

Présentation des orientations stratégiques du schéma de développement touristique du Loiret 2017-2021

27 octobre 2017
Grande halle de Chamerolles



TERRITOIRE D'INNOVATION
WWW.LOIRET.FR



1

Forces, faiblesses et enjeux de développement

MaHoC

CONSEIL EN INGENIERIE TOURISTIQUE

1 - Les principales conclusions du diagnostic touristique

 **Environnement territorial**

Une ressource touristique attractive qui gagnerait à mieux capitaliser sur ses atouts différenciants

- 
- Une **localisation privilégiée à 1h de Paris**, principale zone de chalandise toute l'année
 - **Un territoire-étape de juin à septembre pour les Européens du Nord** en route vers le Sud de la France ou les pays méditerranéens
 - **Une présence forte de l'eau** sur le territoire
 - Un **massif forestier** très étendu et varié
 - Une dominante de **paysages doux et poétiques**
 - Quelques entités touristiques de **renom**, dont **Orléans, ville-centre**, un point de repère important pour le visiteur extérieur
 - **Un territoire attractif pour les investisseurs et les entrepreneurs**, quelques enseignes prestigieuses

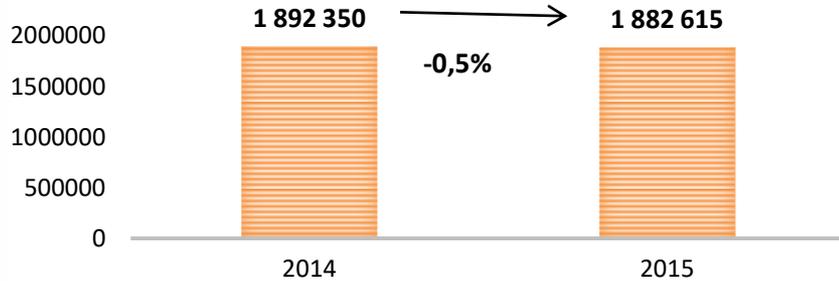
- 
- Des déplacements infra départementaux compliqués sans véhicule autonome.
 - Une desserte TER (Orléans-Tours) pas toujours fiable
 - Des **autoroutes « traversantes »**, sur le trajet des grandes migrations Nord-Sud
 - Une ressource touristique inégale en qualité et en notoriété, ce qui impose **des approches différenciées selon les territoires**

1 - Les principales conclusions du diagnostic touristique

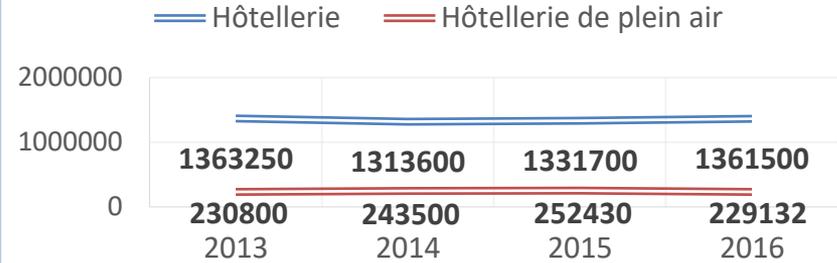
 Offre touristique

Un volume de nuitées marchandes en faible progression, impactant la performance globale des établissements

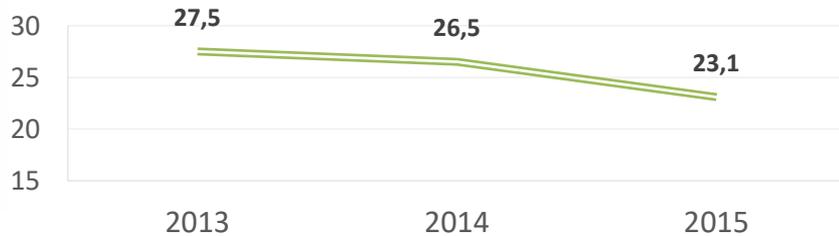
EVOLUTION DES NUITÉES MARCHANDES ENTRE 2014 ET 2015



