

« Partager nos expériences et innover dans une démarche de coopération utile aux habitants des territoires intermétropolitains. Telle est la mission de l'Alliance Intermétropolitaine constituée des 15 communautés (542000 habitants), rassemblant 252 communes sur 3 départements et 2 régions, situées entre les métropoles de Rennes, d'Angers, de Nantes et les agglomérations de Saint-Nazaire et de Vannes. Chaque mois, durant un an, nous rendons compte de nos travaux et nous ouvrons de nouvelles perspectives. Pour ce premier numéro nous sommes heureux d'accueillir la « Porte des secrets », projet touristique phare de Brocéliande Communauté ».

Édito

Un partage d'expérience au sein de l'AILB

Les communautés de communes des territoires intermétropolitains ont développé des politiques touristiques aux ambitions variées. Elles ont souhaité échanger au sein de l'AILB sur ce sujet. La compétence « Tourisme », vue comme un facteur d'attractivité, mérite de monter en puissance et les arguments pour la développer sont nombreux : le potentiel économique, la création d'emplois locaux non-délocalisables ou la mise en valeur des atouts du territoire. Après avoir effectué des visites de sites, dont celle de « La porte des secrets », l'AILB se dote aujourd'hui d'un outil de communication pour coopérer sur la question du tourisme. Par le biais de « la carte postale », l'AILB met en relief des projets portés par les territoires avec des entrées diverses, telles que la mise en tourisme d'un site, le partenariat public/privé, l'implication des élus dans la création d'une offre touristique etc. Une méthode aisée pour essayer et coopérer sur les questions du tourisme.

Vincent Minier,
AILB élu-référent Tourisme



Brocéliande Communauté Ouvre la « Porte des secrets »

En 2012, la Porte des secrets ouvrait ses portes au public à Paimpont. L'espace de scénographie plonge le visiteur dans une immersion sensorielle et féerique à travers l'univers de la forêt de Brocéliande. Ce sont aujourd'hui quelque 220.000 visiteurs qui se pressent chaque année à l'Office de Tourisme. L'espace est devenu fer de lance d'une économie touristique du territoire. Retour sur cette success-story, initiée par les collectivités, avec Bernard Ethoré, président de Brocéliande communauté, et David Steck, directeur de l'Office de tourisme de Brocéliande.

En 2007, Loïc Aubin, alors Président de la communauté de communes de Brocéliande, lance cette idée saugrenue de créer à Paimpont un espace scénographique à la découverte de Brocéliande, dont le nom est issu de cette fiction littéraire, figée depuis le XIXe siècle sur le massif forestier de Paimpont. Un projet de « Maison de Brocéliande » avait déjà émergé pour améliorer l'accueil des visiteurs mais n'avait pas abouti : « L'intention initiale, se souvient Bernard Ethoré, était de capter davantage de touristes et de les inciter à séjourner plus longtemps sur le territoire. Paradoxalement, Brocéliande était un nom très connu mais ne faisait pas recette. Il manquait en effet un « totem », signalétique spécifique, centralisant les ressources, informant et orientant le public en lui donnant envie de découvrir le territoire. »

Témoignage

« Aujourd'hui, nous sommes sur le partage d'expériences. Nous souhaitons porter à la connaissance de nos collègues ce modèle que nous avons initié à Brocéliande et qui fonctionne aujourd'hui. C'est un enrichissement mutuel que de mettre au pot commun nos initiatives, nos savoir-faire, nos complémentarités mais aussi nos difficultés, pour progresser ensemble. »

Bernard Ethoré,
président SPL, Brocéliande développement tourisme

Un parcours-spectacle à la découverte de Brocéliande

Investir à Paimpont ? La proposition fait débat. À force de persuasion, en misant aussi sur l'intérêt que représente Brocéliande dans l'imaginaire et la beauté de ses sites, un projet est lancé. L'appel d'offres retient la proposition de La Prod est dans le pré, scénographe de La Rochelle. L'entreprise séduit les élus, elle réalisera par la suite l'espace muséographique de la maison Yves Rocher à La Gacilly. L'idée est de créer un espace ouvert à la visite, parcours-spectacle à la découverte de Brocéliande en Scénovision®, la forêt, son histoire, ses légendes et ses habitants imaginaires. Il sera aménagé dans les anciennes dépendances de l'abbaye de Paimpont, propriété de la commune de Paimpont et de Brocéliande communauté. Des travaux d'aménagement sont lancés pour accueillir le public et aussi relier les différents bâtiments. Un nom est trouvé : **la Porte des secrets**. Autour de l'espace scénographique, une offre de séjours est mise en place et une boutique de souvenirs est créée proposant produits logotypés, ouvrages sur le territoire, jeux pour enfants et produits d'artisanat local.



