



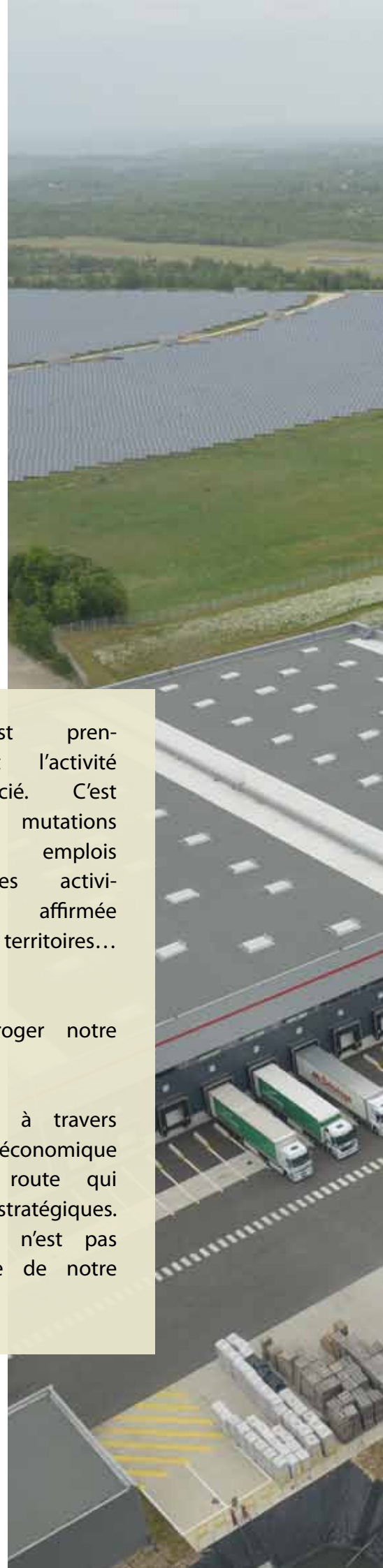
SYNTHÈSE DU
SCHEMA DE
DEVELOPPEMENT
ECONOMIQUE ET
TOURISTIQUE
2017/2022

UNE FEUILLE DE ROUTE COLLECTIVE POUR 2017-2022

Préparer l'avenir de notre territoire, c'est prendre la mesure de l'importance que revêtent l'activité économique et touristique, et l'emploi associé. C'est aussi avoir pleinement conscience des mutations économiques à l'œuvre. La diminution des emplois publics, le phénomène de métropolisation des activités, l'absence de spécialisation économique affirmée de notre territoire, la concurrence d'autres territoires... nécessitent d'engager le Grand Cahors sur de nouvelles voies.

C'est tout l'enjeu des années à venir qui va interroger notre capacité collective à inventer, à innover, à oser.

Le travail engagé avec les forces vives du territoire à travers l'élaboration d'un schéma de développement économique et touristique aboutit à une première feuille de route qui détermine des grandes orientations stratégiques. Fixant le cap pour les cinq prochaines années, elle n'est pas celle de la seule institution. Elle est avant tout celle de notre territoire, de ses acteurs et de ses énergies.





3 ORIENTATIONS MAJEURES

La stratégie de développement du Grand Cahors se décline sur deux volets, économique et touristique. Elle s'organisera autour de trois orientations majeures, qui ont été identifiées à la lumière du diagnostic réalisé avec les partenaires, et prendra appui sur l'ADN du territoire. Elles serviront de fil rouge au plan d'actions opérationnel.

E3: ÉTHIQUE, ESTHÉTIQUE, ENVIRONNEMENT



Les valeurs économiques et sociales constitueront le poumon de la stratégie 2017-2022. L'objectif est de faire de l'E3 un élément différenciateur majeur en se donnant cinq ans pour le traduire en réalités économiques, à travers des vecteurs d'innovation sociale, sociétale, territoriale et organisationnelle.

Si elle s'entrevoit comme la prochaine assise économique du territoire, elle constitue par ailleurs la coloration principale du positionnement touristique de la destination. Elle affirme la volonté des acteurs de promouvoir un développement touristique pérenne et créateur de valeurs.

GRANDIR ET ESSAIMER



Avec le volet « Grandir et essaimer », le dessein est d'accompagner les comptes clés dans leur développement (essaimage, développement de réseaux, etc.) misant sur leur capacité à jouer le rôle d'ambassadeurs du territoire.

L'ambition d'un point de vue touristique n'est pas de viser une massification des flux touristiques mais plutôt de consolider l'offre existante sur des segments mal ou peu représentés et d'engager des investissements structurants sur les thématiques d'un fort potentiel en adéquation avec le positionnement du territoire.

