STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE RÉGIONALE

Ambitions tourisme **2030**

LA RÉGION INVESTIT POUR LE TOURISME

centre-valdeloire.fr

RÉGION CENTRE VAL DE LOIRE

SOMMAIRE

p.4 **2016-2022, une forte progression du tourisme en région Centre-Val de Loire**

p.6 **Un contexte en mutation et de nouvelles priorités**

p.9 **Une stratégie touristique ambitieuse 2023-2030**

Ambition 1
Le Centre-Val de Loire, destination d'excellence de nature et de culture, catalyseur de l'attractivité régionale.

p.15 **Ambition 2**
Le Centre-Val de Loire, 1ère Région de tourisme à vélo, une destination européenne reconnue.

p.19 **Ambition 3**
Accompagner les acteurs dans les transitions écologique, numérique et l'innovation.

p.23 **Ambition 4**
Le Centre-Val de Loire, une référence en matière d'hospitalité touristique.

p.27 **Ambition 5**
Répondre aux défis de l'emploi, des compétences et de l'attractivité dans le secteur du tourisme.

p.30 **Mise en œuvre, suivi et évaluation de la stratégie**

Introduction

Forte de son engagement historique et de plus en plus remarqué en faveur du développement touristique et des loisirs, la Région Centre-Val de Loire veut aller plus loin encore avec une nouvelle stratégie ambitieuse à la hauteur des enjeux du territoire. La région Centre-Val de Loire, Jardin de la France, est une terre de gastronomie aux patrimoines historique et naturel exceptionnels.

Traversée et éclairée par la Loire inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco, elle est la région des châteaux royaux, de Léonard de Vinci, Ronsard, Balzac, Proust, Sand et de Rabelais, de vignobles et terroirs d'exception, mais aussi celle des cathédrales et des villages singuliers, celle des arts de la table, celle des parcs naturels régionaux comme le Perche, la Loire Anjou-Touraine et la Brenne, ou encore celle d'une vie culturelle remarquable.

Riche de son rayonnement et de son attractivité, la Région Centre-Val de Loire est aujourd'hui une référence européenne du tourisme autour de la nature, de l'art de vivre et de l'expérience artistique et culturelle globale magnifiquement illustré en 2019 avec les « 500 ans de Renaissance », et en toute saison avec 12 millions de personnes séjournant en région en 2022 :

• Le printemps, avec le lancement de la saison des Nouvelles Renaissances marqué par de nombreux évènements à l'image d'expositions, de spectacles, de moments de partage, comme le Printemps de Bourges, qui animent l'ensemble des territoires.

• L'été, le Centre-Val de Loire devient la 1ère Région de France du tourisme à vélo sur les 4500 km d'itinéraires existants en pleine nature, à l'image de la Loire à vélo et ses 1,8 million de visiteurs annuels (+14% en 2022 par rapport à 2019).

• L'automne, synonyme du bien manger en Centre-Val de Loire avec l'opération Automne Gourmand qui rassemble 150 restaurateurs mobilisés autour d'animations.

• L'hiver, enchanté par la magie de Noël et soutenu par la campagne de communication régionale « Envie de Noël en Val de Loire » en partenariat avec de grands sites à l'image du Château de Chambord, du Zoo de Beauval ou encore du Château des Comtes du Perche à Nogent-le-Rotrou.

La Région avec l'ensemble des acteurs touristiques a pour ambition de faire du Centre-Val de Loire une destination unique autour de la rencontre entre culture et nature, portée par des ambassadeurs exceptionnels à l'instar des jardins du domaine de Chaumont, des maisons d'écrivains (Proust, Rabelais, Sand...), des châteaux, des arboretums ou encore des nombreux parcs et jardins remarquables.

Cette stratégie, c'est l'ambition de faire vivre des expériences autour du savoir-faire en visitant une cave ou un vignoble à Sancerre, Vouvray, Cheverny, Reuilly ou Chinon. C'est aussi la découverte de la gastronomie, notamment chez l'un des 170 Maîtres Restaurateurs qui ont plaisir à valoriser les produits locaux, ou une des 2000 références labellisées « C du Centre », des 5 AOP de fromages de chèvres, des 24 AOP de vins...

C'est l'ambition de devenir une référence nationale en matière d'hospitalité touristique avec le développement d'une offre de transport intermodale irrigant l'ensemble du territoire cumulé à la qualité d'accueil des 41 658 chambres d'hôtels, emplacements de camping ou meublés de tourisme respectueux des valeurs du tourisme durable.

Le modèle de développement touristique porté par la Région se veut solidaire et responsable, et doit répondre à une évolution forte des pratiques et des offres touristiques. Il s'agit d'accompagner les propositions touristiques accessibles à tout public et tout budget afin d'encourager l'accès aux vacances pour tous, mais aussi de répondre aux nouvelles demandes et aspirations des clientèles.

Une Région empreinte d'histoire qui se tourne vers l'avenir en conjuguant art de vivre et modernité à l'image de l'installation de la fibre sur le territoire qui a permis au Centre-Val de Loire d'arriver largement en tête des choix de destination pour pratiquer les « tracances », la combinaison des vacances et du télétravail à Pâques et à la Toussaint. C'est l'illustration du souhait régional d'amplifier l'innovation numérique au service de l'expérience visite afin d'attirer davantage de visiteurs étudiants et jeunes actifs.

Cette stratégie du développement touristique est au cœur des enjeux régionaux comme l'a témoigné l'auto-saisine de Février 2023 du CESER autour de « l'Economie touristique, outil d'attractivité du territoire régional » qui conforte l'influence souhaitée de cette stratégie pour l'aménagement et l'attractivité des territoires.

