

ASSISES DU TOURISME

FEUILLE DE ROUTE
TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

2023 - 2028



Philippe GOUET

Président
du conseil départemental de Loir-et-Cher



©CD41/N. Derré

Le Loir-et-Cher est sans conteste l'un des moteurs touristiques majeurs du Val de Loire avec une offre pleine de nuances autour de sites emblématiques, grâce à de multiples activités et animations pour les petits comme pour les grands, ainsi qu'un terroir aux mille facettes et des paysages variés. De nombreux territoires nous envient cette richesse et cette diversité. Heureusement personne ne pourra délocaliser le carré d'or des châteaux de la Loire que dessinent les châteaux de Chambord, Chaumont-sur-Loire, Cheverny et Blois, le ZooParc de Beauval qui figure dans le top 5 mondial des zoos ou le fleuve royal.

Conscient de la puissance de son activité touristique et des opportunités qu'elle ouvre, le département a depuis longtemps fait de ce secteur un axe stratégique et prioritaire. Il investit massivement dans l'aménagement d'itinéraires cyclotouristiques ou dans la réalisation de larges campagnes de communication en Ile-de-France. Le département s'attache à renforcer les liens avec ses partenaires ou le rôle d'ambassadeur des Loir-et-Chériens avec l'opération "une journée aux châteaux".

À la tête de la nouvelle assemblée départementale installée à l'été 2021, j'ai souhaité non seulement

poursuivre mais aussi renforcer cette politique, sur la base d'une stratégie concertée avec ceux qui font l'activité touristique de notre destination.

C'est dans cet esprit que j'ai souhaité lancer en partenariat avec l'agence de développement touristique, présidée par Catherine Lhéritier, la co-construction d'axes stratégiques partagés et d'actions communes pour notre développement touristique pour 2023-2028. Notre feuille de route s'articule autour de 4 maîtres-mots : pragmatisme, cohérence, adaptabilité et opérationnalité.

Je tiens à remercier tous ceux qui ont contribué à son élaboration et invite chacun à s'investir dans la mise en œuvre des actions qui en découleront. C'est en additionnant nos forces que nous porterons encore plus haut les couleurs du Loir-et-Cher. J'espère que nous pourrons ainsi renforcer la valorisation de tous nos atouts, encourager l'innovation, et faire en sorte que les visiteurs viennent toujours plus nombreux profiter de la douceur de vivre de notre territoire tout au long de l'année.

Philippe GOUET

Catherine L'HÉRITIER

Présidente
de l'agence de développement touristique
Val de Loire - Loir-et-Cher

1^{re} vice-présidente
du conseil départemental de Loir-et-Cher



Manifestement, et c'est une grande satisfaction de le constater, la reprise de l'activité touristique est au rendez-vous dans notre département : en témoignent les résultats de la saison 2022 avec une fréquentation sensiblement identique à celle de 2019, notre année de référence.

La diversité de l'offre touristique du Loir-et-Cher et la multitude de ses richesses sont une formidable opportunité pour l'attractivité de notre destination. Pour aller plus loin, il convient de la conforter en portant une attention constante à l'évolution des marchés. C'est la raison pour laquelle l'agence de développement touristique et le conseil départemental ont décidé d'engager une démarche de co-construction avec l'ensemble des opérateurs touristiques pour renforcer leur stratégie en ce domaine.

L'expérience et l'expertise des prestataires touristiques ont confirmé le choix des marques opéré depuis plusieurs années maintenant, le Val de Loire et la Sologne. Elles nous ont permis de définir quatre cibles de clientèles prioritaires qui se

complètent tout au long de l'année : les familles, les seniors, les vélos flâneurs et les jeunes couples urbains. Ces derniers s'inscrivent dans une stratégie de conquête pour laquelle il conviendra d'adapter l'offre et de développer de nouveaux services.

Les travaux ainsi menés ont également montré la nécessité de mettre en place des dispositifs d'accompagnement et ce, tout particulièrement en matière d'emploi et de logement pour les personnels saisonniers.

La « feuille de route » ainsi définie nous permettra d'accompagner les prestataires pour mieux répondre aux attentes de leurs clients. Ce travail ne pourra être mené à bien sans la collaboration de chacun. Mon ambition, au travers du rôle de coordinateur de l'échelon départemental, est de conforter, ensemble, notre agilité et notre réactivité pour permettre à notre destination d'occuper sa juste place.

