



# SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU GÂTINAIS

Mars 2019

# INTRODUCTION PAR FRÉDÉRIC NÉRAUD

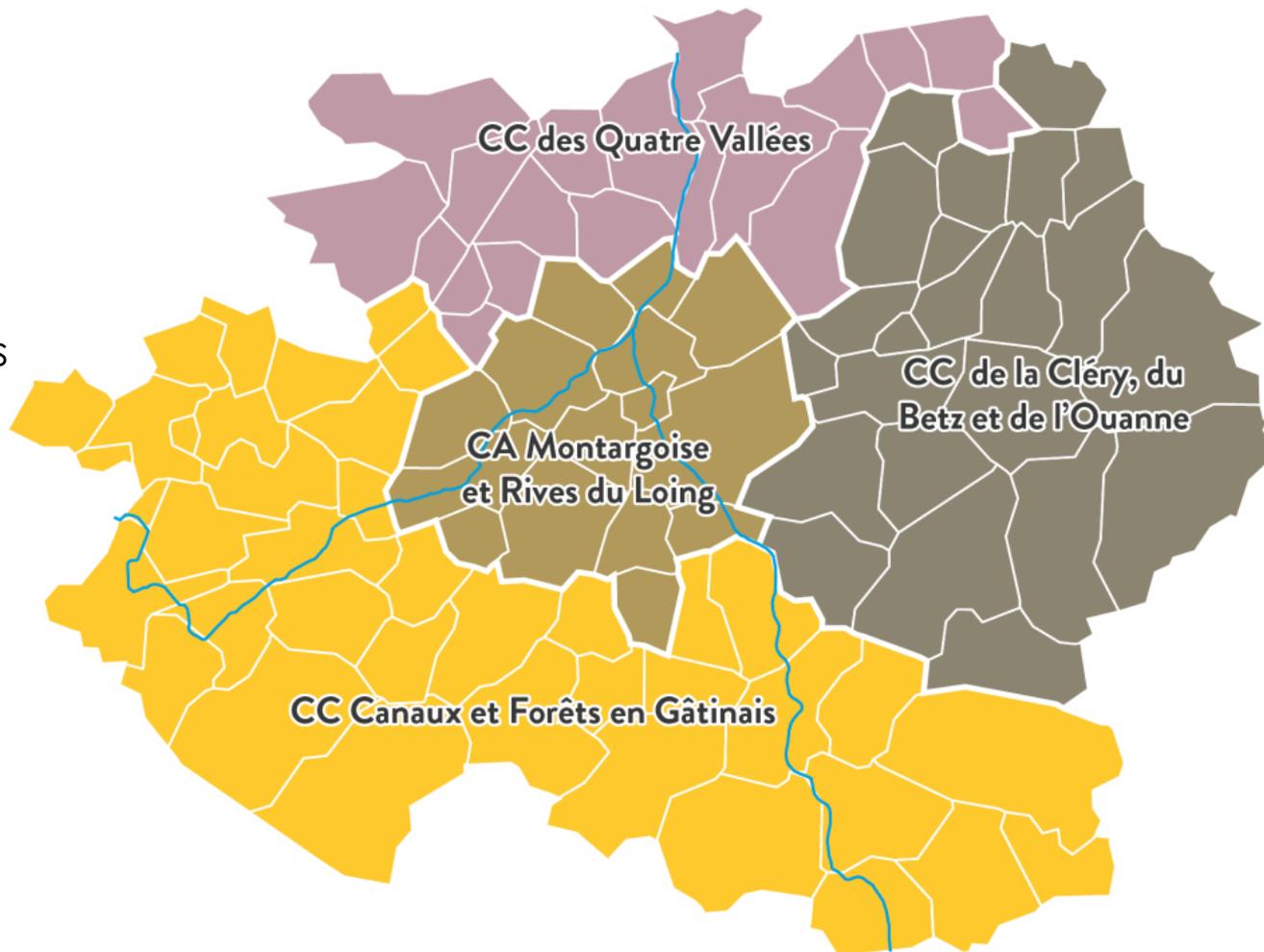
# DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

