



Le Président,

17.01.04

Rapport du Président du Conseil régional

à la Séance Plénière

Réunion du 2 mars 2017

Adoption de la Stratégie Régionale du Tourisme et des Loisirs – 2016-2021

I - CONTEXTE GENERAL

Le tourisme est une compétence partagée et la loi (article L131-1 du Code du Tourisme) précise le champ d'intervention de la Région comme suit :

« Dans le cadre de ses compétences en matière de planification, la région définit les objectifs à moyen terme du développement touristique régional. Le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs fixe les modalités et les conditions de mise en œuvre des objectifs ainsi définis par le plan régional, notamment en matière de financement ».

Un important travail de concertation avec les acteurs institutionnels, professionnels et associatifs a été mené pour élaborer la nouvelle stratégie de développement touristique 2016-2021 :

Un forum dédié au tourisme a été organisé en 2016 dans le cadre de l'élaboration du Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation. Par ailleurs, des rencontres bilatérales avec les élus des Départements et des Communautés d'agglomération en charge du tourisme ont été organisées afin de veiller à la cohérence et à l'articulation des stratégies régionales et territoriales.

Les travaux menés dans le cadre de la Conférence Territoriale de l'Action Publique (CTAP) ont également participé à cette mise en cohérence.

Enfin, des rencontres de terrain et des groupes de travail thématiques ont permis d'associer étroitement les professionnels du tourisme à la définition des orientations de la nouvelle stratégie. Ils ont par ailleurs été conviés aux Rencontres Régionales du Tourisme organisées le 22 novembre 2016 et dédiées à la présentation des nouvelles orientations régionales.

Cette méthode participe à une prise de conscience collective des enjeux et des objectifs à atteindre, pour porter une grande ambition partagée en faveur du tourisme régional.

II - PRESENTATION DE L'OPERATION ET ELEMENTS D'APPRECIATION

Fruit d'une démarche de co-construction et s'appuyant sur un diagnostic nourri de l'offre et des clientèles touristiques, la Stratégie régionale du tourisme et des loisirs porte des objectifs ambitieux. Pour la Région, le tourisme doit être à la fois un levier pour le développement économique et l'emploi, un moyen d'équilibrage des territoires et enfin une activité accessible à tous.

Le modèle de développement touristique soutenu par la Région consiste à fidéliser une part croissante des visiteurs, notamment les clientèles de proximité (France et Europe), afin qu'ils reviennent effectuer plusieurs séjours dans notre région. Cette stratégie suppose d'offrir une qualité et une diversité d'offres garantissant un fort niveau de satisfaction et des occasions de séjours renouvelées. La qualité constitue ainsi le fil conducteur de la stratégie et doit concerner tous les maillons de la chaîne de l'accueil, mais également tous les niveaux de confort.

L'ambition portée par la Région est de devenir une référence au niveau européen du tourisme de la douceur et de l'art de vivre. Ce positionnement s'appuie sur nos atouts (nature-culture-art de vivre) mais aussi sur les attentes et les motivations des clientèles, qui aspirent désormais à une nouvelle façon de faire du tourisme : besoin de ressourcement, de rupture (temps et espace) et de partage (prendre le temps, rompre avec les rythmes urbains, se reconnecter aux terroirs et aux racines, prendre soin de soi...).

La stratégie 2016-2021 se déclinera en quatre axes : le renforcement des atouts majeurs de notre région ; la structuration de nouvelles offres pour enrichir l'expérience-client ; le développement de la professionnalisation et de la qualification des acteurs du tourisme ; une stratégie marketing tournée vers la séduction, la fidélisation et la mise en valeur de la qualité.

- **1^{er} axe : Renforcer les atouts majeurs du tourisme en région Centre-Val de Loire**

Les atouts touristiques majeurs de la région reposent sur son patrimoine culturel et naturel, la notoriété du Val de Loire et des marques touristiques régionales, mais aussi la qualité et la reconnaissance de son offre de tourisme à vélo.

Sur ce dernier point, la Région ambitionne de devenir une région de référence du tourisme à vélo au niveau européen en s'appuyant sur sa position de leader atteinte grâce à La Loire à Vélo et sur les nouveaux projets en matière d'aménagement et de services.