Il nous faudra régulièrement actualiser ce travail pour suivre l'évolution des marchés. Je vous donne donc rendez-vous à cet effet à l'automne 2024.

Catherine LHÉRITIER



PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE

Elle a pour but de co-construire avec les acteurs concernés une feuille de route commune et partagée : les grandes orientations stratégiques permettant de favoriser le développement touristique de notre territoire d'ici à 2028, mais aussi de premières actions susceptibles d'être engagées dès 2023.

Lancée au début du printemps, elle a connu 2 temps forts :

- 1 Une enquête conduite en lien avec l'Observatoire de l'économie et des territoires au cours du mois de juin : 1 000 opérateurs du territoire interrogés, un peu plus de 300 réponses et de premiers enseignements sur les attentes, les enjeux et les besoins.

En parallèle de celle-ci, une série d'entretiens a été réalisée par le cabinet Protourisme qui a accompagné le département et l'agence de développement touristique tout au long de la démarche.

- 2 Des ateliers participatifs qui ont rassemblé une quarantaine de professionnels (*hébergeurs, sites de visite et de loisirs, offices de tourisme, têtes de réseau...*) pour valider les cibles de clientèles prioritaires et leur carte d'identité (*qui sont-elles, que recherchent-elles...*), les mettre en résonance avec l'offre du territoire, et identifier les premières orientations.



ATELIERS PARTICIPATIFS

le 21 septembre 2022
au Domaine de la Porte Dorée (Cheverny)
et le 11 octobre 2022
à l'hôtel-restaurant
la Clef des châteaux (Maslives)





AXES STRATÉGIQUES

L'activité touristique s'exerce dans un environnement en perpétuelle mutation. Pour faire face à l'évolution des comportements et des enjeux, il convient de jouer collectif. Le périmètre départemental constitue alors la bonne échelle pour animer et coordonner les actions engagées dans le cadre de ces axes stratégiques. Il est également un relais privilégié pour développer les partenariats extra-départementaux auxquels obéissent le plus souvent les logiques de marque touristique.

Pour prendre en compte ces mutations, il convient d'actualiser à intervalles réguliers les actions mises en œuvre et d'intégrer de nouvelles opportunités. La feuille de route présentée ci-après n'est donc ni exhaustive, ni figée pour les 6 ans à venir. Un point d'étape sera organisé tous les 2 ans, en lien avec les acteurs concernés, dans un format similaire à celui retenu pour la démarche initiale.

La stratégie touristique 2023-2028 du Loir-et-Cher doit répondre à plusieurs grands enjeux, soulignés par les travaux collectifs menés ces derniers mois :

- Porter et valoriser les grandes marques touristiques du territoire, le Val de Loire et la Sologne.
- Conquérir et fidéliser les cibles de clientèles prioritaires partagées de notre destination.
- Prendre en considération les défis majeurs de développement durable et de mobilité vertueuse.
- Renforcer l'exigence de qualité pour l'ensemble des prestations composant le "parcours client", et être proactif pour disposer des ressources humaines nécessaires à l'activité touristique.
- Garantir et conforter la cohésion des acteurs qui font l'économie touristique de notre département.
- Proposer aux habitants et aux visiteurs la découverte d'un territoire vivant et animé tout au long de l'année.

Cette stratégie prend en compte 4 clientèles cibles et s'articule autour de 4 grandes orientations

P. **13**

Clientèles cibles

P. **15**

Aménager

P. **17**

Développer et qualifier

P. **19**

Promouvoir et accueillir

P. **21**

Animer



CLIENTÈLES CIBLES

Les travaux menés avec les opérateurs touristiques ont permis de retenir 4 cibles de clientèles prioritaires partagées :

LES FAMILLES

public traditionnel en recherche d'activités ludiques et pédagogiques mais également de loisirs doux de pleine nature. Très attentives au bien-être et à la sécurité des enfants, elles cherchent des hébergements leur permettant d'être autonomes et de préparer leurs repas, mais s'accordent quelques exceptions en se tournant vers une restauration simple et pratique.