**Porte d'entrée du Loiret** à l'est du département

**Carrefour** de l'Île de France et de la Bourgogne

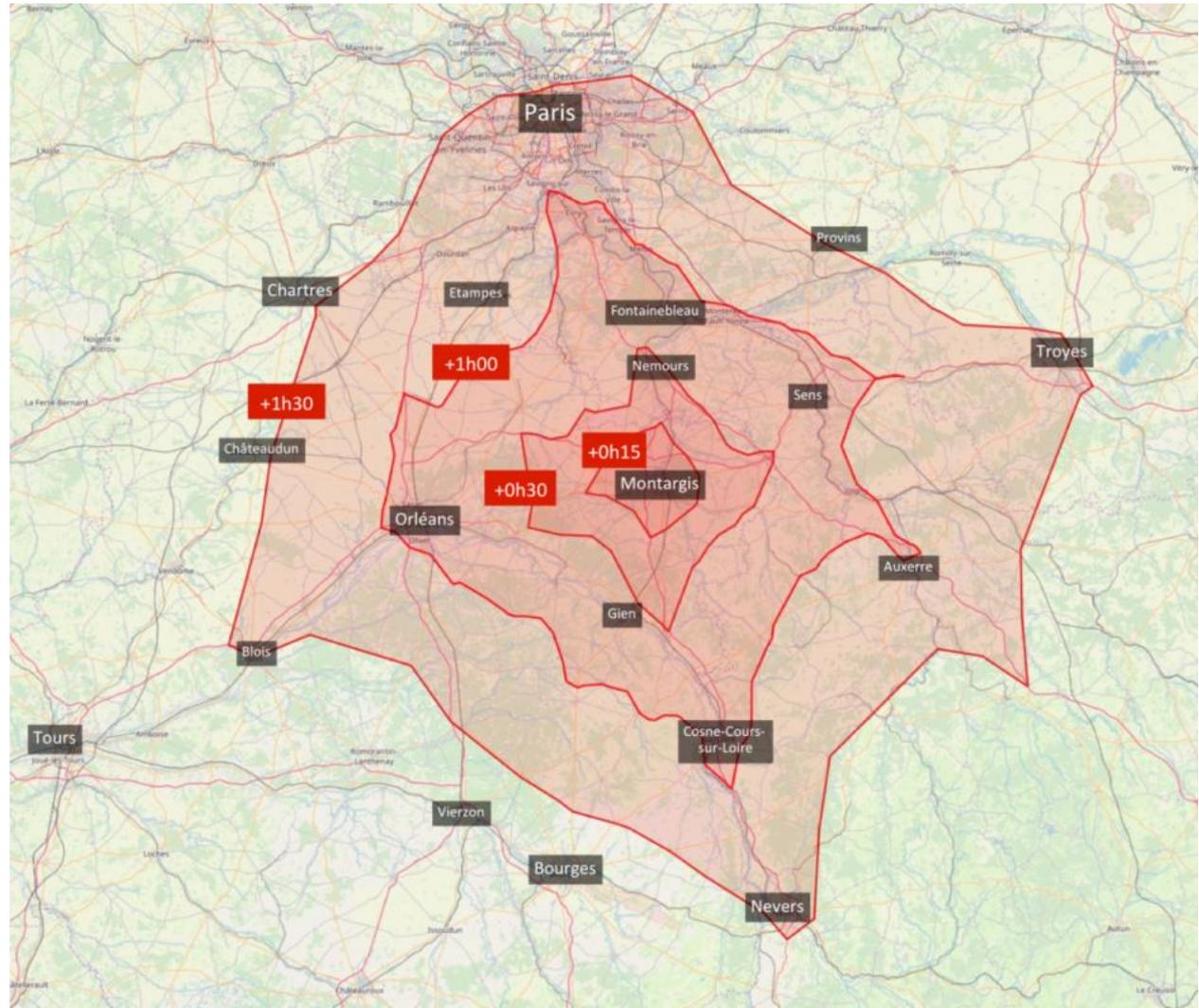


**4** intercommunalités  
**131 634** habitants  
**96** communes  
**1 771** km<sup>2</sup>



## Zone de chalandise à partir de Montargis

- A 15 minutes :  
67 802 habitants
- A 30 minutes :  
1 68 284 habitants
- A 1 heure :  
1 689 261 habitants



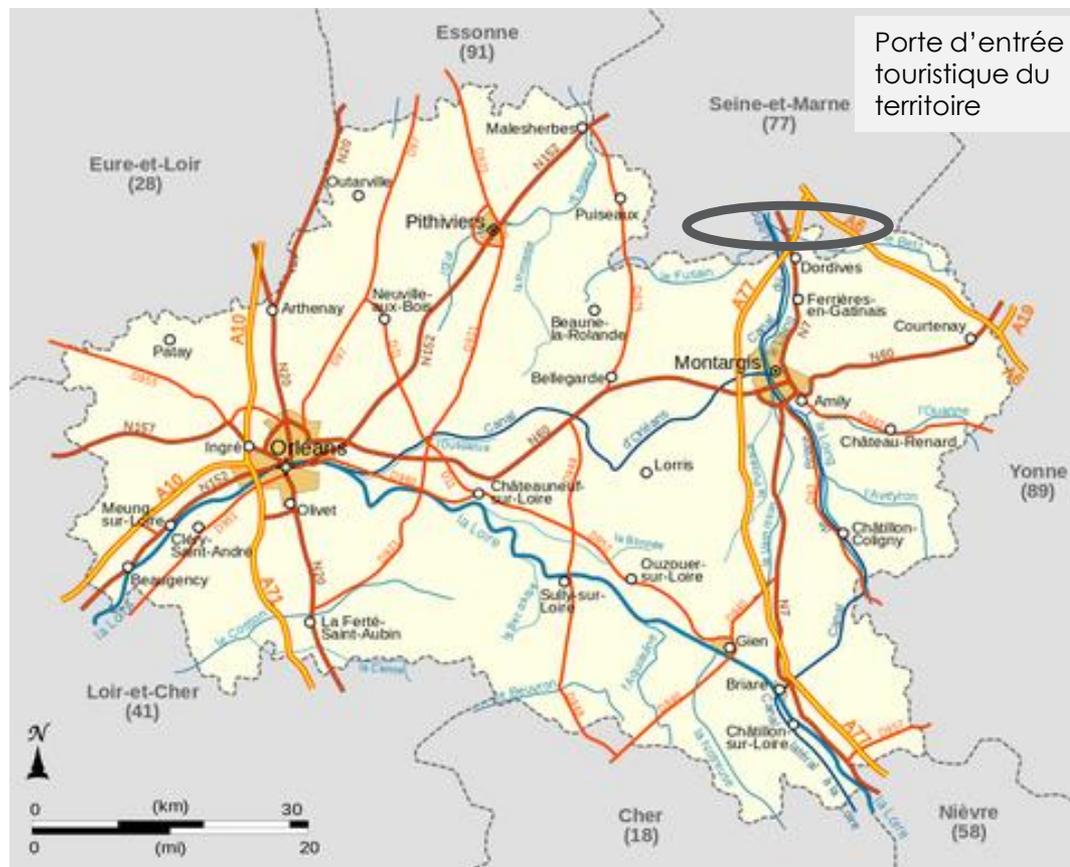
## Les atouts du territoire

Bonne desserte autoroutière.