Elle doit aussi bien servir l'intérêt des habitants que ceux des touristes en mettant la satisfaction de toutes les clientèles au cœur de l'action et comme indicateur prioritaire d'évaluation de la stratégie.

Enfin, la synergie des acteurs du tourisme, compétence partagée, est la clé d'une ambition réussie en mobilisant sous l'impulsion du Conseil régional et avec le Comité Régional du Tourisme, les Départements avec les Agences Départementales du Tourisme, les EPCI et Communes avec les Offices du Tourisme et l'ensemble des filières.

2016 – 2022

Une forte progression du tourisme en région Centre-Val de Loire

La Loire à Vélo

=

1,8 million
de cyclistes en 2022
soit près du double par rapport à 2015.

QUELQUES CHIFFRES

En région Centre-Val de Loire en 2022, près de **10 millions de nuitées** (hors AirBnb) ont été enregistrées dans les hébergements marchands et

8 millions d'entrées

dans les monuments, sites et musées, dont 2 millions pour le Zoo Parc de Beauval. 8 touristes sur 10 visitent les châteaux et monuments.
Ce sont des touristes actifs, et qui pratiquent plusieurs activités (parcs et jardins, musées, promenades à pied ou en vélo).

Entre 2016 et 2022, les nuitées dans les hébergements marchands ont progressé de

+10%

L'augmentation de la fréquentation s'est bien entendu traduite dans les monuments, sites et musées (+25% d'entrées entre 2016 et 2022).

Près de
400 projets

de création et/ou de rénovation d'hébergements ont été financés, soit plus de 10 M€ mobilisés.

L'intervention régionale a favorisé une montée en qualité de l'offre et un renforcement de la diversité des hébergements touristiques.

---

135 projets

ont été soutenus
(hors hébergement) pour la création de nouvelles offres de découverte ou des services, dont plus de la moitié concerne des sites de visite et la batellerie.

1673 km
de véloroutes et boucles cyclables
ont été aménagées avec le soutien de la Région;

Le maillage cyclable régional compte **plus de 5 200 km d'itinéraires :** 8 véloroutes structurantes (dont 4 opérationnelles : La Loire à Vélo, Saint-Jacques à Vélo via Tours et Vézelay, Indre à Vélo, Véloscénie) et un réseau de plus de 150 boucles locales.

Une forte croissance du **nombre de prestataires** labellisés Accueil Vélo :

857 fin 2022
contre 515 en 2016.

Le soutien à une restauration de qualité à travers le déploiement du titre de Maître-restaurateur :

175 restaurateurs titrés

fin 2022, et la mobilisation d'un réseau de restaurateurs engagés dans la stratégie touristique régionale.

Le dispositif de formation déployé par le CRT a permis de former plus de

300 acteurs

touristiques par an
sur des compétences en matière de marketing, commercialisation, numérique et accueil.

La Région, en partenariat avec la CCI, a accompagné plus de

80 acteurs

à la transition écologique
et déployé le Fonds Tourisme Durable en lien avec l'ADEME à hauteur **de 785 000 €** pour financer les investissements réalisés par les structures touristiques.

LES CLIENTÈLES :

Près de trois touristes sur 4 sont français (72%),
en provenance principalement d'Ile-de-France (24% des séjours français), puis d'Auvergne-Rhône-Alpes (11%) et de la région elle-même (9%).

Plus d'1 touriste sur 4 est étranger (28%),
dont 9 sur 10 européens. Les principales nationalités étrangères sont allemandes, britanniques, belges et néerlandaises. Viennent ensuite les Espagnols et Italiens, mais plus concentrés sur le Val de Loire, et avec un attrait fort de Chartres pour les Espagnols et de Bourges pour les Italiens. Les Américains sont également présents, mais essentiellement en Touraine et Loir-et-Cher, attirés par les châteaux de la Loire.

Un touriste sur deux a 55 ans et plus;
les touristes étrangers étant légèrement plus âgés que les touristes français.
A noter chez les Français, une moyenne d'âge plus jeune pour les touristes en provenance d'Ile-de-France.

Une part significative des touristes engage des dépenses de séjour à un niveau significatif : **les budgets moyens des séjours et les dépenses par jour sont supérieures à la moyenne :**
62€ par jour et par personne pour un touriste français
en région CVL, alors que la moyenne de dépense en France d'un touriste français est de 56€ /jour/pers *(source Kantar – séjour motif personnel).*

Côté clientèles étrangères, le budget séjour est supérieur à celui d'un touriste français, avec une dépense moyenne de **87€ par jour et par pers.**

La durée de séjour moyenne des touristes est de 5 nuits.

Un contexte en mutation et de nouvelles priorités

La nouvelle stratégie touristique **de la Région, co-produite et partagée prend sa place au sein du SRDEII** (Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation) et s'inscrit dans un nouveau modèle de développement, responsable et durable, attentif aux attentes de l'ensemble de la population.

La crise sanitaire, pour laquelle la Région a particulièrement été présente aux côtés des acteurs, et les enjeux climatiques ont profondément modifié le contexte et révèlent les défis majeurs pour le secteur du tourisme : défis de la transition écologique, de l'emploi, de la digitalisation, de l'adaptation au contexte géopolitique et aux nouvelles aspirations sociétales et individuelles.

