les grandes orientations qu'elles ont retenues pour leur réponse à l'appel à projet sont :

- **Axe 1 : Une organisation des filières pour un développement économique renforcé : l'itinérance comme vecteur de découverte "interfilières" du territoire.**

Les objectifs de cet axe étant de développer la Route du Vin de Bordeaux en Blaye-Bourg, la mise en tourisme des sites de patrimoine historique, de soutenir le développement du tourisme fluvial, et les loisirs de pleine nature.

- **Axe 2 : Une structuration du territoire à accélérer**

Cet axe a pour objectif de coordonner les moyens pour un tryptique de service accueil- information-promotion plus conforme aux pratiques des clients, et de faire converger les outils numériques pour une promotion et une commercialisation plus efficace

En ce qui concerne la gestion et la coordination du projet, les quatre Communautés de Communes se sont entendues pour mettre en place un mode de gouvernance partagé et équitable. Un comité de pilotage a donc été installé afin d'assurer la cohérence de l'action collective avec celle restant menée au sein de chaque communauté de communes. Le rôle de ce comité de pilotage est de donner acte des résultats de l'année et d'assurer le suivi des plans d'actions. Monsieur Pierre JOLY, maire de Bourg et Vice-Président en charge du tourisme de la Communauté de Communes du Grand Cubzaguais, a été choisi pour être l' élu référent et porte parole de cet AAP et Maire de Bourg. Le directeur de l'office de tourisme de Blaye, a quant à lui été désigné comme le référent technique du projet.

II. L'organisation touristique

A. La valorisation touristique du patrimoine paysager et environnemental

Le territoire dispose d'un patrimoine riche et diversifié. Les atouts naturels s'harmonisent avec le patrimoine bâti et forment un ensemble attrayant pour les touristes.

- **La Dordogne**

Ce cours d'eau qui prend naissance au Puy de Sancy dans la chaîne des Monts Dores borde cinq des seize communes du territoire, leur conférant ainsi un paysage attractif. Site Natura 2000, la Dordogne est reconnue Réserve mondiale de biosphère par l'UNESCO tant pour la qualité de son eau que pour la faune et la flore qu'elle abrite. En longeant ses rives, de nombreux petits ports laissent à penser que l'activité fluviale a toujours été liée au développement économique de la région avec notamment le transport de la pierre et du vin sur les gabarres jusqu'à Bordeaux. Les ports de Plagne, Cubzac et Bourg faisaient partis des ports de pêche d'esturgeon les plus importants de la Gironde.

La Dordogne conflue avec la Garonne pour former l'Estuaire de la Gironde, qui s'il est administrativement sur les limites territoriales du territoire voisin, n'en reste pas moins un atout touristique indéniable.

- **Le site du Moron**

Situé sur la commune de Prignac-Marcamps, c'est une remarquable zone naturelle de protection de la faune et de la flore de 22ha pour pêcheurs, sportifs et randonneurs.

- **Le vignoble**

- **Les Côtes de Bourg**

Le vignoble représente un thème assez important de la stratégie de développement touristique. Situé à proximité de la ville de Bordeaux, internationalement reconnue comme capitale du vin, le territoire possède un vignoble productif et très apprécié des spécialistes. La vocation

viticole de la région est ancienne et remonte au II^{ème} siècle, quand les Romains y enracinèrent les premiers plans. Les conditions géographiques et climatiques ainsi que le travail des viticulteurs ont permis le développement rapide et l'amélioration successive de la production. Sur un territoire de 4000 hectares, 550 viticulteurs et 2 caves coopératives produisent une des deux appellations du terroir : les Côtes de Bourg. La beauté des collines sur lesquelles s'étendent ces vignobles est complétée par les centaines de châteaux et propriétés viticoles. Les animations menées par l'appellation sont nombreuses comme les Portes Ouvertes des châteaux chaque 2^{ème} week end de mai ou encore la Nuit des Terroirs organisée par les Jeunes agriculteurs, la nouvelle génération de vigneron, qui organisent un marché gourmand attirant entre 3000 et 4000 visiteurs chaque année. Depuis 2 ans, la Maison des vins des Côtes de Bourg s'est doté d'un outil d'accueil majestueux. Surplombant la Dordogne, cet espace propose à la dégustation 170 vins de propriétés de l'appellation. L'espace d'accueil de 185m² permet l'organisation d'événements de grande ampleur telle que la Fête du vin, un produit exclusif organisé par l'Office de tourisme pour lequel la Maison des vins s'est portée partenaire. Ainsi, ce sont plus de 2400 croisiéristes de la Compagnie fluviale américaine Amawaterways qui sont accueillis chaque saison.