Les itinéraires vélo doivent être envisagés comme des moyens de découverte et de valorisation des territoires ; c'est pourquoi, les projets de construction des nouvelles véloroutes seront enrichis d'un projet touristique de territoire intégrant les services, l'accueil, l'animation et la promotion.

Compte-tenu de sa nouvelle compétence en matière de transport, la Région dispose désormais d'une réelle opportunité pour développer l'intermodalité touristique (vélo/train/car) pour innover le territoire régional et améliorer son maillage.

La stratégie de marques touristiques régionales sera poursuivie car elle a fait preuve de son efficacité au cours de la stratégie précédente. Si le Val de Loire a été désigné « marque mondiale » par Atout France, il convient de capitaliser sur sa notoriété à l'international et de soutenir les offres qui sont en adéquation avec les valeurs de la marque.

Concernant le patrimoine culturel, plusieurs axes de travail sont retenus :

- conforter la dynamique de réseau des grands sites du Val de Loire qui constituent la vitrine et la locomotive du tourisme régional,
- renforcer l'attractivité des sites patrimoniaux grâce à la qualité et à l'innovation,
- soutenir les événements qui prennent appui et animent le patrimoine,
- renforcer le positionnement « Jardin de la France » grâce à la diversité et la qualité des parcs et jardins,
- élargir la définition et la valorisation du patrimoine au patrimoine littéraire et artistique (maisons d'écrivains, vallée des peintres de la Creuse,...).

- **2^{ème} axe : Enrichir l'offre pour renouveler l'expérience-client**

L'hébergement constitue l'un des premiers critères dans le choix d'une destination et la restauration participe grandement à la qualité de l'expérience vécue. Or, ces deux pans de l'offre touristique régionale souffrent aujourd'hui d'un niveau de satisfaction insuffisant exprimé par nos visiteurs. Il s'avère essentiel de renforcer cette offre, afin qu'elle constitue demain un véritable atout.

Pour l'hébergement, il convient d'accélérer le développement de l'offre, de la diversifier et de renforcer le parc sur les territoires insuffisamment équipés. Cela suppose d'accentuer le soutien de la Région pour la création et la modernisation d'hébergements et de mieux accompagner les porteurs de projet.

Pour la restauration, l'ambition est de s'affirmer comme une région où l'on mange vraiment bien. L'effort doit porter à la fois sur la qualité de l'accueil et la qualité des produits afin de valoriser les spécialités et produits locaux.

Afin d'enrichir l'offre touristique et de diversifier les occasions de séjours, plusieurs filières nécessitent d'être structurées et accompagnées :

- les activités dans la nature présentent un fort potentiel de développement compte-tenu des attentes des clientèles en matière de ressourcement. La randonnée pédestre, les activités équestres, la batellerie de Loire et les sorties d'observation de la nature doivent être appréhendées comme des modes de découverte des territoires et des opportunités de vivre des expériences dans la nature,
- l'agritourisme représente une composante encore peu développée en région alors que le territoire est réputé pour ses productions céréalières et fromagères,
- l'offre culturelle mérite d'être mieux valorisée auprès des clientèles touristiques et de faire partie intégrante des composantes de l'offre touristique locale,
- les métiers d'art font partie du patrimoine régional et constituent une vitrine des savoir-faire locaux. A ce titre, une valorisation touristique de cette activité doit être engagée,
- le tourisme d'affaires offre également des opportunités de développement notamment à partir des centres de congrès mais aussi des lieux de caractère permettant de mixer voyage d'affaires et voyage d'agrément.

- **3^{ème} axe : Accompagner la montée en compétence et la mise en réseau des acteurs**

La performance d'une destination touristique dépend avant toute chose des compétences des forces vives du territoire (prestataires, offices de tourisme, institutions) et de leur capacité à travailler en réseau.

La Région apportera une attention particulière à l'emploi et la formation dans les métiers du tourisme tant pour accompagner la professionnalisation et l'adaptation des compétences aux nouveaux métiers que pour lever les freins à l'emploi dans les secteurs en tension. Par exemple, les difficultés de recrutement que rencontrent la plupart des restaurateurs constituent un frein majeur au développement, voire au maintien, de leur activité et de la qualité de leur prestation. Le Campus des métiers « Tourisme et art de vivre ensemble » doit permettre de créer un rapprochement avec l'entreprise, afin d'adapter l'offre de formation initiale et continue.