La stratégie régionale du tourisme se nourrit des analyses et des réflexions partagées au sein des ateliers organisés dans le cadre des Etats Généraux de l'économie et par les échanges avec les acteurs touristiques.

Elle permet à la Région de partager sa vision et ses ambitions avec celles des autres collectivités pour agir en cohérence. Les orientations seront ainsi déclinées dans les contractualisations avec les territoires (CRST, convention avec les EPCI, conventions avec les Départements) et prises en compte dans les autres politiques régionales (économie, emploi-formation, culture, environnement, aménagement du territoire).

Lors de ces différentes phases de concertation des priorités se sont dégagées :

- **Faire du tourisme un levier fort d'attractivité qui participe à la fierté des habitants et renforce l'image d'une région accueillante pour les visiteurs, les entreprises, les talents et de nouveaux résidents.**

- **Faire du tourisme un facteur de développement économique durable et générateur d'emplois pérennes.** L'objectif est d'accroitre la fréquentation sur les ailes de saison **afin de renforcer l'activité et le chiffre d'affaires des entreprises et de développer sur toute l'année des emplois** tout en préservant une qualité d'accueil associée à l'étalement de la fréquentation et en limitant les externalités négatives sur l'environnement.

Cet objectif suppose de fidéliser nos clientèles, notamment les clientèles de proximité, qui peuvent revenir effectuer plusieurs séjours et aussi devenir de véritables ambassadeurs de la destination.

- Soutenir un développement équilibré des territoires en encourageant une meilleure diffusion de l'activité touristique sur le territoire notamment grâce au tourisme à vélo et au renforcement de la clientèle régionale.

- Promouvoir un tourisme inclusif et porteur de valeurs : un tourisme accessible à tous publics (publics fragilisés, en situation de handicap ou éloignés des vacances/loisirs) et créateur de rencontres, de partage, d'altérité.

1

Les atouts de la Région pour soutenir les acteurs, les entreprises et les territoires

- La Région soutient le développement de l'offre touristique et gère les dispositifs d'intervention : aides aux hébergements, aux sites et services touristiques et à la réalisation des véloroutes.

- Grâce au plan de relance de l'investissement touristique, au nouveau CAP Tourisme et au programme FEDER, la Région entend mobiliser des moyens importants pour financer des projets touristiques structurants et soutenir le renouvellement de l'offre dans les filières prioritaires.

- La Région pilote les actions liées à la qualification et la structuration des filières en lien avec les têtes de réseaux : itinérances douces, restauration, parcs et jardins, tourisme social et solidaire, agritourisme, patrimoine…

- La Région, dans le cadre de sa compétence en matière de formation professionnelle et de soutien à l'emploi porte des actions pour répondre aux difficultés de recrutement dans les métiers du tourisme.

- Elle soutient également les entreprises et start-up offreuses de solutions et porteuses d'innovation pour le secteur touristique.

- Le CRT déploie des actions de promotion touristique et met à disposition des acteurs des outils de commercialisation en ligne. Il anime et accompagne les réseaux d'acteurs touristiques (accueil vélo, clubs b to b, offices de tourisme).

- La contractualisation avec les intercommunalités à travers des conventions de partenariat économique pose le cadre des actions partenariales à mener notamment sur le tourisme, le foncier, la formation professionnelle… La mise en place du fonds commun pour l'économie de proximité va aussi permettre d'accompagner des activités touristiques comme la restauration.

- La Région déjà présente dans la SEM patrimoniale Territoires et Développement, appuiera toutes solutions de portage foncier adaptées (type foncière et SEM) pour faciliter la concrétisation des projets touristiques dans les territoires en lien avec les objectifs du SRADDET, notamment en matière d'aménagement durable, de limitation de l'artificialisation et de préservation des zones protégées.

- Avec les Contrats Régionaux de Solidarité Territoriale, la Région soutient l'aménagement et le développement des territoires.

- Les conventions Région/Départements flèchent des engagements financiers réciproques en faveur de projets touristiques structurants (véloroutes, sites de visite) et des marques touristiques.

- La Région déploie les solutions de mobilité au service de tous les usagers du territoire (habitants et touristes) dans un souci d'aménagement équilibré et de réponse aux enjeux d'intermodalité et de mobilité douce.

2

Le développement de nouvelles clientèles

La dynamique de ces dernières années qui a amené de nouveaux modèles et offres touristiques et de nouveaux visiteurs permet de nourrir de nouvelles ambitions et ainsi de renforcer l'attractivité de nos territoires.

- **Développer la fréquentation sur les ailes de saison,** avec l'objectif de **cibler les clientèles de proximité, françaises et européennes,** pour des séjours en **tourisme d'agrément** et de **développer le tourisme d'affaires.**

- **Développer la clientèle régionale** est également une priorité car elle est captive toute l'année et constitue un très bon ambassadeur pour le territoire.

- Développer **les clientèles parisiennes et les touristes à vélo et permettent de toucher des publics plus jeunes.**

- Développer une clientèle internationale, **la cible prioritaire demeure les pays européens de proximité.** Au-delà des raisons touristiques, cette clientèle participe de la connaissance et de l'enrichissement mutuels. Compte-tenu de l'évolution des offres de transport, **une attention particulière sera apportée aux clientèles pouvant accéder en train** (exemples : ligne Francfort-Bordeaux via Tours en test à l'été 2023 et projet ligne Italie-Suisse-Atlantique via Bourges et Tours …).

- **Développer le grand international en ciblant les marchés à fort potentiel,** l'objectif est de concentrer l'action en direction d'un nombre très restreint de marchés.