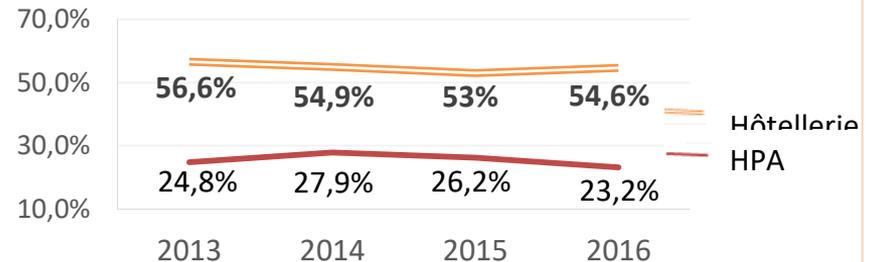
EVOLUTION DES NUITÉES EN HÔTELLERIE ET HPA



EVOLUTION DU NOMBRE MOYEN DE SEMAINES DE LOCATION DE MEUBLÉS



EVOLUTION DU TAUX D'OCCUPATION EN HOTELIERIE ET HPA



Un éventail de promesses touristiques fortes à structurer et promouvoir pour séduire les touristes d'aujourd'hui et de demain



DESTINATION HISTOIRE, PATRIMOINE ET CULTURE



DESTINATION NATURE



DESTINATION FLUVESTRE



DESTINATION AFFAIRES

Une offre touristique multiple et variée à mieux fédérer et qualifier pour élargir l'éventail de clientèles



- Une **offre d'hébergements variée**, et l'émergence de quelques **structures originales**.
- Une offre de restauration qui a beaucoup progressé depuis 5 ans.
- Un **potentiel élevé d'activités de loisirs « faciles »**, de plein air, accessibles au plus grand nombre
- Notoriété et attractivité de la **Loire à vélo** qui traverse le territoire.
- Des connexions territoriales France (Centre Val de Loire, IDF, Bourgogne) et international
- Une offre historique et patrimoniale au **caractère intimiste**
- Quelques **produits du terroir** spécifiques
- Des équipements dédiés au tourisme d'affaires, en capacité de drainer des **flux toute l'année**.

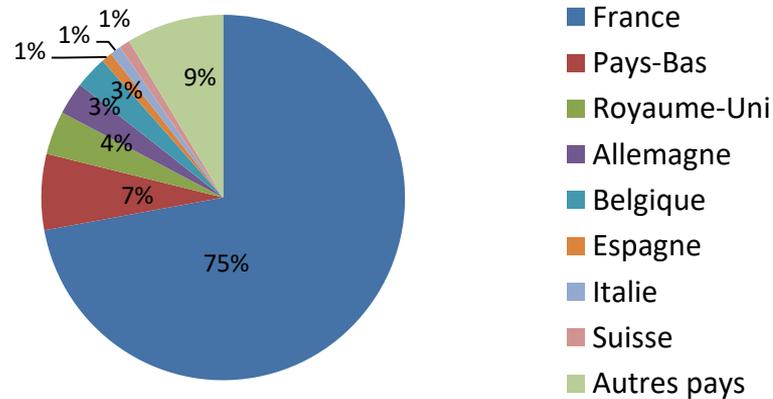
- Un parc d'hébergement qui peine à progresser en quantité et en qualité
- Des taux d'occupation globalement bas voire préoccupants (HPA et meublés),
- Certains hébergements se sont éloignés du marché du tourisme d'agrément
- Un patrimoine historique constitué de pépites/sites intermédiaires
- Une offre événementielle peu rayonnante au-delà du périmètre régional
- Un manque de services et d'aménagements de plein air le long des itinéraires
- Une offre « tourisme et handicap » à optimiser.
- Un manque de notoriété des productions agricoles du Loiret
- Des points d'attractivité touristique trop méconnus au regard de leur originalité

1 - Les principales conclusions du diagnostic touristique

 Clientèles et perceptions

Une clientèle aux trois quarts française – dont un quart de franciliens - et une clientèle étrangère principalement européenne ; une majorité de seniors et de « repeaters ».

Origine de la clientèle en 2015



Source : ADRTL – L'économie touristique 2016

Origine de la clientèle française en 2014

24%	Viennent d'Ile-de-France
9%	De Rhône-Alpes
8%	Des Pays-de-la-Loire
7%	Du Nord-Pas-de-Calais
6%	De Normandie
5%	De Bretagne

Source : CRT – Etude 2014

Les clientèles

QUI SONT-ELLES ?