Proximité d'Orléans et du marché parisien

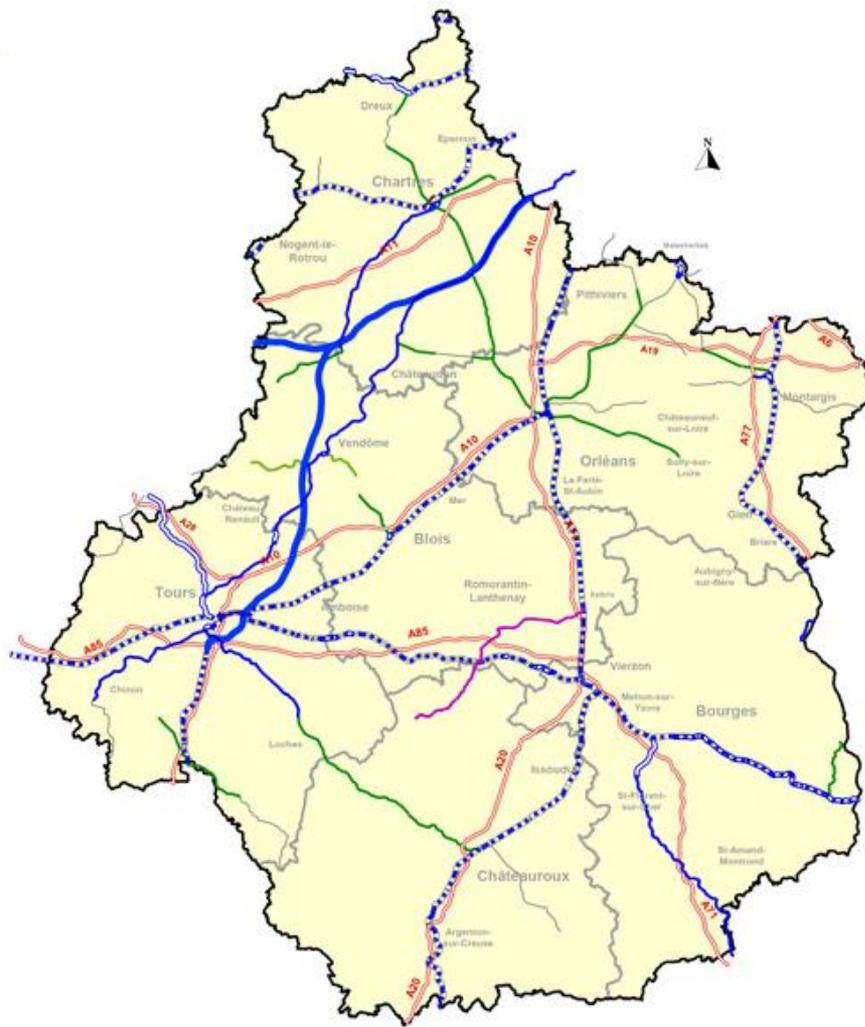
Aérodrome à Vimory

Réseau ferroviaire :  
**Ligne R du Transilien Intercités**



## Les points faibles du territoire

- Excentré des principaux flux de fréquentation touristique.
- Pas de connexion ferroviaire directe avec Orléans et le Val de Loire.
- Voiture indispensable.



### 3 234 lits touristiques en hébergements marchands

9 campings

22 hôtels

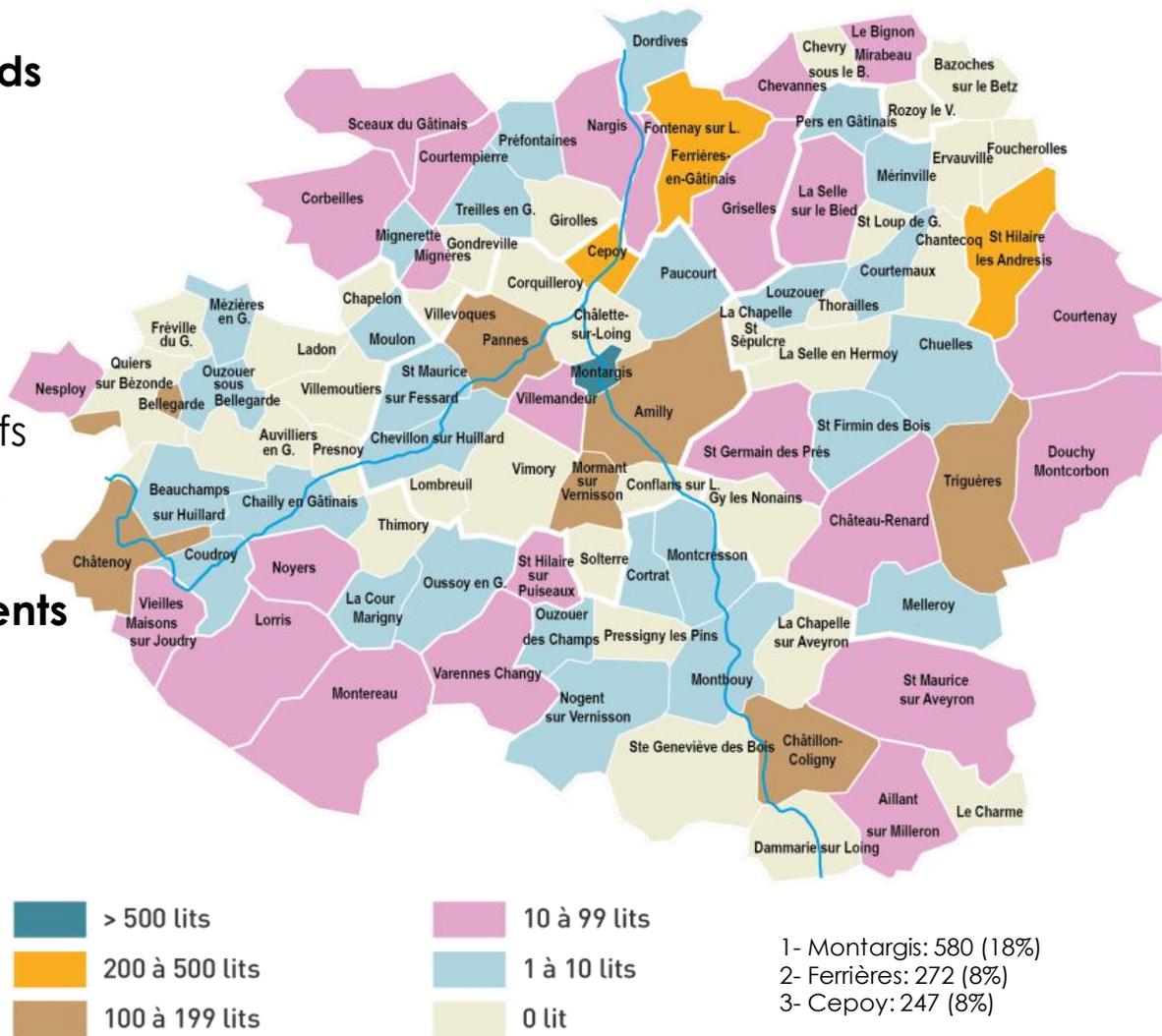
54 gîtes et meublés

7 maisons d'hôtes

6 hébergements collectifs

3 hébergements insolites

### 22 107 lits en hébergements non marchands





### Guides touristiques/labels :

20 établissements

Une centaine d'offres en restauration dans la base de données touristique régionale (pizzerias, fast-food essentiellement) **sans valorisation du patrimoine culinaire régional.**



### Spécialités gastronomiques :

praslines Mazet Montargis, safran Corbeilles-en-Gâtinais, miel du Gâtinais, bière, cidre, Cendré Pannes, Crotte du Chien Montargis dragées Médicis Ferrières.