3

La stratégie « Ambitions Tourisme 2030 »

La stratégie « Ambitions Tourisme 2030 » se décline en 5 ambitions et 30 priorités d'actions :

• Ambition 1
Le Centre-Val de Loire, destination d'excellence de nature et de culture, catalyseur de l'attractivité régionale.

• Ambition 2
Le Centre-Val de Loire, 1ère Région de tourisme à vélo, une destination européenne reconnue.

• Ambition 3
Accompagner les acteurs dans les transitions écologique, numérique et l'innovation.

• Ambition 4
Le Centre-Val de Loire, une référence en matière d'hospitalité touristique.

• Ambition 5
Répondre aux défis de l'emploi, des compétences et de l'attractivité dans le secteur du tourisme.

Ambition 1

AMBITION 1

Le Centre-Val de Loire, destination d'excellence de nature et de culture, catalyseur de l'attractivité régionale.

• EN 9 ACTIONS •

1

Préserver et promouvoir la qualité de nos paysages et de la nature

Le Val de Loire est inscrit sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco depuis le 30 novembre 2000.

Cette reconnaissance internationale consacre un paysage culturel exceptionnel le long d'un fleuve. Le Val de Loire témoigne des interactions entre les hommes et leur environnement. Il est remarquable pour la qualité de son patrimoine architectural, ses villes historiques et pour ses châteaux de renommée mondiale. Ce paysage illustre également l'influence des idéaux de la Renaissance et du siècle des Lumières sur la pensée et la création en Europe occidentale.

Le Domaine de Chaumont, la Mission Val de Loire, les parcs naturels régionaux..., sont autant d'acteurs essentiels à la valorisation et l'animation du patrimoine naturel de notre territoire.

Ils agissent au quotidien pour la préservation des espaces naturels, de l'eau et de la biodiversité qui constituent un des éléments majeurs de l'identité régionale.

La Région accompagne dans le cadre des CRST les projets liés à la valorisation des paysages du Val de Loire, et plus globalement à des démarches de valorisation des paysages, à l'aménagement des abords de sites générant des flux touristiques au titre des espaces publics.

Par ailleurs, les réseaux de valorisation patrimoniale comme Petites Cités de Caractère et Sites et Cités Remarquables seront soutenus afin de déployer plus largement leur action et partager les bonnes pratiques initiées au sein de ces labels.

2

Renforcer une offre de slow tourisme

Le slow tourisme, c'est vivre une expérience unique et immersive révélant l'âme du territoire, de son patrimoine et de ses habitants. Il s'agit de prendre en compte les nouvelles attentes des clientèles, pour des expériences de qualité plus responsables et personnalisées, qui s'appuient sur la reconnexion à la nature, à la campagne, au ressourcement, aux circuits courts et savoir-faire locaux.

L'itinérance, autrefois réservée à un public averti sur longue distance, doit s'ouvrir et s'adapter à un public de plus en plus large. Les clientèles toujours plus variées souhaitent une offre de séjours plus courts, de faible intensité, marqué par une thématisation attrayante, des services favorisant l'autonomie d'organisation, facile d'accès et de proximité.

Dans les domaines pédestre et équestre, **l'enjeu est de poursuivre la qualification des grands itinéraires** : amélioration des parcours, jalonnement, hébergements dédiés, promotion numérique, guide pratique. L'objectif sera de concentrer les efforts de commercialisation, à l'échelle régionale, sur les itinéraires culturels les plus emblématiques et porteurs d'imaginaire : **la Loire et ses châteaux, St Jacques de Compostelle et d'Artagnan d'intérêt mondial ou européen, et le tout dernier sur la Guerre de 100 ans.** Il s'agira de les organiser et de les « déguster » sur quelques jours en Centre-Val de Loire depuis le bassin parisien.

Les Parcs Naturels Régionaux seront accompagnés dans leur démarche visant à se positionner comme **destination d'excellence et de rencontre autour de la randonnée,** l'itinérance, le développement des sorties accompagnées de découverte des milieux naturels et des activités de pleine nature.

En cohérence avec une demande croissante de la clientèle pour des hébergements et des séjours en famille « au vert », **la Région soutiendra le développement et la promotion d'offres d'agritourisme en lien avec les réseaux Accueil Paysan et Bienvenue à la ferme** : séjours, activités et découverte pédagogique des fermes.

Ces offres peuvent être couplées à des formes d'itinérances douces qui seront soutenues : tourisme à vélo, randonnée pédestre, équestre, batellerie de Loire, pour une découverte immersive des terroirs.

La Région renforcera les formes de tourisme collaboratif ou participatif qui permettent de créer un lien direct avec l'habitant ou d'impliquer les visiteurs dans la vie locale du territoire visité (Greeters, etc.). Le dispositif A vos ID pourrait soutenir des expérimentations en ce sens.

Enfin, la Région encouragera les actions des fédérations de pêche dans leur démarche de qualification de l'offre (labels « Hébergements de pêche », et parcours de pêche à vocation touristique), ainsi que dans la valorisation des territoires ruraux via la pêche de loisir.

3

Devenir une destination majeure de l'œnotourisme en France

L'offre viti-vinicole du Centre-Val de Loire est tout à fait remarquable, et a tout le potentiel nécessaire pour incarner davantage les dimensions humaines et naturelles du Val de Loire. Sa capacité à contribuer fortement au développement des séjours et du chiffre d'affaires du territoire est également très importante. La production biologique qui s'est beaucoup développée au cours des dernières années constitue aussi un atout.