Des visiteurs de plus en plus nombreux

La première phase est consacrée à un patient travail de recherche historique et documentaire, au recueil de témoignages, d'anecdotes auprès d'experts, de conteurs, d'historiens locaux, d'habitants. Le scénographe crée un scénario et conçoit quatre salles dans l'espace de visite. Il livre un premier produit, clé en mains, en 2012. Cécile Corbel, harpiste, auteure, compositrice et interprète accepte d'être la marraine de l'espace de scénographie. Et c'est un succès : les visiteurs commencent à affluer. On en compte 40.000 la première année, un chiffre qui ne va cesser de progresser. Pour répondre à l'attente des visiteurs et conserver la bonne dynamique de fréquentation du parcours, une nouvelle édition voit le jour en 2018. Une salle est entièrement réaménagée, une cinquième salle est créée, un passage permet d'accéder directement à la salle Destination Brocéliande où boîtes et tiroirs à légendes interagissent avec le public pour inciter à découvrir les atouts du territoire. La maintenance de l'équipement est assurée par la société Spectaculaires, agence spécialisée dans l'évènementiel à Saint-Thurial (35).

Des incidences économiques pour le territoire

Et les visiteurs affluent à nouveau. On en compte plus de 200.000 venus découvrir cette nouvelle édition. « L'idée initiale était de capter les touristes pour les orienter vers la scénographie, confie David Steck, directeur de l'office de tourisme. C'est l'inverse aujourd'hui ! Les touristes viennent pour la scénographie et découvrent les activités qu'offre le territoire. » De nombreux services se développent depuis la création de l'espace scénique. En 2011, Paimpont comptait 12 commerces. Il y en a aujourd'hui 25 : espaces de restauration, vente de souvenirs, artisanat. De nombreux gîtes ont vu le jour. Autrefois, zone de passage, pour une ou deux journées, le territoire est devenu un lieu où l'on séjourne avec balades dans la forêt, lieux de visite... Tous les sites enregistrent une augmentation de leur taux de fréquentation comme les Forges à Paimpont, le Centre de l'imaginaire arthurien à Concoret... De nombreux conteurs s'implantent dans la région. Des balades en calèche sont proposées ainsi que des visites contées à vélo électrique.

L'Office de Tourisme organise des journées à thèmes pour les groupes. Ce sont ainsi plus de 100.000 € qui sont reversés chaque année à l'économie locale sous forme de sous-traitance pour des guides conteurs, des photographes, des bus, des artisans en atelier, des animateurs de jeux, des associations, des sites patrimoniaux, des artistes... « L'espace de scénographie est une porte d'entrée pour découvrir le territoire, souligne Bernard Ethoré. Nous avons vu se développer une « économie touristique » depuis 2012 et, qui dit dynamisme économique, dit aussi impôts et recettes supplémentaires pour la collectivité. »

Six univers pour découvrir Brocéliande

Les visiteurs s'installent autour d'une grande table en bois. La lumière s'éteint et la magie opère. La voix de Pierre, garde-forestier et homme de la forêt, se fait entendre et va guider le visiteur dans cette découverte. Enfant du pays, il connaît la forêt comme sa poche ! Tout le long du parcours, les décors représentent l'un après l'autre les univers de la forêt : ses contes et légendes, la faune, la flore, l'histoire du fer et des forgerons ainsi que tous les petits êtres facétieux qui peuplent le massif forestier ! Le parcours-spectacle dure environ une heure, plongeant le visiteur dans une immersion sensorielle et féerique dans l'univers de la forêt de Brocéliande. La Porte des Secrets est conseillée aux enfants à partir de 4 ans. À noter que certaines vidéos sur les légendes locales et la faune comme les loups, la Dame blanche ou les lavandières de la nuit qui tuent les promeneurs attardés peuvent impressionner les plus jeunes et les plus sensibles, tout comme les salles parfois sombres.