Points forts

Points faibles



Nombreux **sites de visites** mais peu de site à forte fréquentation

**Patrimoine vernaculaire** sans mise en tourisme



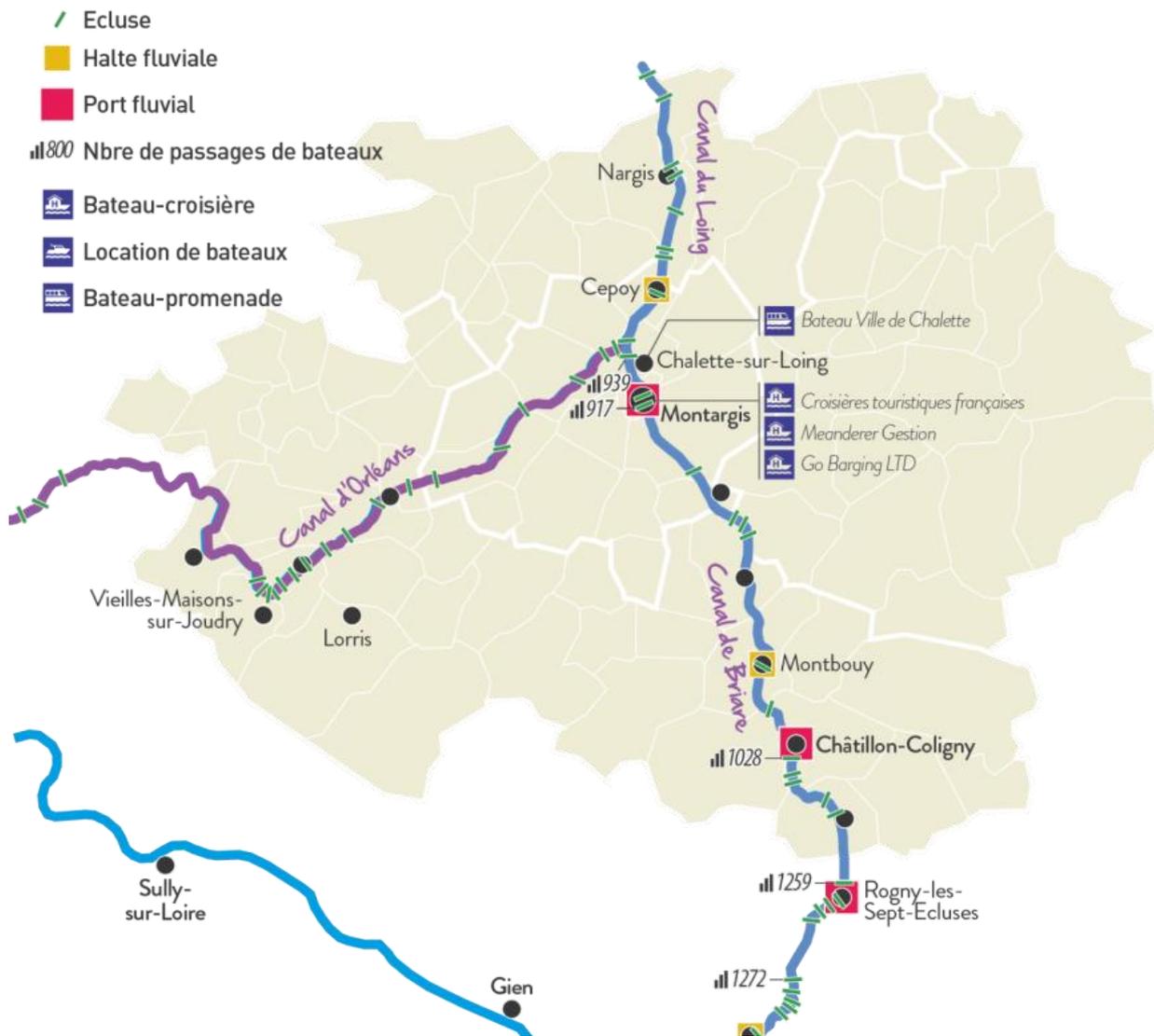
Sites de visites du Loiret	Nombre d'entrées 2018	Evolution/2017
Orléans la Source - Parc Floral	126 523	+7%
Orléans - Hôtel Grosloot	63 164	+14%
La Ferté St Aubin - Château	51 554	-8%
Sully sur Loire - Château	55 890	-6%
Basilique Notre Dame de Cléry	54 075	/
Orléans - Musée des Beaux Arts	49 234	-5%
Germigny des Prés - Oratoire Carolingien	35 391	-25%
Meung sur Loire - Château	40 152	+35%
Chilleurs aux Bois - Château de Chamerolles	34 887	+18%
Yèvre le Châtel - Forteresse médiévale	30 847	+33%
Orléans - Les Turbulences FRAC Centre	27 378	-10%
Ménéstreau en Villette - Domaine du Ciran	26 798	+5%
Orléans - CERCIL	23 408	+47%
La Bussière - Château	Non Diffusable	/
Gien - Château-musée de Gien. Chasse, Histoire et Nature en Val de Loire	17 009	-33%
<b>Nogent sur Vernisson - Arboretum des Barres</b>	16 917	+12%
St Brisson sur Loire - Château	16 000	+49%
Orléans - Maison Jeanne d'Arc	15 818	+5%
Beaugency - Château	Non Diffusable	/
Châteauneuf sur Loire - Musée de la Marine de Loire	13 212	-11%
Orléans - Musée Historique et Archéologique	13 178	+5%
Dampierre en Burly - Musée du Cirque et de l'illusion	12 448	-5%
Briare - Musée de la Mosaïque	10 158	+12%
Artenay - Musée du Théâtre Forain	9 324	+14%
<b>Amilly – Les Tanneries</b>	8 424	+13%
Gien - Musée de la Faïencerie	8 361	+4%
<b>Montargis – Musée Girodet</b>	Ouverture 15/12/18	/

## Canaux d'Orléans, du Loing et de Briare.

Tourisme fluvial

## Rivières et vallées

Projet du Département sur la thématique tourisme fluvestre « **Le Loiret au Fil de l'Eau** »