A cette fin, et dans le fil de la charte interrégionale de l'œnotourisme portée par notre Région et les Pays de la Loire :

- L'animation des destinations « vignobles et découvertes » existantes ou futures, sera soutenue notamment par la Région.
- La Région accompagnera la création de nouvelles prestations et services dans les domaines viticoles et encouragera la labellisation « cave touristique » pour arriver à **250 caves labellisées.**
- Des principes de promotion mutualisée de l'œnotourisme seront établis par le CRT, notamment avec Interloire et le BIVC. Ils viendront nourrir la promotion des marques de destination concernées.

De grands événements œnotouristiques et gastronomiques, à soutenir ou à créer, viendront donner davantage d'écho collectif et médiatique à cette richesse. Ces événements jetteront des ponts entre les vins et l'ensemble des produits identitaires et de la gastronomie régionale, et contribueront à stimuler les collaborations entre les acteurs concernés.

4

Révéler l'excellence de la gastronomie régionale et de ses produits

La Région regorge de talents, de producteurs, de restaurateurs d'exception. L'intention est de porter sur tous les territoires, en France et à l'étranger, notre volonté commune de défendre une gastronomie durable, valorisant les circuits courts, accessible à tous, qui renforce l'attractivité des métiers et des formations, le geste et la transmission, et naturellement le plaisir et la convivialité.

L'ambition sera de soutenir la montée en puissance d'une offre de restauration en circuits courts, issue notamment de l'agriculture biologique et de saison, dans le cadre d'une politique de tourisme durable.

Si de nombreuses actions mettent d'ores-et-déjà les talents, les produits de qualité, les modes de production et de distribution engagés et innovants à l'honneur, de nouvelles actions et des évènements entre les vignerons, les restaurateurs et les producteurs doivent être le moteur d'une dynamique entre les acteurs de l'art de vivre en région et les acteurs touristiques.

Il s'agira aussi de valoriser davantage les producteurs et les produits, particulièrement les lauréats du concours général agricole, les démarches engagées et d'amplifier la reconnaissance de la **marque C du Centre** qui met déjà en valeur plus de 2 000 produits de qualité issus de près de 200 entreprises régionales qui constitue un lien majeur pour rassembler ces acteurs sous une bannière régionale. Les restaurateurs sont aussi des ambassadeurs de la marque C du Centre.

Depuis 2018, la Région et la CCI travaillent en partenariat pour soutenir une restauration de qualité à travers **le déploiement du titre de Maître Restaurateur** et pour animer un réseau de restaurateurs engagés dans la stratégie touristique régionale.

174 Maîtres Restaurateurs
sont recensés début 2023
en Centre-Val de Loire dans
plus de **120 établissements.**

La Région et la CCI vont amplifier le déploiement et la valorisation des Maîtres Restaurateurs qui portent les valeurs d'une restauration durable, à base de produits locaux et sont les ambassadeurs du « savoir-recevoir » en Centre-Val de Loire.

Enfin, la Région poursuivra son soutien à l'accès à la gastronomie pour tous, déployée sous forme de banquets populaires, en s'appuyant sur la Fédération des centres sociaux ou sur d'autres initiatives locales.

La promotion déployée par les marques touristiques s'attachera à valoriser l'offre gastronomique de nos terroirs et le talent de nos restaurateurs.

5

Développer le tourisme patrimonial et culturel

Le patrimoine historique, et en premier lieu les châteaux de la Loire, sont de loin le premier élément d'attractivité touristique et avec le Zooparc de Beauval, le principal objet de fréquentation touristique de la région (8 visiteurs sur 10 visitent au moins un château). Ils sont de plus en plus visités, et la satisfaction des touristes à leur sujet est élevée.
Cette très bonne tenue est certes à mettre au crédit d'une promotion efficace, mais elle repose au préalable sur la capacité des monuments à se réinventer pour dégager une image plus dynamique et inclusive, notamment à l'égard des jeunes générations et des publics handicapés.

Pour autant, cet effort est à poursuivre et à intensifier, dans un contexte sociétal où les touristes, français comme internationaux, sont à la recherche d'expériences gratifiantes davantage que de visites. Cette attente profonde concerne par extension l'ensemble de l'offre, l'hébergement, la restauration et les activités.

Notre patrimoine, à la différence des offres balnéaires ou de montagne qui concernent toutes les autres régions françaises, a également par essence la capacité à pouvoir être découverte en toutes saisons, avec la perspective de permettre le développement d'une activité économique mieux étalée dans le temps et dans l'espace.

Il s'agit donc aujourd'hui **d'accompagner une véritable adaptation et transformation de l'offre patrimoniale régionale,** apte à renforcer l'attractivité régionale, et à entraîner par son exemplarité l'ensemble des autres prestations touristiques en Centre-Val de Loire, mais aussi dans l'objectif de favoriser l'accessibilité du patrimoine à tous.

La création artistique peut être un facteur d'attractivité et contribuer à la mise en valeur des patrimoines matériels et immatériels. L'objectif est de contribuer à la création et la diffusion de projets artistiques sur de nouveaux espaces, par l'accueil en résidence et/ou la production et la diffusion d'œuvres d'artistes professionnels. Dans ce but, la Région lancera un nouvel appel à projets « Patrimoine, Tourisme et Création artistique ».

L'organisation des « Rencontres du Tourisme Culturel » en région Centre-Val de Loire en 2023 représente l'opportunité de valoriser l'intérêt partagé par l'État et la Région pour le patrimoine, et d'ancrer plus fortement leur collaboration sur ce sujet.
Elles ont pour objectifs de permettre la rencontre et l'échange entre les acteurs sur les sujets et enjeux d'actualité pour le secteur, d'inciter à plus de transversalité dans les approches proposées aux publics et de susciter le croisement des métiers sur des actions conjointes.