Les 5 clés du succès

- **La qualité de l'offre.** Brocéliande est connu et riche de son patrimoine. Il fallait donc être irréprochable sur la proposition faite au public, tant dans son intérêt artistique que dans ses fondements historiques et patrimoniaux.
- **L'inscription de l'espace de scénographie dans une offre globale touristique.** L'espace joue le rôle d'un totem incitant le visiteur à découvrir le territoire et à y séjourner.
- **La recherche d'un équilibre financier.** C'était pour les porteurs du projet un vrai défi sans aucune assurance de succès. La SPL a trouvé son équilibre financier en 2016 et a commencé à gagner son autonomie financière. Elle est aujourd'hui en bonne santé financière et garantit la pérennité des emplois créés.
- **La maîtrise de la croissance.** Le bond est prodigieux ! 40.000 visiteurs à l'Office de Tourisme en 2011... 220.000 en 2019 ! Il a donc fallu adapter les effectifs au fur et à mesure de la progression.
- **Un accompagnement de la commune de Paimpont.** L'afflux soudain d'un nombre important de visiteurs génère de nombreuses questions dans la commune notamment à propos du stationnement. La SPL a donc pris à sa charge la création d'un parking supplémentaire, accessible également aux bus. Certains habitants ont réagi, exprimant leurs craintes face à cet afflux saisonnier. Il y a une phase d'acceptation à prendre en compte et il faut veiller à sensibiliser, expliquer pour que les craintes s'estompent et que les habitants bénéficient du dynamisme de la commune.

Éclairage de Bernard Ethoré

« Le passage le plus délicat est d'accepter d'engager cet investissement, de se convaincre soi-même, convaincre ses collègues mais surtout, convaincre l'opinion publique. Loïc Aubin, Président de la communauté de communes de Brocéliande, a eu cette force de persuasion en proposant d'investir 3,3 millions d'euros à Paimpont ! C'était un vrai défi, un pari sur l'avenir sans aucune garantie de succès, c'est aussi un énorme investissement personnel. On a toujours le tiercé dans l'ordre... le lundi matin ! Mais ce n'est pas le lundi matin qu'il se coure... Il faut donc oser tout en restant prudent. C'est une entreprise qu'il faut pérenniser, développer. Le nom de Brocéliande nous porte maintenant... Merlin doit veiller sur nous ! »



Bernard Ethoré aux côtés de David Steck (à gauche sur la photo).

En pratique...

L'organisation juridique et le montage financier

L'ensemble est géré par une SPL, société publique locale, « Brocéliande développement tourisme », dont Bernard Ethoré est le président depuis 2020. Les collectivités territoriales et leurs groupements peuvent en effet créer, dans le cadre des compétences qui leur sont attribuées par la loi, des sociétés publiques locales dont ils détiennent la totalité du capital (1531-1 du CGCT, www.marche-public.fr). Ces sociétés sont compétentes pour réaliser des opérations d'aménagement, des opérations de construction ou pour exploiter des services publics à caractère industriel ou commercial ou toute autre activité d'intérêt général. Elles exercent leurs activités exclusivement pour le compte de leurs actionnaires et sur le territoire des collectivités territoriales et des groupements de collectivités territoriales qui en sont membres.

Brocéliande communauté est actionnaire à 90 %, la commune de Paimpont à 10 % pour un capital de 72.000 €. La SPL génère un chiffre d'affaires d'environ 1 million d'euros chaque année. Les différentes recettes, provenant des entrées à l'espace de scénographie, de la boutique, des balades contées permettent d'auto-financer les activités. Pour la plus grande fierté de ses dirigeants, l'office de tourisme est ainsi devenu l'un des rares offices de tourisme en France à s'autofinancer.