LES VÉLOS-FLÂNEURS

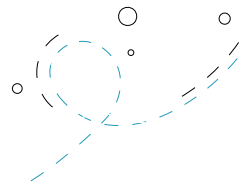
en recherche d'un environnement naturel de qualité, à forte identité locale, ils sont adeptes de découvertes et d'activités de nature. Ils valorisent le contact humain, souhaitent être accompagnés, rassurés, conseillés... Ils sont sensibles au rapport valeur/coût des prestations qu'ils vont consommer. En séjour, ils sont attachés à ne pas rater les lieux emblématiques du territoire et à profiter des richesses de son terroir.

LES COUPLES URBAINS BRANCHÉS

sans véhicule, ils cherchent à faire un break et à s'évader de manière accessible et écologique. Ils sont en recherche de différenciation et d'esthétisme, d'insolite et d'atypique. Ils doivent toujours rester connectés. Adeptes de dégustations, de bien-être, ils privilégient les excursions et les courts séjours.

LES SÉNIORS ACTIFS

ils s'organisent à l'avance pour trouver un hébergement authentique et de charme. Ils sont sensibles à l'offre de restauration, de visites et d'activités. Ils privilégient les périodes hors vacances scolaires et les ailes de saison. Ils exigent un certain niveau de confort et de services. Ils attendent une expérience gastronomique, culturelle et même artistique et souhaitent découvrir l'identité du territoire et son terroir.





AMÉNAGER

Les travaux ont montré la pertinence de capitaliser sur les itinérances douces et le "slow tourisme", ainsi que la nécessité de conforter l'intermodalité.

1

Accompagner le développement des voies cyclables et des infrastructures nécessaires à la pratique des itinérances douces.

L'offre sera pensée dans son ensemble en intégrant la création de liaisons et cheminements sécurisés, mais également les aménagements connexes : aires d'accueil et de services, mise en valeur des points d'intérêt, offre de restauration possible dans les communes traversées...

2

Formaliser la gestion des itinéraires *(collecte et traitement de données, remontée des problèmes rencontrés par les usagers...)*.

3

Engager une réflexion avec l'ensemble des parties prenantes pour expérimenter des solutions de mobilités vertueuses, adaptées aux comportements des touristes en séjour. Il s'agira de traiter collectivement la problématique de l'intermodalité des différents modes de transport (*train, vélo, navettes vers les sites majeurs, véhicules de location, autopartage, taxis...*) et de travailler spécifiquement sur l'enjeu du « dernier kilomètre », celui qui permet l'accès à son hébergement ou à son activité.



© Joël Damase

DÉVELOPPER



ET QUALIFIER

Pour répondre aux attentes des clientèles retenues, il est apparu nécessaire de poursuivre la structuration de l'offre de restauration, de qualifier et thématiser l'offre d'hébergements, et d'accompagner les professionnels dans l'accueil des ressources humaines nécessaires à leur activité.

1

Promouvoir une offre de restauration de proximité et valoriser les productions locales auprès des touristes.

2

Favoriser la coordination de l'offre de restauration.

3

Poursuivre la montée en qualité et la thématisation des hébergements touristiques (*offres adaptées à l'itinérance, offres atypiques/insolites...*) et identifier les bassins sur lesquels développer de nouvelles offres d'hébergements collectifs (*hostels par exemple*).

4

Accompagner en lien avec les opérateurs touristiques la recherche de compétences après avoir précisé les besoins pour être en mesure d'apporter une réponse globale (*prospection, hébergement, mobilité...*).



PROMOUVOIR



reblat Avon	N	Hall 1	14h43 Grenoble
tainiebleau	N	Hall 2	14h43 Milano Porta Garibaldi
Roch	N	Hall 3	14h45 Laroche Migennes
n	N	Hall 2	14h55 Lyon Perrache
	N		15h01 Nice via Marseille
	N		15h01 Nice via Marseille
	N		15h16 GAMO
	N		15h18 Milano Centrale
	N		15h37 Marseille



ET ACCUEILLIR

Les prestataires touristiques ont confirmé l'intérêt de capitaliser et de prendre appui sur les marques Val de Loire et Sologne ainsi que la nécessité de renforcer le système d'information touristique et de poursuivre la modernisation des outils web.

- 1 Coordination et valorisation des marques de destination au travers d'actions de promotion spécifiques.
- 2 Meilleure promotion du système d'information touristique, sensibilisation sur l'exigence de la mise à jour des informations saisies...
- 3 Développer une nouvelle version du site web de l'ADT privilégiant les 4 cibles de clientèles retenues.
- 4 Développer les outils de diffusion de l'information de proximité (internet de séjour...).
- 5 Valoriser et favoriser les week-ends thématiques de découverte du territoire.
- 6 Mettre en lumière le territoire en capitalisant sur certains grands événements (développer des supports immersifs et de séduction....).