Le château de Chaumont, un domaine exemplaire et innovant.

• **une expérience patrimoniale et artistique inédite :** il s'agira de poursuivre le rassemblement en un même lieu des figures de proue de la création contemporaine dans tous les domaines tout en bénéficiant de l'écrin du château. Un parcours de visite augmenté avec les nouveaux espaces de l'aile est (galerie digitale notamment) sera proposé aux visiteurs. Combiné avec la visite des jardins, un des objectifs est d'étendre la durée de la visite sur une journée entière voire au-delà permettant une valorisation de l'hôtel et des restaurants.

• **un Festival des jardins, une référence en matière de création mais aussi en termes d'adaptation aux changements climatiques** : il s'agit de présenter des jardins résilients, économes en eau, de développer l'utilisation de plantes locales ou cultivés localement. Un des enjeux est également de placer le Domaine dans son paysage caractéristique de la vallée de la Loire et de créer des espaces de porosité entre partie jardinée et paysagère.

6

Amplifier les Nouvelles Renaissances

L'émulation collective impulsée en 2019 autour des 500 ans de la Renaissance se renouvelle chaque année autour d'une saison événementielle croisant Patrimoine et Nature, Création et Culture, Art de vivre et Gastronomie.

L'ambition est de créer une dynamique collective et participative, associant tous les territoires, les habitants, les acteurs et qui favorise les rencontres et l'émergence de nouvelles formes d'événements, d'impliquer et valoriser les filières, les formations professionnelles et les savoir-faire régionaux.

Faire de la région Centre-Val de Loire et de ses territoires LA destination d'un tourisme de nature, des arts et de la culture, de la gastronomie et du patrimoine.

Avec Stéphane Bern comme parrain des Nouvelles Renaissances depuis leur création, les Nouvelles Renaissances sont une formidable opportunité de mobiliser toutes les énergies et tous les territoires de notre région autour d'un projet commun de célébration, et de promouvoir le Centre-Val de Loire, ses richesses, ses cultures, ses atouts, ses patrimoines, sa créativité… qui font son identité et son attractivité.

La communication des Nouvelles Renaissances auprès du grand public, sera renforcée, notamment auprès des habitants et des clientèles d'Ile-de-France.

7

Investir dans les évènements à fort rayonnement, facteurs d'attractivité

Les évènements d'envergure nationale ou internationale sont des marqueurs et des opportunités de rayonnement et d'attractivité pour notre région.

Le Printemps de Bourges, l'Open de France d'équitation, Terres du Son, les Rendez-vous de l'Histoire, Paris-Tours…, inscrivent la Région Centre-Val de Loire dans les grands rassemblements nationaux suivant une démarche écologiquement responsable, et permettent, de véhiculer les marqueurs du territoire entre culture, sport, et nature.

Candidature de
Bourges
comme **Capitale européenne de la Culture 2028**

En ce sens, la candidature de Bourges comme Capitale européenne de la Culture 2028 représente ainsi un enjeu majeur pour la région. La mobilisation régionale aux côtés de la ville de Bourges est déterminante, et la Région est pleinement investie dans cette candidature ambitieuse, porteuse de valeurs, de transformation urbaine, de transition écologique et sociale, économique et citoyenne.

Elle est l'opportunité de porter collectivement une vision culturelle, inspirante et prospective de notre société.

La Région, terre d'accueil des grands évènements sportifs :

• **Le 1er tournoi de rugby scolaire** organisé du 2 au 7 septembre 2023 à Pontlevoy qui regroupera 700 jeunes venant de 20 pays différents et plus de 1000 accompagnements adultes.

• **La coupe du monde de rugby,** organisée du 8 septembre au 28 octobre 2023 et le camp de base de l'équipe d'Irlande à Tours ;

• **Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 :** la Région est une des trois régions qui accueillera une des épreuves olympiques complètes, le tir. Elle dispose de 40 équipements sportifs régionaux labellisés « centre de préparation aux Jeux 2024 » qui pourront accueillir des athlètes et des délégations étrangères et les plus de 150 collectivités labellisées « Terre de Jeux 2024 ». Ces dernières, en valorisant ce label, créent une dynamique dans les territoires avec la mise en place d'animations, d'initiations sportives, d'expositions, …

8

Développer le tourisme d'affaires pour favoriser un tourisme toute l'année

Notre Région pourra s'affirmer comme exemplaire en termes d'hospitalité touristique, quand l'ensemble de son offre sera disponible toute l'année et contribuer également, par une saine répartition dans le temps, à des emplois stables et durables.

Dans cet objectif, le développement d'un tourisme d'affaires (salons, événements professionnels, congrès, séminaires…) peut apporter une contribution décisive.

En complémentarité des stratégies et dynamiques fortes portées par les territoires, le CRT engagera une démarche de promotion coordonnée des équipements et services du territoire, notamment vers l'Ile-de-France, régions et pays limitrophes faciles d'accès, afin de faire émerger une image de destination affaires quatre saisons.

9

Affirmer un nouveau positionnement de la marque Val de Loire et donner plus de puissance aux marques de destinations régionales

Acquis depuis la fin de l'année 2022, **le portage de la marque Val de Loire sur le seul territoire du Centre-Val de Loire,** offre un certain nombre d'opportunités.