## La Scandibérique (EV3)

17 000 passages de cyclistes en 2018 au compteur situé à Nargis

Pas de boucle cyclotouristique mais étude Pays à vélo en 2018

Aménagement futur d'une véloroute le long du Canal d'Orléans



**GR® 3B**

**GR® 13**

**GR® 132**

**GR de Pays® du  
Gâtinais/Puisaye**

**140 circuits de  
promenade et de  
randonnée (PR)**



## Les sites de visites et l'offre d'activités

Points forts

Points faibles



6 Offices de Tourisme

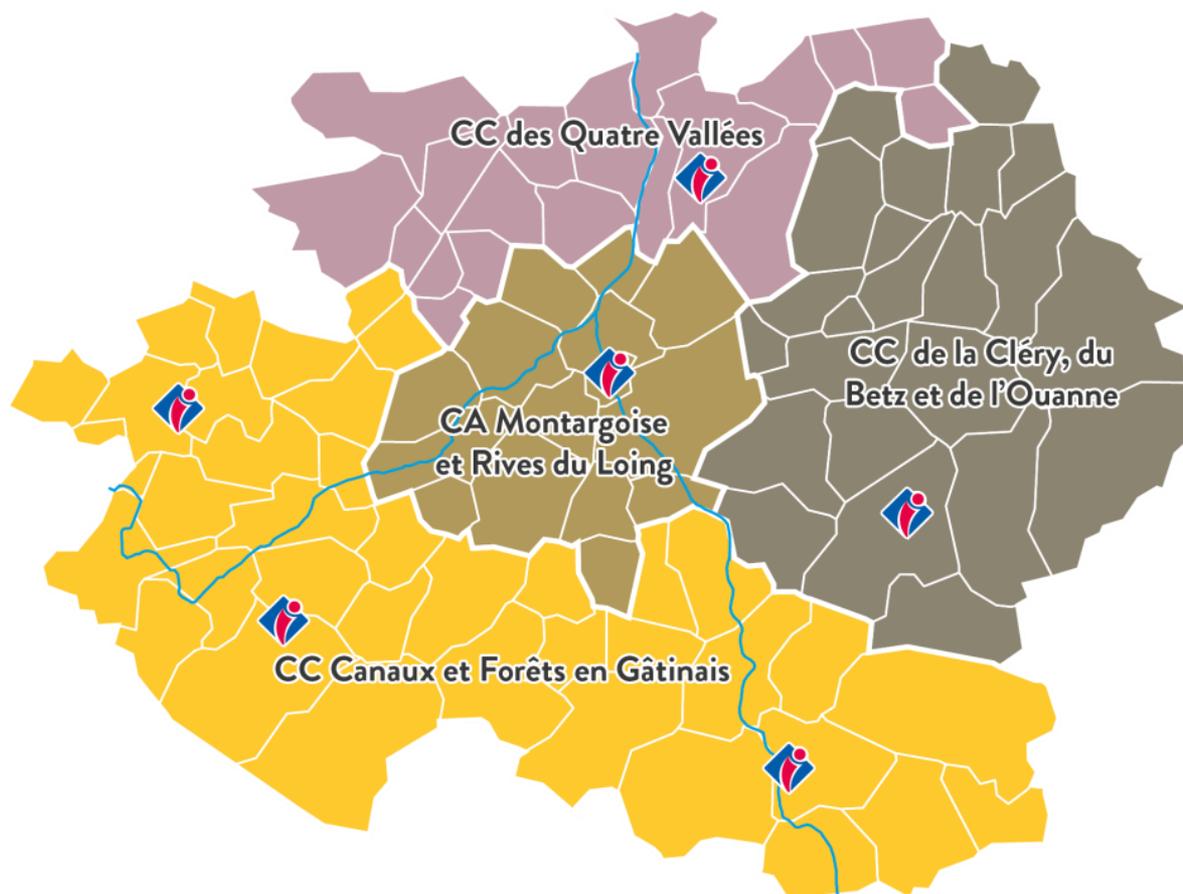
**21% des contacts du département.**

**Baisse des contacts** au guichet (-8 % en 2018)

**OT de Montargis** : 50% des contacts

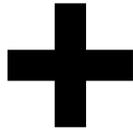
**Clientèle essentiellement française et de proximité**

**7 % de clientèle étrangère**



Points forts

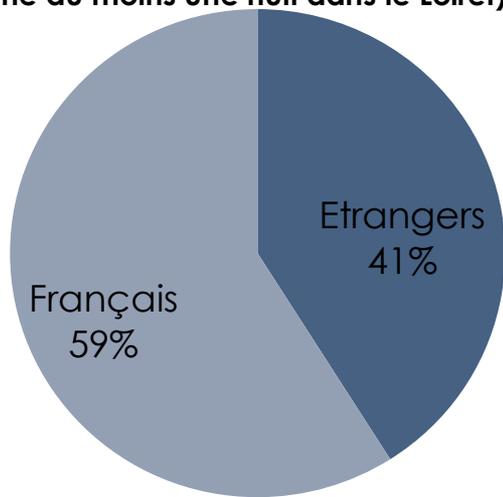
Points faibles



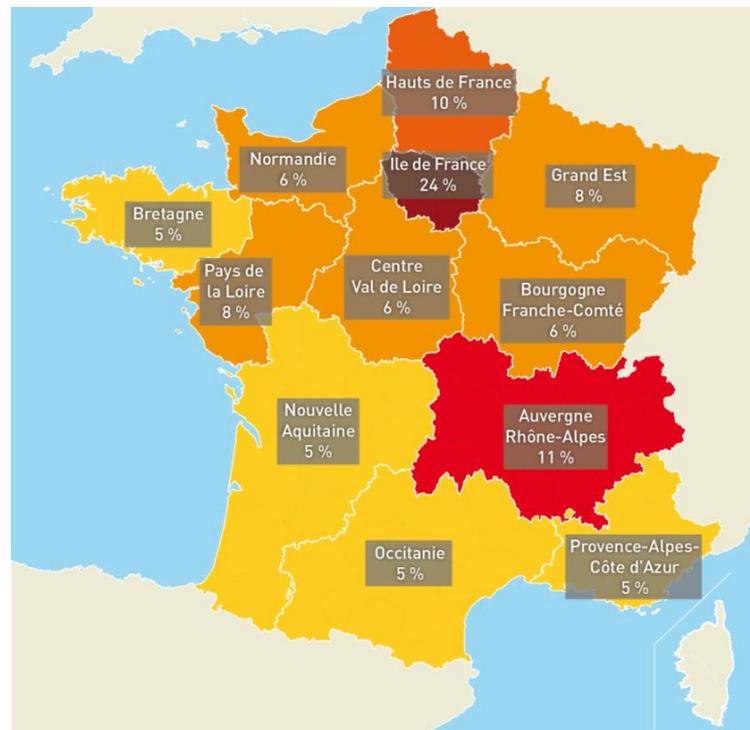
## CLIENTÈLES / NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

## Les clientèle touristiques du Loiret

Origine géographique des touristes  
(ayant séjourné au moins une nuit dans le Loiret)