> **49%** de sédentaires

> **44%** d'itinérants (en progression)

QUE FONT-ELLES ?

- Des séjours permettant de découvrir le **patrimoine historique et architectural** du département, **son environnement naturel et sa gastronomie**
- Une préférence pour l'hébergement en **hôtellerie**

COMMENT PERÇOIVENT-ELLES LE LOIRET ?

- Une **perception très clivée** chez ceux qui le connaissent : une nature douce et apaisante qui provoque de **l'enthousiasme** chez certains, de l'ennui chez les autres,
- Ceux qui ne connaissent pas le territoire lui associent une **image plutôt négative – vide et désuet** - parfois proche du cliché ;
- Orléans joue un rôle de point de repère.

Une e-réputation portée par des amoureux du Loiret autour d'un tryptique Nature-Culture-Douceur de vivre



Les principaux sites associés à la destination Loiret

- **La ville d'Orléans** : le centre historique et le Parc floral pour les touristes, la ville et la forêt d'Orléans pour les locaux
- **Les châteaux** (Sully, Chameroles, Beaugency, Ferté St Aubin,...)
- **Les bords de Loire**, comprenant ses différents usages : Loire à vélo, balades fluviales ou fluvestres



Les visuels les plus souvent associés à la destination

- **Patrimoine surtout** (ville d'Orléans et châteaux, ainsi que les ouvrages d'art)
 - **Bords de Loire et l'eau en général** (canaux)
- ⇒ Deux types : des visuels très esthétiques, très travaillés (jeux d'ombre, de lumière, de brume...) et d'autres plus simples montrant des moments de vie (canards au bord de l'eau, balades en vélo, enfants)



Les registres de communication utilisés par les internautes pour parler de la destination

Un vocabulaire affectueux, presque familier avec la destination :

- De nombreuses évocations de **douceur**, de **ressourcement**, de **havre de paix** = **le Loiret s'apprécie en mode « slow tourisme »**
- Les sites sont perçus comme à **taille humaine, rassurants et idéaux pour les familles** : « *charmants villages* », « *châteaux mignons* », « *sympas* », « *pépète à découvrir* »
- Un **attachement au territoire** affiché par les visiteurs et les habitants, qu'ils soient bloggeurs, photographes ou amateurs (ex : #Orléansmaville)

Un territoire attachant capable de fidéliser, mais qui doit surmonter une image/des a priori négatifs pour conquérir de nouveaux marchés dans un contexte concurrentiel disputé



- Un territoire en capacité de séduire des clientèles de provenance variée.
- Des segments de clientèles à privilégier : comme les Franciliens (consommateurs de courts-séjours et pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne), ainsi que les citadins Européens mais également les groupes.
- Une proportion de clientèles fidèles élevée
- Un territoire qui porte en lui des valeurs fortes et différenciantes :

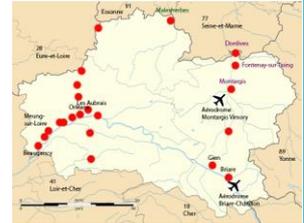
Calme et discrétion	Douceur poétique
Langueur romantique	Plein de charme
À taille humaine	Rassurant
- Un territoire au potentiel affectif profond de la part de ses clients et prospects

- Le Loiret souffre de la concurrence de territoires au positionnement proche mais plus marketés
- Des a priori relativement négatifs en termes d'image dus à une certaine méconnaissance du territoire, de son décor, de son offre
- Des valeurs fortes mais qui nécessitent un travail marketing plus conséquent
- Un taux d'adhésion aux réseaux sociaux qui reste faible
- Un taux de contribution en termes de publication post expérience encore faible
- Les locaux (habitants et socioprofessionnels) ne semblent pas suffisamment investis en tant qu'ambassadeurs de leur territoire

2 - Les conclusions stratégiques et les enjeux d'avenir

Des potentialités à exploiter en phase avec des valeurs sociétales montantes

- **Un territoire vert et doux qui répond parfaitement aux besoins des citoyens en recherche de « rupture » (country break), à la condition de faciliter la lecture du territoire pour rassurer le visiteur sur ce qu'il va y trouver**
- **Les canaux et les sites patrimoniaux intimistes : des « aspérités » ou éléments de dépaysement en capacité de différencier l'offre loirétaine sur l'échiquier touristique...**
- **Des continuités naturelles avec des territoires voisins dotés de locomotives touristiques en termes de flux et/ou de notoriété**
- **Des secteurs économiques d'excellence qui peuvent aider à dépasser les préjugés négatifs que peuvent avoir certains touristes prospects : agriculture, cosmétique ...**