EXCELLENCE ET INNOVATION



Le territoire est doté de talents et de compétences, à accompagner tant individuellement que sur le plan collectif : développement du numérique, mise en réseaux...

Cela implique notamment de poursuivre la transition vers le numérique et d'engager un processus de digitalisation de l'offre touristique pour apporter une réponse aux évolutions des comportements de consommation touristique. Il s'agira également d'engager des démarches de qualification globale de l'offre, en s'adaptant aux injonctions affinitaires tout en consolidant le positionnement de la destination sur des marchés de niche.

5 AXES POUR LA STRATÉGIE ÉCONOMIQUE

Les travaux réalisés dans le cadre de l'élaboration de ce schéma ont permis l'identification de plusieurs enjeux partagés : consolidation de l'existant, diversification, dynamique collective, attractivité, équilibres territoriaux... à partir desquels six axes principaux, véritable colonne vertébrale de la future stratégie, ont été déterminés :

> ÊTRE PLUS PROCHE DES ENTREPRISES ET METTRE EN PLACE UN PROCESSUS D'APPUI AUX PROJETS INDIVIDUELS

Tout en renforçant ses liens au quotidien avec les entrepreneurs, et afin d'améliorer l'accompagnement des entreprises pour le rendre plus performant, plus lisible et plus pérenne, le Grand Cahors a pour ambition, avec l'aide des partenaires, de favoriser le déploiement d'une solution innovante d'accompagnement des entreprises et des porteurs de projets à travers quatre parcours :

- Incubation / création
- Développement
- Solutions face aux difficultés

> OFFRIR AU TERRITOIRE UN PILOTAGE EFFICIENT

A l'heure de la raréfaction des ressources, tous les acteurs œuvrant au développement économique du territoire doivent agir de concert afin de peser sur le plan régional et au-delà. L'observation, la veille thématique et la prospective seront indispensables comme autant d'outils d'aide à la décision.

> CONFORTER LA DYNAMIQUE COMMERCIALE

Alors que de nombreux centres-villes ont enregistré une paupérisation de l'offre qu'ils abritent, celui de Cahors présente une véritable singularité, tout en s'appuyant sur une périphérie au développement maîtrisé mais au vrai rôle en complémentarité. Il convient désormais de conforter cette dynamique tout en ayant conscience des facteurs de fragilité.



> VALORISER LA CRÉATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE COLLECTIFS DE DÉVELOPPEMENT ET D'INNOVATION

Favoriser l'émergence d'une culture collective sur le territoire est un élément moteur de notre développement. Ainsi accompagner des collectifs composés d'entreprises, d'acteurs de la recherche et de la formation, d'associations, ou de toute énergie souhaitant contribuer au développement de projets à portée opérationnelle est un défi majeur.

> SE DOTER D'UNE OFFRE D'ACCUEIL DES ENTREPRISES COMPLÈTE ET PERFORMANTE (FONCIER/IMMOBILIER) Y COMPRIS EN MILIEU RURAL

Le territoire, doté de zones d'activités économiques, d'une offre privée et publique en matière d'immobilier d'entreprises (pépinière Cadurcia) et, eu égard aux nouveaux modes de travail (tiers-lieux, télétravail...), doit apporter une réponse complète tout au long du parcours de la vie de l'entreprise, en favorisant la cohérence territoriale dans le cadre d'une hiérarchisation des espaces économiques.

> RENFORCER LE RAYONNEMENT ET L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE

Notre territoire ne dispose pas de l'attractivité naturelle des métropoles alors qu'il dispose de nombreux atouts. Notre objectif commun est donc de les valoriser afin de favoriser le développement exogène en facilitant l'arrivée d'entreprises et de nouveaux habitants.

UNE STRATÉGIE TOURISTIQUE FONDÉE SUR 4 AXES D'INTERVENTION COMPLÉMENTAIRES

Pour assurer un développement touristique équilibré, créateur de valeur et sur un haut niveau de qualité de l'expérience vécue par ses visiteurs, la stratégie touristique déployée pour le Grand Cahors nécessite une grande transversalité. Cela implique de disposer d'un programme d'action ambitieux et réaliste en agissant de façon globale et coordonnée sur l'ensemble des composantes qui conditionnent le devenir touristique du territoire.

CONSOLIDER LES FILIÈRES SOCLES

Pour maintenir et consolider son positionnement d'excellence, la destination se doit de planifier une stratégie d'investissement ambitieuse et continue destinée à mettre à niveau les segments de l'offre les plus structurants : le patrimoine et la culture dans le cadre de la candidature au Grand Site Occitanie, la valorisation des usages de la rivière et notamment la navigation, la promotion des savoir-faire liés à la gastronomie et au terroir, en particulier l'œnotourisme, et enfin la valorisation des pratiques d'itinérance et des loisirs de pleine nature.