En amont de la création de nouveaux outils de promotion rendus nécessaires par ce « recadrage géographique », **le CRT a entrepris, avec ses partenaires territoriaux, de revoir le positionnement de la marque « Val de Loire »**. En s'appuyant sur sa puissance patrimoniale et historique, le nouveau positionnement marketing reposera davantage sur la dimension naturelle exceptionnelle du territoire, et veillera à accentuer son humanité (œnotourisme et gastronomie, savoir-faire, vie culturelle). Une nouvelle signature sera déployée, avec la possibilité pour tous les territoires et acteurs qui se « revendiquent » du Val de Loire, de l'utiliser en combinaison de leur propre signature.

Un comité de marque, piloté par le CRT, associera les institutions touristiques concernées et les principaux acteurs privés du territoire. Sa fonction sera de définir, d'articuler et de mutualiser les actions marketing, tant en France qu'à l'international, en vue d'un effet global supérieur.
Sa mise en œuvre, et le soutien régional aux marques Touraine, Sologne, Berry-Province et Let it slow, donneront désormais les conditions matérielles d'une organisation marketing globale efficace.

Le CRT, qui sera également partie prenante des comités des autres marques, aura la responsabilité de dégager un plan de promotion coordonné pluriannuel, afin de s'assurer de la complémentarité des actions, et de bien atteindre toutes les cibles de clientèles choisies.
Les actions et outils de promotion du Val de Loire viseront à établir des ponts avec les autres marques de destinations « infra régionales », afin de leur faire profiter de sa force de prescription. La réciproque sera également de mise, et actée dans les conventions de financement.

En écho aux clientèles du Val de Loire, il s'agira de s'attacher via les autres marques de destinations régionales, des clientèles nationales et de proximité, plutôt adeptes de nature et de slow tourisme, tout au long de l'année.
Par ailleurs, il conviendra de donner les moyens aux acteurs de **relayer les signes et les valeurs de chaque marque touristique régionale,** par exemple sous forme de kit média à utiliser sur leurs supports digitaux et de les sensibiliser/former pour une meilleure appropriation des codes de marques.

En tant que marque étendard régionale et afin de demeurer concurrentiel dans un contexte national et international très rude, Val de Loire verra les moyens de promotion lui étant consacrés ajustés à cet environnement. Les territoires et acteurs concernés seront invités à unir leurs efforts derrière **une nouvelle signature commune.**

Ambition 2

AMBITION 2

Le Région Centre-Val de Loire, 1ère région de tourisme à vélo, une destination européenne reconnue

• EN 4 ACTIONS •

Depuis la crise sanitaire, la fréquentation des véloroutes a connu une croissance et une accélération d'usage sans précédent. Depuis 2019, le nombre de passages aux compteurs sur la Loire à Vélo a augmenté de 19% et la fréquentation en 2022 dépasse les 1,8 million de cyclistes. Les autres itinéraires régionaux bénéficient de la même dynamique.

Déjà leader en France sur le secteur du tourisme à vélo avec plus de 5 000 km d'itinéraires sécurisés et balisés (4 véloroutes et 150 boucles), la Région Centre-Val de Loire souhaite capitaliser et innover pour être reconnue parmi les grandes destinations européennes du tourisme à vélo.

L'ambition d'être « LA » région française du cyclotourisme, facile à organiser et à consommer sur court et moyen séjours s'appuie sur nos atouts : une pratique aisée liée à l'absence de relief, des itinéraires qualifiés et à fort intérêt touristique, une offre de services développée pour répondre aux besoins des touristes à vélo.

Les cibles prioritaires sont de deux ordres :

• celles à fidéliser : **les Franciliens** (séniors, familles et couples actifs) ainsi que les Européens (couples allemands notamment), les usagers de la Loire à vélo pour découvrir les autres véloroutes régionales.

• celles à conquérir : **les jeunes** (Français et Européens).

10

Dynamiser, renforcer les qualités du réseau cyclable (sécurité, signalétique, confort) en lien avec les maîtres d'ouvrage et les services

Le développement qualitatif du réseau est un enjeu déterminant pour l'attractivité du tourisme à vélo. Il nécessite des investissements permanents notamment dans les prestations qui accompagnent et facilitent la pratique et les déplacements :

• Finaliser le schéma régional des véloroutes : **400 km seront aménagés** et les itinéraires existants seront améliorés.

• Généraliser les outils de suivi des itinéraires pour une meilleure réactivité et maintenance de qualité.

• Soutenir et coordonner les initiatives grâce aux comités d'itinéraires.

• Construire le référentiel qualité à destination des communes pour performer l'accueil, la visite et l'accompagnement du touriste à vélo.

• Développer les hébergements le long des véloroutes et viser les **1000 prestataires qualifiés Accueil Vélo en région (1ère région française)** : cf appel à projets hébergements le long des véloroutes

• Faire évoluer les réseaux de boucles de pays vers de véritables destinations cyclotouristiques.

• Accompagner le développement de services pour les cyclotouristes (bagageries, points d'eau, recharges électriques...).

11

Favoriser l'accessibilité et la desserte touristique multimodale vélo/car/train/auto

Le train Loire à Vélo a transporté près de 30 000 vélos en 2022. Le succès de ce service de transport des vélos dans les trains encourage la Région à déployer cette offre sur d'autres itinéraires (expérimentation sur Cœur de France à Vélo en cours) et de proposer d'autres solutions multimodales pour faciliter les séjours des touristes à vélo.