SHISEIDO
GINZA TOKYO



LVMH RECHERCHE
PARFUMS & COSMETIQUES

Les trois enjeux d'avenir pour le tourisme

1

Un enjeu d'image pour prendre sa place dans les destinations de courts séjours « au vert » à proximité de Paris et conquérir de nouvelles clientèles.



2

Un enjeu de densification de l'offre touristique pour développer des filières/pôles touristiques structurés dans les territoires.



3

Un enjeu de qualité de l'expérience touristique tout au long du parcours client, pour allonger la durée de séjour, développer les consommations et faire revenir.

2

La stratégie touristique du Département : Orientations stratégiques, objectifs opérationnels et actions phares

- **Un schéma départemental en cohérence avec la stratégie régionale**
- **Des orientations issues d'une concertation territoriale... et près de 40 actions opérationnelles à finaliser avec vous**
- **Une mise en œuvre qui s'appuiera sur des collaborations fortes avec les prestataires, les communes, les EPCI, les offices de tourisme...**

AXE 1 :

**SOUTENIR LA STRUCTURATION DE PÔLES
TOURISTIQUES ADAPTÉS AU POTENTIEL
DES TERRITOIRES**



5 OBJECTIFS

Objectif 1 - Accompagner la montée en compétence des EPCI en matière d'ingénierie touristique territoriale pour faire émerger des pôles qui font sens pour le visiteur et dépassant les périmètres administratifs

- ↪ **Exemple d'action : Appui, conseil et développement d'une offre de services personnalisée auprès des EPCI et des OT (diagnostics de territoires, stratégie de développement touristique, audit numérique ...)**

Objectif 2 - Mettre l'accent sur le développement d'une offre fluviale et fluvestre (atout différenciant du Loiret)

- ↪ **Mise en tourisme progressive du canal d'Orléans**
- ↪ **Développement d'un « Hub fluvestre » d'excellence à Briare et reconnaissance du pont-canal au titre de grand site patrimonial du Val de Loire**
- ↪ **Montée en puissance de la vocation fluvestre de Montargis**
- ↪ **Développement et promotion de la navigation sur la Loire**

Objectif 3 - Renforcer le positionnement du Loiret sur le tourisme d'affaires

- ↳ Renforcer le partenariat avec Orléans Métropole et l'aéroport du Loiret à Saint-Denis-de-l'Hôtel
- ↳ Améliorer la visibilité des offres de tourisme d'affaires « au vert »

Objectif 4 - Renforcer la structuration de filières touristiques

- ↳ Mise en scène du patrimoine
- ↳ Renforcement du caractère différenciant des filières « loisirs de plein air » et « savoir-faire »
- ↳ Mise en tourisme des parcours cyclables et pédestres (équipements, services...)

Objectif 5 - Faire des équipements et lieux culturels des atouts majeurs du territoire

- ↳ Mise en réseau des offres culturelles, renforcement de leur attractivité et renvoi de site en site

AXE 2 :

**FAIRE PROGRESSER LA QUALITÉ DE
L'EXPÉRIENCE CLIENT DANS TOUTE LES
COMPOSANTES DE L'OFFRE**



5 OBJECTIFS

Objectif 1 – « Mettre en récit » les territoires loirétains

- ↳ « Mini-plans d’actions » concertés avec les acteurs , sur un choix de thèmes porteurs comme la rose, les productions agricoles, les prémices de la révolution chinoise à Montargis, les émaux de Briare, la faïencerie de Gien ...

Objectif 2 – Faire des équipements culturels des atouts majeurs

- ↳ Collaboration avec les acteurs culturels pour la création de véritables parcours de tourisme culturel

Objectif 3 - Accompagner la montée en qualité des offres touristiques

- ↳ Renforcement de la culture du tourisme dans les commerces et les sites de visite; *par exemple: réunions de concertation multi-acteurs en début de saison pour adapter la communication, les dates et horaires d’ouverture*

Objectif 4 - Faciliter les mobilités de sites en sites

- ↪ Valoriser les intérêts du tourisme auprès des autorités organisatrices de transports; schéma de signalisation touristique ; information sur les accès des sites pour les visiteurs non motorisés

Objectif 5 - Développer l'implication d'une communauté de prescripteurs / influenceurs dans la valorisation des offres touristiques

- ↪ Refonte de la politique des ambassadeurs
- ↪ Soutien aux ambassadeurs sur les réseaux sociaux (youtubers, blogueurs,...)