- **Les Bordeaux et Bordeaux Supérieur**

Il représente 55% du vignoble Bordelais. Des vignes anciennes souvent, un élevage étendu à neuf mois minimum, un séjour en fûts pour beaucoup... Mériter l'appellation Bordeaux Supérieur, c'est s'astreindre à des conditions d'élaboration particulièrement strictes afin de donner une expression optimale du terroir.

Une grande partie de ces viticulteurs qu'ils produisent du Côtes de Bourg ou se situent sur l'appellation des Bordeaux et Bordeaux supérieur accueillent le public et leur proposent des dégustations notamment dans le cadre de leur labellisation Vignobles et Découverte. Beaucoup de circuits de randonnée, d'itinéraires de découverte, etc. valorisent ces châteaux, ces paysages de collines ou ce rapprochement entre les vignobles et les eaux de l'Estuaire et de la Dordogne (exemple de balade fluviale avec dégustation à bord).

- **Des partenariats forts et « ancestraux »**

La Maison des Vins des Côtes de BOURG et l'ex. Communauté de Communes de Bourg avaient signés avec SICOM une convention de Micro-Signalisation Viticole pour les années 2006 à 2016. Cette Convention a pris fin le 18 juin 2017. Conformément à l'article L5211-18 du Code Général des Collectivités Territoriales, la Communauté de Communes du Grand Cubzaguais s'est substituée de plein droit dans l'exécution de tout contrat passé par la Communauté de Communes de Bourg en Gironde, antérieurement à sa dissolution. Ces contrats sont exécutés dans les conditions antérieures jusqu'à leur échéance sauf accord contraire des parties. C'est pourquoi, un avenant N°1 a prolongé la durée du marché d'une année, portant son terme au 18 juin 2018. Cet avenant a consisté à prolonger la convention concernant la Micro-Signalisation Viticole sur le territoire de la Communauté de Communes du Grand Cubzaguais.

Jusqu'à ce jour, l'appellation des Bordeaux/ Bordeaux Supérieur était représentée sur le Cubzaguais via une convention avec l'Office de tourisme associatif. Cette convention, outre le principe de représentativité, assure aux viticulteurs locaux des animations assurées par l'Office de tourisme associatif comme les Portes ouvertes annuelles.

Il conviendra de prendre des décisions relatives au maintien de ces partenariats.



B. La valorisation touristique du patrimoine bâti

- **La Grotte de Pair-non-Pair à Prignac-et-Marcamps**

La Grotte de Pair-non-Pair est un fleuron de la préhistoire girondine. Antérieure à celle de Lascaux (site touristique aquitain reconnu dans le monde) elle abrite les plus anciennes traces préhistoriques d'Europe : gravures rupestres (représentant des chevaux, bouquetins, cervidés, mammouths et bovidés), outils en os et en silex, et nombreux ossements d'animaux datant de l'aurignacien (entre 33 000 et 26 000 ans avant Jésus-Christ). Elle a été découverte en 1881 par François Daleau, archéologue local, et fouillée pendant une trentaine d'années. Témoignage émouvant de l'éveil artistique de l'humanité, elle est l'une des grottes ornées les plus remarquables du début du paléolithique supérieur.

- **Le Château de la Citadelle de Bourg et Le musée de la citadelle**

Sur le site du château de la Citadelle et de son parc arboré, au coeur du village ancien de Bourg, le musée des Calèches, musée de France, présente une collection unique en Nouvelle Aquitaine de voitures hippomobiles. Le musée abrite également un souterrain du XVI^{ème} siècle, une ancienne salle des gardes et propose la découverte de cuves à pétrole. Découverte insolite que ce patrimoine construit pendant la seconde guerre mondiale, ces cuves troglodytiques en béton armé sont étonnantes de par leur dimension et leur histoire.

- **Les Moulins.**

Le moulin du Grand Puy de Lansac : Situé sur une colline de 69 m d'altitude d'où l'on peut profiter d'une vue d'ensemble du territoire, il a été récemment restauré. On doit cette splendide réalisation à l'association des Amis du Moulin du Grand Puy et à la mairie de Lansac. Situé sur un des itinéraires de découverte audioguidés, il est désormais opérationnel et la farine y est à nouveau fabriquée et vendue sur place.