RENFORCER LE RAYONNEMENT ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

En dépit d'une offre complète, diversifiée et plutôt qualitative, la destination peine encore à se démarquer dans l'espace touristique régional. Avec une notoriété fondée sur ces sites les plus emblématiques, l'enjeu consiste à faire émerger une identité propre et singulière à l'échelle de la destination. Pour construire et renforcer cette logique, ce volet consiste à se doter d'une démarche marketing renouvelée et multicanale, s'appuyant sur des outils novateurs et à fort potentiel d'appropriation par les visiteurs, les professionnels et les habitants.

ACCOMPAGNER L'ADAPTATION DE L'OFFRE

Dans un marché touristique global en constante évolution, la concurrence exacerbée entre les destinations nécessite de poursuivre les efforts en matière d'adaptation de l'offre, en particulier dans les domaines de la qualité et du digital. Il s'agira donc de poursuivre l'accompagnement des acteurs vers ce mouvement, en leur proposant notamment des produits et services adaptés pour consolider leur positionnement sur les marchés les plus porteurs

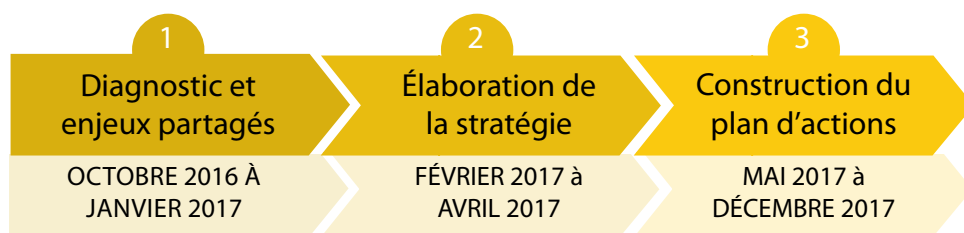
PILOTER LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE LOCAL

Pour rester lisible et performante, la destination doit donc être en capacité d'apporter des réponses organisationnelles concrètes en s'appuyant sur les complémentarités et synergies possibles en matière de coopération interterritoriale. Cette problématique sera donc traitée de façon prioritaire afin de s'appuyer au plus vite sur un périmètre stable et pertinent, préalable incontournable à la réussite du projet de destination.



Méthodologie

La démarche s'est articulée en 3 phases, durant lesquelles ont été associées les forces vives (entreprises, partenaires institutionnels...) car de l'appropriation collective dépendra la réussite de cette stratégie :



Ces travaux ont été menés en cohérence avec les démarches régionales (SRDEII, SRDTL) mais aussi le Projet de territoire du Grand Cahors.

L'économie du Grand Cahors en chiffres

- . **4 614** établissements
- . **17 190** emplois salariés
- . Une majorité de très petites entreprises mais qui embauchent plus que la moyenne (28% d'entreprises de 1 à 9 salariés contre 22% en région)
- . **77%** des emplois issus de la sphère présentielle
- . Pas de spécialisation économique affirmée
- . Des domaines d'activités structurants : tourisme et patrimoine, énergie, agro-ressources, santé, numérique
- . Emploi par secteur d'activité : **48,5%** secteur public, 36 % commerces et services, 10% industrie, 5% construction, 0,5% agriculture
- . Un solde positif de créations d'entreprises
- . **43 435** habitants (l'agglomération absorbe 40% de la croissance démographique du Lot) dont 73,4% d'actifs
- . Une offre d'accueil des entreprises (zones d'activités économiques, pépinière d'entreprises...) existante à conforter et à hiérarchiser
- . Une attractivité fondée principalement sur la qualité du cadre de vie

Le tourisme dans le Grand Cahors

- . **18 000** lits touristiques dont 40% relèvent du secteur marchand
- . **1,15** million de nuitées estimées en 2016
- . **40%** de la fréquentation annuelle concentrée en juillet et en août
- . Une offre d'hébergement performante : alors que le territoire ne représente que 13% de la capacité d'accueil départementale, il génère à lui seul 19% des nuitées
- . Des lieux de visites emblématiques : le Pont Valentré, la grotte de Pech-Merle, Saint-Cirq-Lapopie, le chemin de halage de Bouziès
- . 6 points d'accueil touristique qui reçoivent **215 000** visiteurs par an
- . Près de **500 000** visiteurs par an sur le site internet de l'Office de Tourisme
- . De nombreuses reconnaissances qui attestent de la qualité des sites : UNESCO, Ville d'Art et d'Histoire, Jardins remarquables, plus beaux villages de France, Géoparc, Réserve Naturelle d'Intérêt Géologique, Vignoble et Découverte...