AXE 3 :

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONQUÊTE DE CLIENTELES EN COURTS SÉJOURS



3 OBJECTIFS

Objectif 1 - Développer la connaissance des offres loirétaines auprès des marchés prioritaires

- ↪ Poursuite du travail de valorisation des pôles touristiques identifiés (Gâtinais, Sologne, ...), grâce à une meilleure lisibilité (recensement et compilation d'offres, présence web...)

Objectif 2 - Surprendre dans les messages, innover dans les prises de parole

- ↪ Actions de promotion et de communication basées sur le jeu et l'esprit ludique

Objectif 3 - Poursuivre l'accompagnement des professionnels dans la mise en place de solutions de commercialisation de leurs offres sur le WEB

- ↪ Mise à disposition de solutions techniques permettant aux socio-professionnels de monter en compétences en marketing numérique

AXE 4 :

**REDÉPLOYER LA GOUVERNANCE
TOURISTIQUE EN COORDINATION AVEC LES
AUTRES ÉCHELONS COMPÉTENTS ET
TERRITOIRES DE PROXIMITÉ**



5 OBJECTIFS

Objectif 1 - Conforter, développer ou initier des partenariats plus forts avec les départements voisins

-  **Coopération Bourgogne et Seine-et-Marne en matière de canaux et vélo-route**
-  **Action avec le CRT Paris- IDF pour développer des offres « escapades » pour les séjournants d'Ile-de-France ...**

Objectif 2 - Porter auprès de la Région Centre-Val de Loire les besoins en accompagnement financier des porteurs de projets et des prestataires touristiques

Objectif 3 - Impulser un nouveau partenariat entre le Département et l'ADRTL

Objectif 4 - Développer des stratégies de conventionnement entre l'ADRTL et ses partenaires incontournables

Objectif 5 - Suivre et évaluer la mise en œuvre du schéma

3

Le Département et Tourisme Loiret aux côtés des acteurs locaux pour dynamiser le tourisme dans les territoires

L'accompagnement du Département



Le soutien du Département

La réalisation d'infrastructures et les aides à la réalisation de travaux à vocation touristique :

- Des infrastructures réalisées par le Département, en lien avec les collectivités locales:

Véloroute des canaux du Loing et de Briare (Scandibérique), étude de sécurisation et d'aménagement du canal d'Orléans, signalétique touristique sur route départementale...

- Le soutien aux investissements portés par les collectivités, dans le cadre de la politique de mobilisation en faveur des territoires:

Création de voies douces, d'aires d'accueil de camping-cars, aménagement de musées ou centres culturels, valorisation touristique des espaces publics (embellissement, signalisation, sanitaires...), travaux sur des églises...

Le soutien du Département

Les aides financières spécifiques « Tourisme » :

- **Aide à l'animation touristique pour mailler le territoire en évènements structurants**

Exemples: Heures historiques de Sully, Festival de Loire...

- **Aide aux études touristiques**

Exemples: positionnement touristique d'un territoire, étude de faisabilité, projet de route équestre européenne...

- **Soutien aux principaux organismes touristiques**

Tourisme Loiret, SHOL, Gîte de France, Mission Val-de-Loire...

Le soutien du Département

Les actions spécifiques « Culture et Patrimoine »

- **Manifestations culturelles et patrimoine**

Festival de Sully et du Loiret, châteaux de Gien, Chamerolles, Sully, musée départemental de Lorris...

- **Conseils en matière de restauration du patrimoine, en complément des aides aux investissements**

Le soutien du Département

Des développeurs territoriaux pour vous accompagner dans le montage de vos projets et vous orienter vers les experts des services du Département:

Pour renforcer le partenariat avec les communes et EPCI et favoriser la proximité, le Département a fait le choix de mettre en place **une équipe de 5 développeurs territoriaux**.

