

**DISCOURS BERNARD CHAZAUT, PRESIDENT  
SOIREE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME  
11 décembre 2023**

La marque **Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc** est désormais bien installée ; le territoire s'est organisé autour de cette bannière commune et profite dans sa globalité de la notoriété de ses grands sites comme de la diversité et de la richesse de son offre naturelle et culturelle.

Si la saison 2023 a pu paraître parfois contrastée (baisse sur juin-juillet) la fréquentation globale a progressé (+5%) avec **une évolution très positive sur les ailes de saison** et selon une tendance comparable sur l'ensemble du territoire, que ce soit sur la Communauté de communes des Gorges de l'Ardèche ou sur la Communauté de communes Du Rhône Aux Gorges de l'Ardèche.

Les résultats et l'expérience de ces deux dernières années nous confortent dans les choix de rapprochement des deux Offices de tourisme et dans le principe d'unité de la destination Gorges de l'Ardèche Pont d'Arc.

Le toujours « plus » de fréquentation n'est pas notre objectif absolu pour le territoire. Nous lui préférons le toujours « mieux » et **l'attractivité de la destination n'a de sens que si elle respecte les équilibres de développement économique, social et environnemental**. L'étalement de la fréquentation hors saison estivale, et la diffusion des retombées économiques sur les différentes filières et sur l'ensemble des 29 communes du territoire constituent nos objectifs majeurs.

L'Office de tourisme s'y emploie tous les jours de l'année au travers de ses différentes missions qui sont larges et transversales (accueil, information, accompagnement des acteurs et filières, promotion, communication, commercialisation, médiation...). Il contribue au

développement d'espaces d'échanges entre acteurs publics et privés, entre socio-professionnels et collectivités.

Notre choix de se doter d'une structure, de moyens humains et financiers mutualisés à l'échelle de la destination renvoie également **aux grands défis auxquels nous sommes confrontés** et qui sont pleinement intégrés dans les axes de travail de l'Office de tourisme : le changement climatique est tangible, nous le percevons au quotidien et il nécessite une adaptation volontariste et rapide ; les grandes évolutions sociologiques révélées par le COVID, les attentes vers un tourisme plus responsable imprègnent durablement les comportements touristiques ; l'Intelligence Artificielle fait irruption, et révolutionnera nos pratiques comme internet l'a fait il y a 20 ans. Elle va impacter nos métiers et pose la question de la production de contenus, de la création, de l'innovation et de la valeur accordée à la relation humaine.

Enfin, notre ambition nous porte à capitaliser sur notre notoriété touristique pour développer **une attractivité plurielle, transversale**, économique, sociale et environnementale. Nous y sommes déjà engagés : autour de l'attractivité touristique (entre visiteurs régionaux de proximité et clientèle étrangères), autour de l'attractivité pour les entreprises et leurs salariés, sensibilisés grâce au développement du tourisme d'affaires, autour de l'attractivité des salariés saisonniers avec l'intégration des missions de la Maison de la saisonnalité – en 2024 – au sein de l'Office de tourisme.

Nous croyons fondamentalement dans les **synergies entre les collectivités et les acteurs privés** et dans le rôle d'interface que peut jouer l'Office de tourisme.

Ces défis, ces opportunités, nous devons les porter ensemble au service d'un développement équilibré de notre territoire.