Le moulin de Montalon : Situé à St André de Cubzac, à un point culminant à 73m, ce moulin reste le souvenir des meuniers qui furent longtemps les « seigneurs » de ces lieux. Un magnifique panorama s'étend du tertre de Fronsac aux Premières Côtes de Blaye en passant par Bordeaux. Au pied du Moulin, une stèle indique le passage du 45^{ème} parallèle degré latitude Nord, soit à égale distance entre le Pôle Nord et l'Equateur.

- **Les églises**

Elles s'inspirent des façades romanes de Saintonge dans la variété et l'abondance des formules architecturales et ornementales. Nombreuses sont celles qui ont conservé leurs caractères romans et offrent aujourd'hui un regard extraordinaire sur ce qu'était la civilisation médiévale.

- **L'architecture pittoresque... du village de Bourg,**

Ce village offre un superbe panorama sur la Dordogne et dispose d'un patrimoine bâti insolite : lavoir, halle, remparts, citadelle, etc. Autrefois idéalement situé sur la Gironde, Bourg joua un rôle important dans l'histoire régionale. Pays natal de François Daleau, Léo Lagrange ou encore Emile Couzinet, il est installé sur un piton rocheux et a conservé son caractère pittoresque de village ancien.

- **Le pont Eiffel,**

Ce pont situé à Cubzac les ponts fut un pont routier construit par Gustave Eiffel entre 1879 et 1883 sur les bases d'un premier pont suspendu emporté par une tempête. Détruit durant la seconde guerre mondiale, il fut rebâti par son petit-fils. Sa rampe d'accès est supportée par des arcades de pierre lui conférant, vu de dessous, des allures de cathédrale.

- **Le château Robillard,**

Petit manoir du XVIème siècle, entouré d'un parc aux essences d'arbres variées, qui se compose d'un logis rectangulaire, percé de fenêtre à meneaux, et accueille une tour octogonale au milieu de sa façade portant un cadran solaire daté de 1640. Adossé au château se trouve un théâtre de verdure où se déroule diverses manifestations au cours de l'année.

- **Sur les traces du Commandant Cousteau,**

Originaire de St André de Cubzac, cet homme, qui a traversé les océans, a choisi d'être inhumé dans sa ville natale près de la pharmacie familiale.



C. La valorisation touristique du patrimoine culturel

La présence en nombre d'associations locales et leur programmation diversifiée confèrent au territoire un positionnement culturel important. Des acteurs jouent un rôle essentiel dans cette programmation tel que le Champs de foire. On note l'existence de manifestations phares et génératrices de flux touristique ou du moins de visiteurs extérieurs au territoire telles que Les Médiévales, le festival Vie sauvage ou encore Celti'Teuillac.

L'association de l'OT du Cubzaguais historique gère l'ensemble de la billetterie de CLAP, ainsi que celle de certaines manifestations organisées par les associations locales.

Les statuts du SPIC permettent de prendre en charge cette billetterie. Néanmoins, si l'association n'est pas maintenue, les élus communautaires devront s'interroger sur le maintien ou non d'un « service » billetterie par le SPIC, à destination de toutes les associations locales. Le rôle de la CDC et de l'Office de Tourisme n'est en effet pas d'assurer l'animation locale du territoire, même si elle peut en être le soutien via certaines de ses compétences.

Les élus communautaires devront définir à quel niveau ils souhaitent assurer cette billetterie. Il est difficilement envisageable de demander à l'OT d'assurer la billetterie pour l'ensemble des animations organisées sur le Grand Cubzaguais, des critères pourront être fixés pour sa prise en charge. La billetterie de CLAP est typiquement le genre de service que l'OT pourrait continuer à assurer compte tenu du fort impact des spectacles culturels organisés par cette association, en termes d'animation locale et d'attractivité.

D. L'offre en animations

- **Les itinéraires audioguidés**

Disponibles en versions française et anglaise, les 25 audio-guides de l'Office de Tourisme sont loués aux visiteurs sur demande. Ils accompagnent ainsi ces derniers à travers trois itinéraires de découverte : « Sur les pas de Louis XIV » consacré à la ville de Bourg, « Terre d'Estuaire » qui suit la corniche du fleuve et passe par Teuillac avant de rejoindre Bourg, et enfin « Terroir d'Histoire » qui permet notamment de visiter la grotte préhistorique de Pair-Non-Pair. Trois livrets sont distribués avec. Ils contiennent chacun une carte du parcours, un questionnaire-jeu sur les curiosités rencontrées.