Ils sont les interlocuteurs à disposition des collectivités pour:

- **Inform**er et **conseiller** sur les aides et offres de services
- **Ori**enter vers les services et experts du Département
- **Accompagner** et **suivre les projets** en faisant l'interface avec les différents services concernés au Département

Le soutien du Département

Un projet de plate-forme d'ingénierie à disposition des collectivités et des acteurs locaux:

- Un outil pour mettre en synergie les compétences et faire émerger une offre à valeur ajoutée (Département, ADRTL, ADIL, CAUE, EPFLI...):
 - Missions de conseil et d'assistance, en particulier sur des projets transversaux.
 - Journées techniques à l'attention des techniciens des communes, EPCI, syndicats, et de leurs élus.
 - Centre de ressources et d'échanges.

L'offre de services de Tourisme Loiret



L'offre de service de Tourisme Loiret



À l'attention des porteurs de projets



Je consulte les données touristiques pour préparer mon projet

L'offre touristique

La fréquentation

Les clientèles

Les études thématiques et les bilans

Je souhaite créer ou développer mon activité

Je consulte les statistiques

Je cherche une affaire à reprendre

Je m'informe sur les aides financières

On me guide vers les bons interlocuteurs

Je suis accompagné en matière de positionnement
touristique

J'intègre un réseau et je valorise la qualité de mon offre

On me met en contact avec des partenaires ou des prestataires avec qui travailler, j'intègre une filière
Je suis accompagné en matière de démarches qualités, labels, classements

Je communique et je commercialise

Je me fais connaître

Je diffuse mon information

Je communique sur les réseaux sociaux

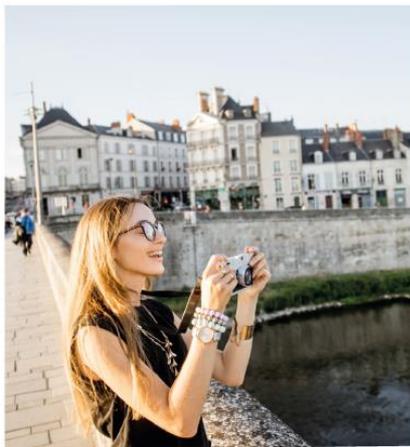
Je séduis mes visiteurs

Je vends en ligne, je commercialise mes séjours

L'offre de service de Tourisme Loiret

COLLECTIVITÉS LOCALES,

*Misez
sur le tourisme !*



À l'attention des
communes et EPCI

Diagnostics de territoires

Données touristiques clés sur le territoire: offres,
fréquentation locale/départementale,
comportements des clientèles

Audit de notoriété

Audit numérique de territoire

Stratégies de développement touristique

Diagnostic des atouts, faiblesses opportunités et menaces, pour élaborer la stratégie

Propositions d'axes de développement /
positionnement

Accompagnement à la mise en œuvre du plan d'actions

Identification de financements potentiels

Accompagnement à l'instauration de la taxe de séjour

Accompagnement à la labellisation

Accompagnement communication & commercialisation

Identification des offres et recensement

Mutualisation des moyens de communication (réseaux sociaux)

Accompagnement de mise en marché d'offres (offre sèche / offres compilées)

Création de démarches « filières » ou « affinitaires »

Equipement d'outils de commercialisation

Accompagnement dans la gestion des canaux de distribution

Force de vente (clientèle Groupes)

Accompagnement « Aménagement de l'espace » (Gîtes + ADRT)

L'offre de service de Tourisme Loiret



Offices de
Tourisme
de France

À l'attention des
offices de tourisme

Offre de services à l'attention des offices de tourisme

Conseils juridiques et réglementaires

Observation de la fréquentation des bureaux

Qualité de l'accueil, de l'information et démarche de
progrès (Qualité tourisme et classement)

Performance numérique (formation aux diagnostics
numériques de territoires, aux réseaux sociaux...)

Offre de services à l'attention des offices de tourisme

Accompagnement à la promotion
(outils: pack web, Tourinsoft...)

Accompagnement à la commercialisation
(outils: PDM et partenariat produits groupes)

Accompagnement à la coordination des acteurs
touristiques

Echanges de pratiques

Présentation du parcours de l'offre au sein de Tourisme Loiret

<https://prezi.com/p/qe2kihyproab/>