Une clientèle majoritairement **française**



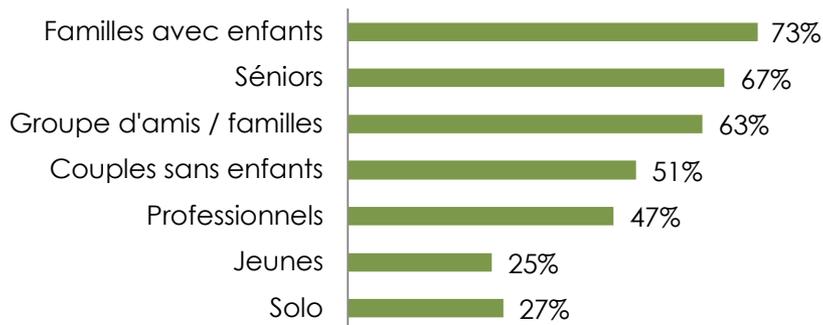
**Allemagne**  
**Pays-Bas**  
**Grande-Bretagne**  
**Belgique**

## Méthodologie de l'enquête 2018 auprès des prestataires

Questionnaire adressé à l'automne 2018 à plus de 300 prestataires (17% de répondants, soit 51 questionnaires complétés).

## Profil et origine de la clientèle

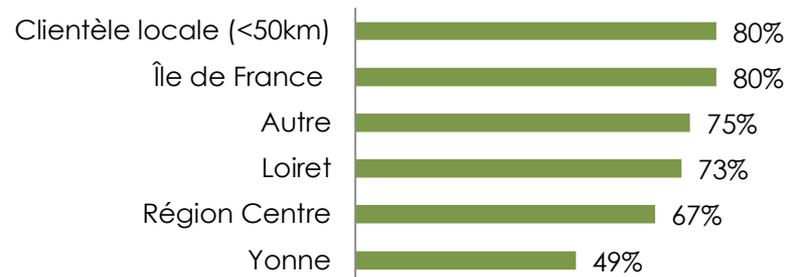
### Une clientèle majoritairement familiale



Des prestataires qui accueillent **une clientèle d'affaires à 57%**.

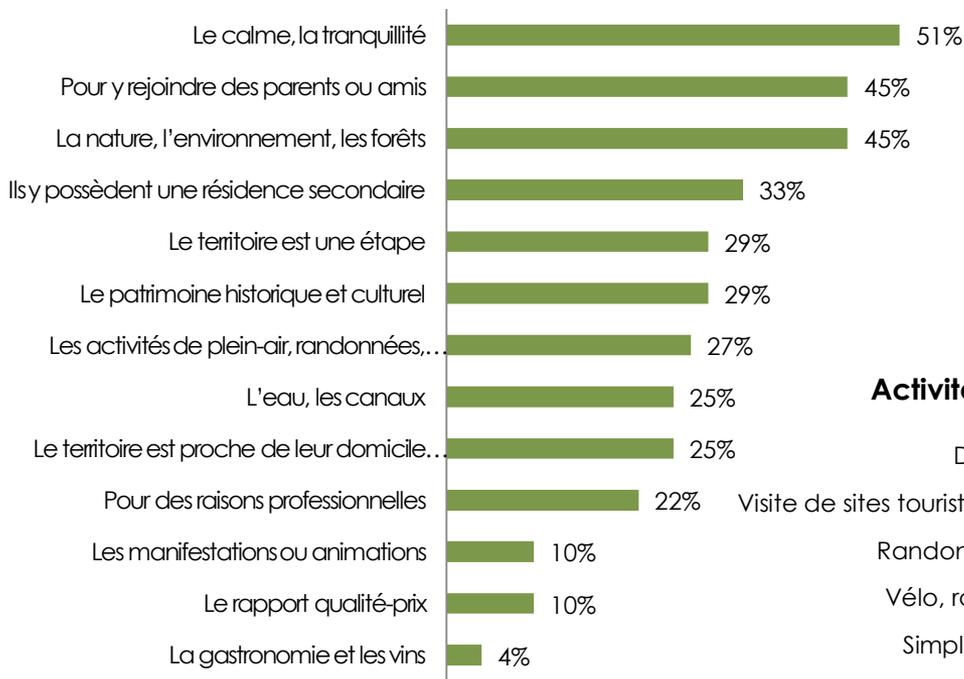


### Une clientèle locale et d'Île de France (Seine-et-Marne, Paris)



Des séjours majoritairement **inférieurs à 7 jours** : week-ends ou courts séjours en semaine

### Raisons du choix du territoire : calme, famille, nature...



### Activités pratiquées : repos, visites, rando...



## Représentation mentale du territoire

Les 4 adjectifs qui qualifient le mieux le territoire :

**Naturel**                      **Authentique**  
**Reposant/calme**                      **Diversifié/riche**

Les principaux atouts du territoire (des avis partagés) :

**La situation géographique/proximité de France**                      **La nature**  
**Le patrimoine**                      **La diversité du territoire**  
**La forte présence de l'eau**

Les principaux défauts :

**Le manque de communication du territoire**  
**L'offre touristique insuffisante**

Les éléments d'attractivité à valoriser :

**Le patrimoine**                      **Le slow tourisme\***  
**La nature**                      **Les canaux/plan d'eau**

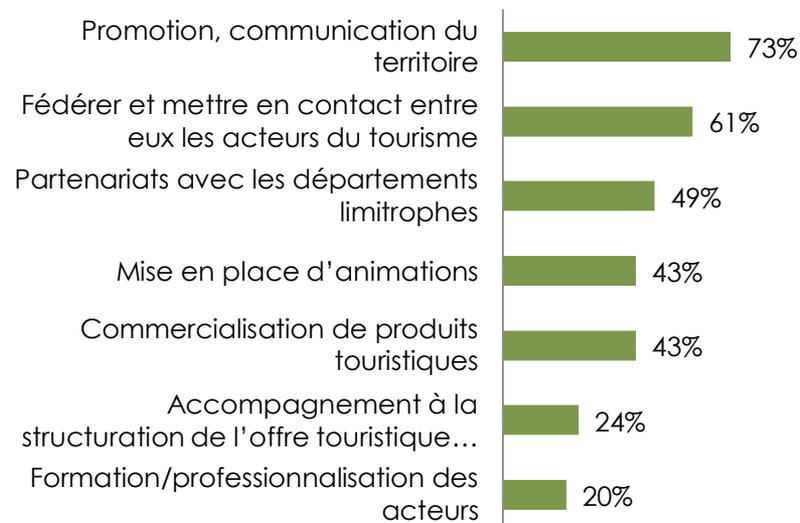
Les manques du territoire pour augmenter son attractivité touristique :

**Un meilleur accueil des touristes** (lieux physiques, signalétique, connaissance des langues étrangères, applications mobiles...)