La SPL permet une maîtrise par les élus de l'activité commerciale touristique et d'assurer la mission de service public. Elle permet une adaptation au contexte touristique, favorisant la rencontre de nombreux acteurs, à la fois partenaires mais aussi concurrents. Elle permet aussi la gestion privée, idéale pour diriger des équipements à vocation commerciale, offre la souplesse de la comptabilité privée, l'efficacité et la simplicité des délégations aux salariés par les élus, le management facilité par des contrats de droit privé, adapté notamment pour les contrats saisonniers. La SPL est enfin un mode de gestion opportun pour varier les activités et les étendre à des territoires voisins, par une simple ouverture de capital et une modification de convention.

De 40 000 à 220 000

visiteurs
entre 2012 et 2022

1/4

des touristes
accueillis à l'office de tourisme
visitent l'espace de scénographie

+ de 300

jours d'ouverture
dans l'année

Scénographie

traduite
en 4 langues : anglais, allemand, italien et espagnol

12%

de visiteurs étrangers
essentiellement Espagnols
et Italiens

2007

Lancement

du projet de création d'un espace de scénographie

2012

Ouverture

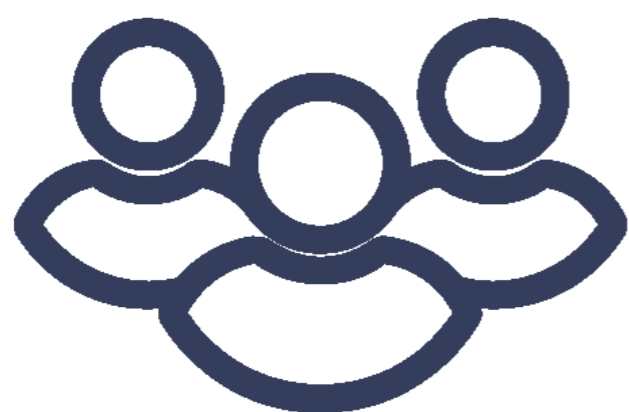
de La Porte des Secrets à Paimpont dans sa première version

2018

Deuxième version

de la Porte des Secrets

/ CRÉATION D'EMPLOI /



2011 3 agents associatifs à l'office de tourisme

2022 10 permanents tout au long de l'année et 26 durant la période estivale qui assurent l'accueil des touristes, l'organisation des balades contées, des séjours, des activités et divers événements, la tenue de la boutique

Retombées indirectes + de 100 emplois saisonniers pour la seule ville de Paimpont (1600 habitants)

/ INVESTISSEMENT /



Le montant total de l'investissement est de **4,6M€**

Le fonctionnement est **autofinancé à 100%**

La mission « office de tourisme-service public », subventionnée en 2011 à hauteur de 130.000€ pour 40 000 visiteurs, est désormais totalement financée par l'activité commerciale pour accueillir les 220 000 visiteurs annuels.

/ DES PISTES DE DÉVELOPPEMENT /

Capter

d'autres cibles comme les clubs de seniors

Susciter l'intérêt

des comités d'entreprise et donc de développer le lobbying auprès des chefs d'entreprise

Sensibiliser

les tour-opérateurs et donc développer l'offre d'hôtellerie

Orienter

la communication et les actions commerciales vers le Morbihan et les Côtes d'Armor, départements voisins pour renforcer l'activité hors saison

La Porte des secrets

Office de Tourisme de Brocéliande

1 place du roi Saint Judicaël – 35380 PAIMPONT

02 99 07 84 23

<https://tourisme-broceliande.bzh/activite/la-porte-des-secrets>

CONTACTS

* Bernard Ethoré, président SPL, Brocéliande développement tourisme
mairebreal@brealsousmontfort.fr

* David Steck, directeur Office de tourisme de Brocéliande
1, place du roi Saint-Judicaël – 35380 PAIMPONT
direction@tourisme-broceliande.com, 06 68 34 63 10

DOCUMENT REALISÉ PAR L'AILB

Octobre 2022

- * Responsable de la publication : Patrick Le Diffon, président AILB
- * Cheffe de projet territorial : Angela Rebin
- * Conception graphique : Thomas Brosseaux
- * Conseil : Daniel Baron
- * Rédaction : Tugdual Ruellan