Ce produit est surtout utilisé par une clientèle individuelle et familiale. La location tend à diminuer. Le téléchargement des commentaires via un smartphone pourrait enrayer ce problème en s'adressant à une clientèle plus jeune et plus utilisatrice de ce genre d'outil.

- **Les autres offres liées au patrimoine**

Les rallyes familles et enfants : Des produits permettant de répondre aux attentes des familles et des enfants, construits autour de carnets de route, QCM, et jeux à pratiquer en totale autonomie.

Le city golf : produit récemment créée, ce mini-golf en plein centre-ville permet d'allier sport et découverte du patrimoine à travers un parcours de 10 trous qui s'appuie sur l'entité urbaine et l'existant, des trous naturels, pavements et dénivelés.

Les visites guidées du village ancien de Bourg : Proposées hebdomadairement en saison et sur réservation pour les groupes le reste de l'année, ces visites guidées en français, anglais et espagnol du village ancien de Bourg sont proposées et assurées par l'équipe de l'Office de tourisme.

- **Le Produit Randonnée**

La promenade et la randonnée constituent la première activité nature des français et dans l'imaginaire collectif, les valeurs qui lui sont généralement associées sont le bien-être, l'évasion et la quiétude.

Le nombre des promeneurs est beaucoup plus élevé que celui des randonneurs sportifs ou itinérants, donc pour la grande partie des pratiquants, la randonnée constitue plutôt un loisir qu'une véritable activité sportive. Compte tenu de l'ampleur du marché de la randonnée, ce loisir recrute dans toutes les catégories de population et le profil type du randonneur n'existe pas.

Les promeneurs représentent plus de trois quarts des marcheurs et sont de plus en plus nombreux. Cependant, peu de services payants sont recherchés (boissons, petite restauration). La grande majorité des randonneurs pratiquent cette activité en totale autonomie, c'est-à-dire en dehors d'une prestation forfaitaire. La promenade vient en complément à un autre produit touristique proposé, tandis que la randonnée représente une motivation touristique en tant que telle. Face à ce constat, l'Office de tourisme a créé ses propres boucles de randonnées pédestres. Ainsi un kit composé de 8 fiches est proposée à la vente (coût 3€). Depuis 2010, date de création, plus de 600 kits ont été achetés. Cependant, l'extension du territoire, la refonte du PDIPR par le Conseil Départemental, l'entretien désormais assuré par les communes, et l'éventuelle mutualisation avec les territoires voisins nous amèneront à revoir ce produit.

- **La joëlette**

Cet appareil conçu pour les personnes à mobilité réduite est disponible à l'Office de tourisme. Il permet aux personnes en fauteuil roulant de pouvoir pratiquer les chemins de randonnée pédestre. Une convention avec une association locale devra être mise en place afin de proposer son accompagnement au cours de la randonnée.

- **Les balades Fluviales**

Des promenades sur la Dordogne et l'estuaire sont proposées chaque saison au départ du port de Bourg. D'autres sont programmées au départ de Bordeaux et de la Cité des vins. Ces balades sont à conforter et développer via un soutien aux daycruises locaux.

- **Le Petit Train**

Une offre estivale qui permet de découvrir le village de Bourg et ses alentours, avec une partie du circuit empruntant la route de la corniche, à bord d'un petit train, diffusant des commentaires historiques et paysagers en français et en anglais.

- **Les vélos à assistance électrique**

9 vélos à assistance électrique sont proposés à la location depuis l'Office de tourisme et permettent aux visiteurs de découvrir le territoire vallonné qui les entoure.

- **Les week-end 2 jours/1 nuit : « Escapade en Côtes de Bourg » et Glam and wine**

Ces forfaits 2jours/1nuit proposent une nuit en chambre d'hôtes, assortie d'activités diverses (grotte préhistorique, itinéraire de découverte au choix, spectacle à l'Ange bleu, une boisson offerte, une dégustation de vin, un cadeau de bienvenue...)