**Des activités ludiques et originales, des évènements comme les festivals**

**Une meilleure communication/promotion et valorisation du territoire**

Les actions à développer ou à améliorer

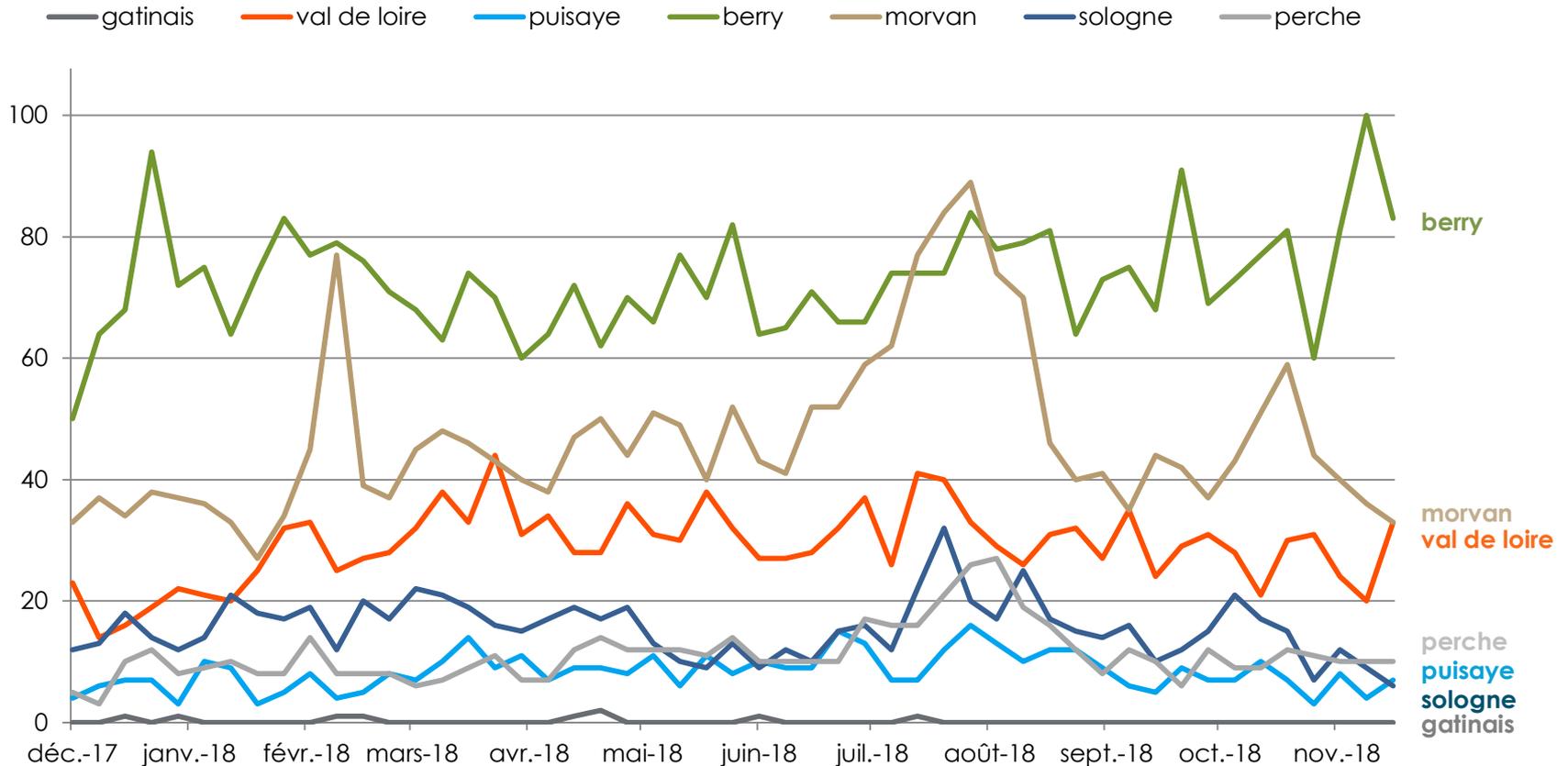


\*prendre le temps de découvrir une destination, d'apprécier les paysages, en privilégiant notamment des destinations proches et des moyens de transports moins polluants