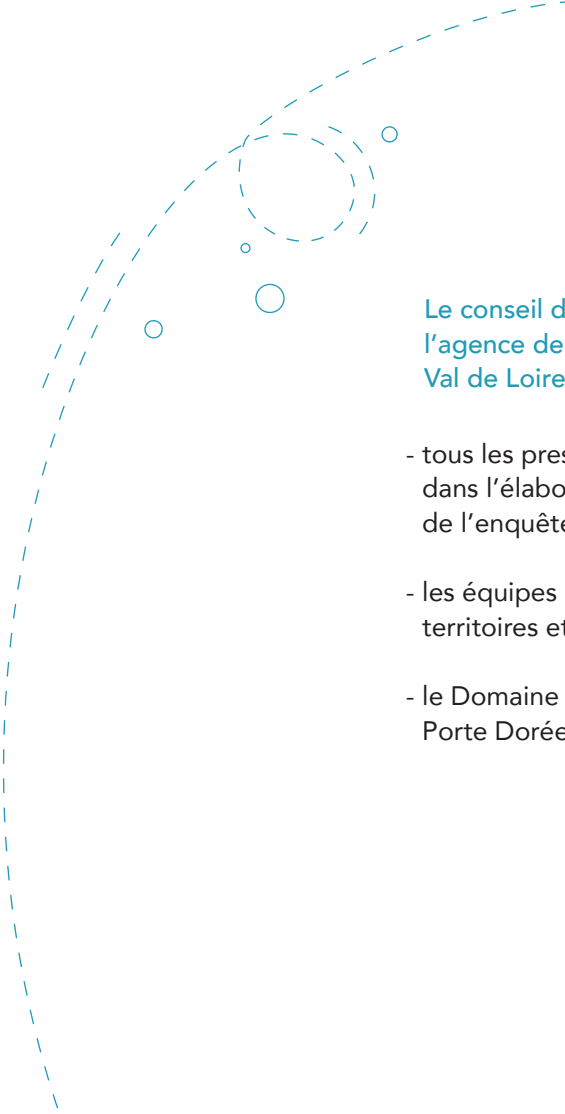


ANIMER

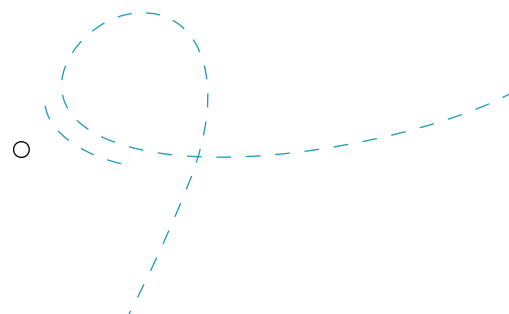
A large group of people, mostly adults, are gathered outdoors under the shade of a large, mossy tree. They are sitting on colorful deck chairs (yellow, blue, orange) and some are standing. They appear to be listening to a speaker who is standing in the middle ground. The scene is a community gathering or a public event.

Les échanges ont mis en lumière le besoin de conforter la coordination des acteurs du tourisme à l'échelle du département, et de consolider la politique d'animation du territoire.

- 1 Accentuer le partenariat entre les offices de tourisme et l'ADT (organisation de rencontres régulières...).
- 2 Mettre en place un calendrier de rencontres thématiques.
- 3 Coordonner les échanges entre socioprofessionnels du tourisme et veiller à l'intégration des nouveaux opérateurs.
- 4 Réfléchir à la diversification et à l'enrichissement de la politique d'animation à destination des touristes et des habitants.



Le conseil départemental de Loir-et-Cher et
l'agence de développement touristique
Val de Loire - Loir-et-Cher remercient :

- tous les prestataires touristiques qui se sont impliqués dans l'élaboration de cette feuille de route au travers de l'enquête ou des ateliers,
 - les équipes de l'Observatoire de l'économie et des territoires et du cabinet Protourisme,
 - le Domaine National de Chambord, le Domaine de la Porte Dorée et l'hôtel-restaurant la Clef des châteaux.
- 



departement41.fr



LOIR-ET-CHER

val-de-loire-41.com