Cependant, ces forfaits, qui restent des produits d'appel non négligeables, devront être re-travailler pour être proposé à l'échelle du Grand Cubzaguais et solliciter de nouveaux partenariats.



E. L'offre en hébergement et en restauration

- **L'offre quantitative**

Au-delà du simple fait de se reposer, l'hébergement est aussi un lieu de sociabilité et une source d'information précieuse sur la région visitée. Quelles que soient les structures d'accueil considérées (hôtels, gîtes ou chambres d'hôtes), elles doivent proposer des prestations répondant aux besoins spécifiques des clients en séjour :

- Un accueil et une disponibilité spécifiques ;
- Une capacité d'information sur le territoire ;
- Une documentation sur la région et son patrimoine ;

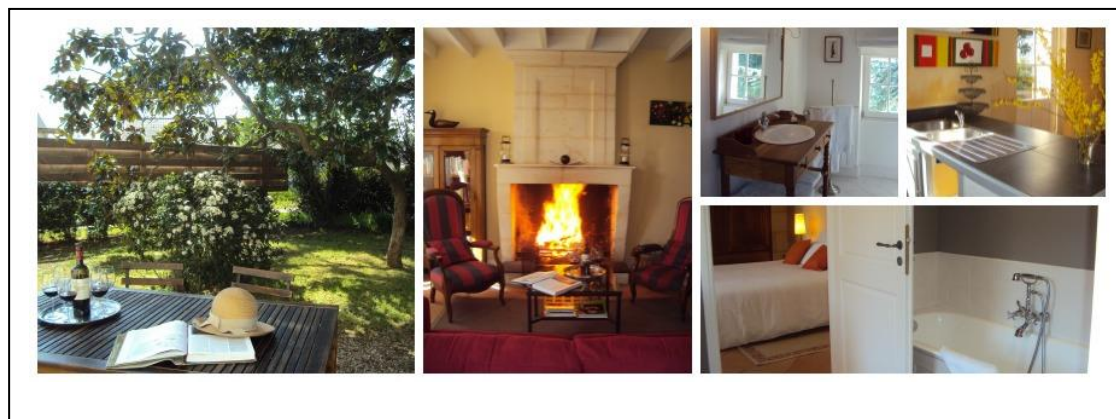
Un **guide du partenariat** qui reprend l'aide apportée aux prestataires par l'OT a également été créée et sera distribué aux acteurs économiques locaux.

En ce qui concerne les restaurants, ils sont implantés un peu partout sur le territoire.

- **L'offre qualitative**

D'un point de vue quantitatif, l'offre du territoire est faible. En revanche, il se distingue du point de vue qualitatif. En termes de perspectives de développement du secteur de l'hébergement, il n'y a pas pour l'instant de nouveaux projets d'implantation hôtelière privée sur le territoire. Par contre, un projet de camping d'envergure intercommunale à Teuillac avait déjà été envisagé.

Pour ce qui est de la restauration (40 prestataires répertoriés), la fréquentation des restaurants au cours des séjours est loin d'être systématique. C'est aux prestataires de s'adapter pour attirer la clientèle touristique. Quant aux attentes, la clientèle veut avant tout connaître les spécificités gastronomiques locales.



F. L'information et la promotion

- **Editions Internes :**

- La carte touristique de Bourg en format A3
- Une carte touristique du Grand Cubzaguais en format A3
- Le Mag' (format A4), brochure de qualité recensant la totalité de l'offre en terme de patrimoine architectural, nature, gastronomique, activités, animations.
- Le flyer Estival recensant l'ensemble de l'offre estivale
- Le site web www.tourisme-cotes-de-bourg-fr met en avant tous les équipements touristiques du territoire.
- Notre présence sur les réseaux sociaux est devenue incontournable et active grâce à la veille assurée par un agent du service, animateur numérique et reporter de territoire. (facebook, twitter, instagram...)
- Les campagnes de communication annuelles réalisées depuis plusieurs années pour le territoire permettent de valoriser l'image d'une destination proche d'un bassin touristique intéressant (Bordeaux /Charente/Nantes/Poitiers etc...). via de l'affichage, ou des spots radios
- Idem grâce à des publi-reportages, encarts publicitaires au sein de divers hebdomadaires ou encore des accueils presse

Dans le cadre de l'Appel à projet régional dont il a été fait référence dans ce document, la fusion des principales éditions touristiques des OT est une action engagée et validée par l'ensemble des collectivités et qui verra donc le jour dès la saison 2018. Ce travail collaboratif portera sur l'édition d'un magazine (dont l'objectif sera de susciter l'envie), une carte touristique et un guide pratique. Ainsi, ces premiers outils mutualisés nous permettront un accueil plus cohérent, professionnel et harmonisé à l'échelle de la Haute Gironde tout en réduisant nos coûts.