## Notoriété touristique du territoire

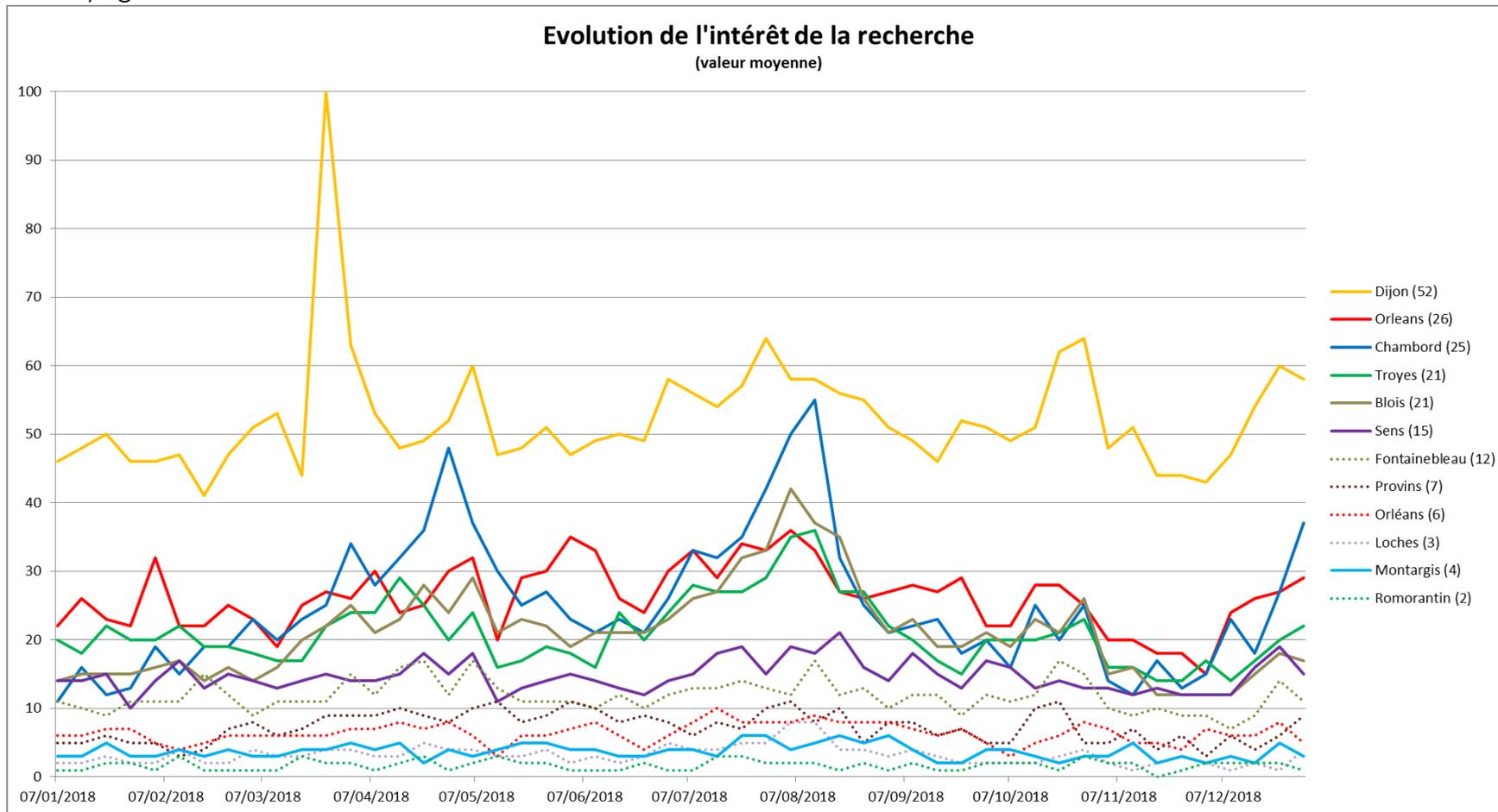
Le Gâtinais est un mot-clé très peu recherché sur Google dans un contexte « voyages ».

**Comparatif de popularité des recherches sur Google** dans le contexte d'une recherche autour de la thématique « voyages » en 2018 : mots-clés de **territoires**



Montargis est également un mot-clé assez peu recherché dans une optique « voyages » sur google.

**Comparatif de popularité des recherches sur Google** dans le contexte d'une recherche autour de la thématique « voyages » en 2018 : mots-clés de **villes**



Capacité du territoire à être  
vecteur d'attractivité  
touristique si les actions  
suivantes sont mises en place

# ENJEUX ET STRATÉGIE TOURISTIQUE

**Enjeu 1 : Construire une image de territoire commune  
: 1 Pays, 4 OT, 1 destination**

**Enjeu 2 : Renforcer l'offre touristique en s'appuyant  
sur les atouts naturels et patrimoniaux du territoire**

**Enjeu 3 : Optimiser l'organisation et l'accueil  
touristique du territoire**

## Enjeu 1 : Construire une image de territoire commune : 1 Pays, 4 OT, 1 destination

### Création d'une communication globale et de produits touristiques à l'échelle de la destination pour proposer une offre globale à la clientèle

- **Photothèque** commune
- Création à minima d'une **page portail** « Destination Gâtinais »
- Communication globale sur les réseaux sociaux
- Développement d'une **politique événementielle** partagée sur le territoire

### Faire évoluer le regard des habitants sur le territoire

- **Eductours** à l'échelle du territoire pour permettre aux professionnels du tourisme de se connaître et de connaître l'offre
- Création d'un réseau de résidents-ambassadeurs

## Enjeu 2 : Renforcer l'offre touristique en s'appuyant sur les atouts naturels et patrimoniaux du territoire

### Capitaliser sur le potentiel de la destination en matière d'offre nature et itinérance : construire une offre touristique basée sur la déambulation douce et la découverte des atouts naturels du territoire

- **Développer le tourisme à vélo** (mise en tourisme de l'EV3 , aménagement de boucles)
- Valoriser les activités autour de **l'eau** (lieux de baignade, activité pêche, tourisme fluvial)
- Structurer , qualifier et animer l'offre de **randonnée pédestre**

### Développer l'attractivité culturelle et patrimoniale

- Miser sur les **portes d'entrées du territoire** qui attirent en premier lieu les visiteurs (Ferrières sur la thématique artisanat d'art notamment et Montargis avec une offre de city break)
- Mettre en avant **l'offre secondaire** par des expériences de visites originales et authentiques (mise en scène du patrimoine, valorisation des produits du terroir et de la gastronomie)

### Structurer, qualifier et développer l'offre d'hébergement touristique

- Mieux connaître **l'offre locative**
- Inciter à la **qualification** et à la **thématisation** des hébergements existants
- Professionnaliser les hébergeurs (charte accueil, pack hébergeurs...)

## Organisation/gouvernance

- Besoin de **coordination** pour la mise en œuvre des actions du schéma (création d'un poste à minima en charge de la coordination du plan d'actions et recherche de financements)
- Placer les **professionnels** au cœur de la stratégie : fédérer et animer le réseau des professionnels, adhésion au niveau du territoire dans sa globalité
- Création d'un **observatoire** touristique

## Accueil dans les murs

- Optimiser l'accueil par le **réaménagement** des OT (espace accueil, wifi, espace numérique, boutique, vitrine, valorisation de l'artisanat et produits locaux, coin enfant..)
- **Dématérialiser** une grande partie de l'information touristique (remplacer les murs de présentoirs à dépliants par des systèmes permettant aux visiteurs de sélectionner certains prestataires, de remplir un panier virtuel et de n'imprimer que le nécessaire)

## Accueil hors les murs

- Créer, former et animer un réseau de PIT (**Point Information Tourisme**, réseau de mobiliers répartis sur tout le territoire, là où les flux de visiteurs sont importants (campings, restaurants, sites de visites, etc...))
- **Délocaliser** les formes de l'accueil traditionnel afin de se rendre sur les lieux où les flux de visiteurs sont importants (ex : antenne saisonnière multi- service le long des canaux : location vélo, rafraichissements...)

Tourisme Loiret reste à vos côtés pour la mise en œuvre de ce schéma.

Schéma de développement touristique du Gâtinais – Mars 2019

Etude réalisée par le Pôle Structuration de Tourisme Loiret