Le Comité Régional du Tourisme Centre-Val de Loire (CRT) va renforcer le programme de formation à destination des acteurs touristiques, notamment sur les volets de la qualité de l'accueil et du e-tourisme pour parfaire la maîtrise des outils numériques. Par ailleurs, il va mener une expérimentation sur plusieurs territoires visant à accompagner les professionnels dans l'enrichissement et le renouvellement de l'offre, afin de faire des acteurs touristiques de véritables « performeurs » des destinations et des marques.

Les offices de tourisme connaissent actuellement de profondes mutations et restructurations. La Région souhaite les accompagner car ils ont un rôle majeur à jouer dans les projets touristiques de territoire et la mise en réseau des acteurs. Un programme de professionnalisation va être co-élaboré avec les ADT ; pour sa part, la Région mobilisera les dispositifs financiers adéquats pour soutenir ces projets de territoire.

Les habitants ont également un rôle important à jouer dans l'accueil des visiteurs car ils peuvent faire découvrir le territoire de l'intérieur. Les formes de tourisme participatif qui permettent de créer ce lien direct avec l'habitant seront encouragées.

- **4^{ème} axe : l'expérience-client au cœur de la stratégie marketing**

La stratégie marketing mise en œuvre par le CRT sera basée sur l'expérientiel c'est-à-dire sur l'expérience vécue par le visiteur. La mise en avant de la qualité et la personnalisation des offres devient l'enjeu majeur pour conquérir et fidéliser les clientèles.

Une stratégie de séduction et de fidélisation sera déployée pour chaque marque ; elle s'appuiera sur la Gestion de la Relation Client (GRC) ce qui suppose de disposer d'outils permettant de constituer et d'exploiter une base de données permettant de connaître les profils et les attentes des clients.

L'articulation des marques et des filières sera repensée afin de s'appuyer sur les marques à forte notoriété pour renforcer la visibilité des offres jardins, vélo, gastronomie, nature... La stratégie et les outils numériques devront également évoluer pour intégrer cette nouvelle articulation et optimiser les moyens mobilisés par les actionnaires de chaque marque.

Les marques « Châteaux de la Loire » et « Val de Loire » seront les vaisseaux amiraux pour la promotion en direction des clientèles lointaines. La sélection des marchés et des moyens pour les conquérir seront opérés en concertation avec les acteurs privés et les partenaires institutionnels à partir de l'expertise du CRT et d'Atout France.

- **Pilotage de la stratégie**

La Région est responsable de la mise en œuvre de cette stratégie, mais elle souhaite s'appuyer sur ses partenaires légitimes pour accompagner la déclinaison opérationnelle de ces orientations. L'ambition et la responsabilité partagée doivent se traduire dans la gouvernance et l'organisation touristique régionale, l'enjeu étant de gagner en efficacité grâce à des méthodes de travail plus transversales entre les différentes structures (Comité Régional du Tourisme, Agences Départementales de Tourisme, Offices de Tourisme), les collectivités et les réseaux d'acteurs.

Les principes d'un schéma d'organisation de la compétence tourisme, validés par la CTAP qui s'est tenue le 8 juillet 2016, seront mis en œuvre afin de bien articuler la coopération entre les différents acteurs institutionnels sur les 5 missions partagées que sont : l'accompagnement des porteurs de projet, la promotion, l'animation du réseau des offices de tourisme, l'observation et la commercialisation.

Une concertation régulière sera organisée avec les partenaires et les acteurs pour le suivi et l'évaluation de la stratégie. Chaque année, le bilan des actions menées et les perspectives seront présentés dans le cadre des rencontres régionales du tourisme, co-organisées par la Région et le CRT.

III - PROPOSITIONS DU PRESIDENT

Je vous propose d'adopter la délibération suivante :

L'Assemblée plénière, réunie le 2 mars 2017,

Décide d'adopter la Stratégie régionale du tourisme et des loisirs 2016-2021 que vous trouverez ci-après.

François BONNEAU