- **Editions Externes :**

- Le magazine de découverte de l'estuaire de la Gironde « *L'univers de l'Estuaire* » édité chaque année par le S.M.I.D.D.E.S.T, avec le concours des Conseils Départementaux de la Gironde et de la Charente-Maritime, et qui est co-financée par l'Union Européenne dans le cadre du programme L.E.A.D.E.R +. Il peut être considéré comme un outil important de valorisation.
- Les éditions de l'ADT
- La base de données commune aux offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine, SIRTAQUI, qui représente aujourd'hui dans le domaine touristique la méthode la plus rapide de promouvoir les produits et d'attirer des touristes potentiels.

G. L'analyse de la clientèle

17 000 à 18 000 visiteurs par an sont accueillis à l'office de tourisme du Grand Cubzaguais, auxquels il convient d'ajouter ceux reçus par l'Office de tourisme associatif qui comptabilise 11 300 personnes. L'ensemble des visiteurs chaque année est difficilement quantifiable dans la mesure où tous les visiteurs ne passent pas par l'office durant leur séjour.

Les touristes viennent essentiellement de la Nouvelle Aquitaine, Bretagne et de l'Île-de-France, trois régions dites « bassins – émetteurs ». Cette ambivalence s'explique par le fait que le territoire se situe sur des axes routiers stratégiques, qui nous amène une clientèle excursionniste.

A l'échelle internationale, l'origine géographique qui prédomine est la France, suivie par les États-Unis (clientèle de croisiéristes), le Royaume-Uni, la Belgique, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Hormis les autochtones, la clientèle se compose plutôt de personnes actives et de jeunes retraités, souvent camping-caristes. Les premiers visitent Bourg toute l'année tandis que les autres préfèrent l'avant ou l'arrière-saison.

Mais la clientèle à fidéliser par excellence est sans doute celle très convoitée de l'agglomération bordelaise, grand bassin émetteur du département et même de la région.

H. L'identification de cette clientèle

- **La clientèle locale**

Ils restent d'importants consommateurs et constituent un formidable réseau de BAO vis-à-vis de leurs familles, amis, etc. Même si ce segment a été déjà plus ou moins fidélisé, on note la nécessité d'une diversification de l'offre pour maintenir leur intérêt. A ce titre, une [carte ambassadeur](#) à destination des habitants avait été mise en place par l'OT de Bourg avant la dissolution de la CDC de Bourg. Le but : favoriser la venue des locaux sur les sites et/ou animations et les inciter à y amener leur famille, amis...ils bénéficient alors d'une entrée gratuite. Ce dispositif reste à étendre à l'ensemble du Grand Cubzaguais et nécessite la mise en place de nouveaux partenariats.

- **La clientèle de proximité**

En appliquant le principe de polarisation des grandes aires urbaines, on peut identifier dans le cas de la Haute Gironde, l'existence d'une clientèle à fort potentiel : la bordelaise en Gironde et la royannaise en Charente Maritime. Bientôt saturées des destinations classiques et banalisées, comme le littoral aquitain par exemple, il est peut-être l'heure de les attirer vers l'intérieur des terres, à la découverte des territoires moins connus. L'ex territoire de Bourg avait d'ailleurs commencé à mettre en place cette stratégie, en effectuant déjà des campagnes de communication sur les bus de la Métropole. L'office de tourisme identifie son territoire comme étant un lieu de passage pour les touristes à la recherche d'offres globales et d'information rapide et efficace.

- **Les vacanciers en séjour alentour**

Sur Bordeaux, Royan ou même le littoral (à moins d'une heure de route), ils représentent une des principales cibles, l'objectif étant de transformer ces flux de passage en séjour.

Les individuels et/ou familles ou les « découvreurs »

Ils constituent un segment important et une grande partie des touristes en Gironde notamment en pleine saison.

- **Les groupes organisés**

En excursion par car, ils sont à la recherche d'activités nature et complémentaires à des visites de sites classiques. Pour ce faire, plusieurs produits groupes ont été créés et des prospections envers les agences réceptives, comités d'entreprise et clubs 3^{ème} âge sont réalisées régulièrement.

De manière générale, et depuis quelques années, les temps de vacances sont morcelés (depuis la mise en application des 35h). Les départs, le temps d'un week-end sont désormais très fréquents. Le week-end représente pour tous une rupture de la semaine, un changement de rythme et d'activités. C'est un temps de ressourcement. On souhaite rompre avec son environnement quotidien. La traditionnelle promenade dominicale reste une pratique très vivace (60 km alentour). Pour des week-ends plus longs, le rayon englobe l'ensemble de la Nouvelle Aquitaine.

A noter également que 75 % des séjours se font en hébergement non-marchand (famille, amis). Ces derniers constituent un vecteur promotionnel important.

Une enquête menée au guichet nous a permis de connaître les motivations de visites des touristes : 1/3 des visiteurs choisit le territoire pour la découverte de son patrimoine, 1/3 également pour le calme et la tranquillité des lieux, et le reste pour la gastronomie et le vin.

Les visiteurs recherchent de plus en plus d'authenticité, d'activités douces, présentant un rapport qualité/prix intéressant. On peut qualifier le client d'aujourd'hui de « zappeur » : en effet, il n'est pas rare qu'il déjeune dans un fast-food et choisisse un Relais-châteaux pour son dîner.



III. Les attraits touristiques voisins : trouver des complémentarités

Il paraît essentiel d'analyser les moyens de tirer profit des attraits touristiques des territoires voisins.

Les questions à se poser :

- Quels sont les principaux territoires voisins à fort potentiel touristique ?
- Quels produits offrent-ils sur le marché ?
- Quels sont leurs points faibles et leurs points forts ?
- Comment exploiter utilement les informations recueillies sur ces territoires ?

L'enquête, objective, porte donc sur des régions offrant des produits touristiques pouvant être semblables à ceux du territoire concerné.

Le bilan qui en découle est le suivant :

- Tirer profit du classement UNESCO de Blaye et par ce fait, trouver la place du Grand Cubzaguais au sein du triangle Unesco : St Emilion, Blaye et Bordeaux ;
- Trouver une alternative et casser le flux direct de visiteurs passant à Blaye via Lamarque par le bac (pour information, 40 000 visiteurs circulent par l'OT de Blaye contre 18 000 à Bourg ?) ;
- Prendre exemple sur le territoire de l'Entre-2-mers qui avec ses voies cyclables et ses produits randonnée constitue une offre relativement bien structurée ;
- Capturer la clientèle du littoral aquitain (territoire le plus fréquenté du département) ;
- Tirer profit des visiteurs de l'Ange bleu, célèbre cabaret présent sur le Grand Cubzaguais
- Jouer la carte de destination rurale, verte, nature : thème en vogue auprès des touristes.

Ce qu'il faut retenir :

Fort de l'ensemble de ces constats, il est possible de dessiner une stratégie de développement touristique et un plan d'action qui permettront d'aboutir à la mise en œuvre d'une politique touristique assortie de produits de courts et moyens séjours.

Les thèmes communs aux 16 communes restent indéniablement **l'eau, la pierre et la vigne**. Tryptique autour duquel devra s'articuler la stratégie touristique du Grand Cubzaguais. Ce tryptique représente les valeurs et l'image de marque que le territoire peut véhiculer.

Au vu du diagnostic, découlent des enjeux phares que sont le **Tourisme fluvial, l'Oenotourisme, la mise en valeur du patrimoine bâti**, en lien avec l'offre culturelle locale.

La clientèle de proximité est à fidéliser, notre destination comme « excursionniste » à confirmer, faire des habitants et de la jeune génération, de véritables ambassadeurs du territoire, impliquer les socio-professionnels dans nos démarches de développement touristique.

Notre schéma touristique devra être défini au regard d'un contexte territorial en constante évolution. Il s'agira, dans sa mise en œuvre, d'anticiper les transformations que sera amenées à connaître le territoire. L'élaboration du SCOT du « Cubzaguais Nord Gironde » représente une opportunité pour développer des liens et des actions communes avec l'Office de Tourisme de Latitude Nord Gironde. La stratégie proposée, pour le Grand Cubzaguais, est adaptable à celle de Latitude Nord Gironde.