• **Développer l'emport des vélos sur les lignes de cars Rémi** à enjeu touristique ainsi que dans les trains Rémi Express depuis Paris et étudier un dispositif de réservation des places vélo,

• **Améliorer la qualité d'accueil des cyclotouristes dans la douzaine de hubs multimodaux** que constituent les principales villes et agglomérations régionales (portes d'entrée du réseau cyclable),

• Intégrer la dimension touristique dans les schémas de mobilité des territoires disposant de réseaux de boucles.

En 2022, le train Loire à Vélo a transporté près de

30 000 vélos

12

Enrichir les itinéraires avec des contenus de découverte, révélateurs de la diversité des territoires

Afin de se démarquer des autres destinations cyclotouristiques, il est déterminant d'animer les véloroutes et les boucles en concertation avec les territoires et élus locaux, de les rendre plus attractives par l'histoire et le récit qu'elles vont proposer au cycliste de passage. L'ambition est de développer les animations, les actions autour de l'histoire, la faune-flore, les illustres, les produits locaux...

L'objectif sera notamment de développer des aires de services thématisées et scénarisées pour l'accueil des cyclistes.

13

Promouvoir la région comme destination de court et moyen séjours de tourisme à vélo en s'appuyant sur la qualité et la diversité de l'offre régionale

• **Porter une promotion de la Loire à Vélo à l'échelle européenne** grâce aux moyens mutualisés par le comité d'itinéraire et l'ensemble de l'offre vélo sur la région.

• **Organiser un grand événement sur le vélo pour s'affirmer comme la destination de référence** et faire connaître la diversité de l'offre régionale (tout en poursuivant les Echappées à vélo).

• **Valoriser de grands circuits régionaux** en combinant plusieurs véloroutes pour concevoir des parcours en boucle de 4 à 7 jours.

• **Créer des synergies entre les acteurs du tourisme à vélo et le cluster CYGO** (CYcle Grand Ouest).

Ambition 3

AMBITION 3

Accompagner les acteurs dans les transitions écologique, numérique et l'innovation

• EN 8 ACTIONS •

Les difficultés rencontrées par les entreprises touristiques pendant la crise sanitaire ont pu freiner les investissements liés à la modernisation et l'adaptation de leurs produits. Or, la satisfaction des clientèles repose sur la qualité des équipements et des services proposés.

C'est pourquoi, la Région entend intervenir en soutien des opérateurs dans leurs démarches d'adaptation aux demandes des clientèles, par la création ou la modernisation de leurs offres.

Les clientèles recherchent à vivre une expérience particulière, veulent voyager de manière plus responsable et prendre le temps de découvrir les richesses d'un territoire. La Région Centre-Val de Loire peut s'affirmer comme un territoire d'expériences durables et de slow tourisme car elle dispose des offres adaptées et n'est pas confrontée à des problématiques de sur-fréquentation.

Les enjeux de transformation vers un tourisme plus durable et responsable imposent aussi de réfléchir à des solutions de mobilité et moyens de transport variés, innovants et plus respectueux de l'environnement.

14

Engager un plan de développement et de modernisation des hébergements touristiques

La Région souhaite renforcer la diversité et la qualité de l'offre d'hébergements touristiques en déployant un plan de relance et de soutien à l'investissement qui se déclinera en trois volets :

• Faciliter la reprise d'établissements existants et attirer des investisseurs pour déployer de nouveaux concepts d'hébergements.

• Soutenir les projets de création et de rénovation d'hébergements, en ciblant en particulier :

- **La modernisation de l'hôtellerie rurale,**
- **L'installation de nouveaux concepts d'hébergements et des hébergements « écoresponsables »,**
- **Le développement des hébergements le long des véloroutes, et/ou en lien avec les atouts touristiques des territoires (art de vivre, patrimoine…),**
- **Les hébergements dans des sites patrimoniaux,**
- **La rénovation des hébergements du secteur du tourisme social et solidaire.**

• Améliorer l'accompagnement et la professionnalisation des acteurs touristiques.

De nouveaux outils pourront être déployés avec des opérateurs spécialisés dans le portage des opérations (foncière tourisme) et la transmission-reprise (mesure 7 du SRDEII).
Une coopération accrue avec les EPCI est également nécessaire pour identifier le foncier disponible, répondre rapidement aux investisseurs (mesure 39 du SRDEII) et coordonner les interventions en faveur des projets touristiques.

Des nouveaux dispositifs de soutien aux projets touristiques

Il est proposé, sur la base des objectifs du SRDEII et de la stratégie régionale de développement touristique, de simplifier et renforcer les moyens d'interventions et de financements directs de la Région en faveur des projets de développement de l'offre à partir des dispositifs suivants :

• **Créer un nouveau règlement d'intervention inter-filières CAP « Tourisme »** qui remplacera les deux CAP actuels dédiés au tourisme et qui inclut une action d'appui aux évènements touristiques,

• **Lancer deux appels à projets, dédiés au développement d'une offre d'hébergements thématisés, un pour les hébergements le long des véloroutes et un pour les hébergements écoresponsables.**

• Conduire une action en partenariat avec la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Centre-Val de Loire, **pour déployer un programme d'accompagnement et de soutien à l'hôtellerie rurale.**

Avec ce nouveau dispositif de soutien à l'investissement, la Région souhaite soutenir également :

• Le développement des équipements et de services liés aux filières du tourisme à vélo et itinérances douces, des patrimoines culturel et naturel et de l'art de vivre,

• L'appui aux manifestions qui concourent à l'animation et au développement de l'attractivité touristique de la région.

15

Poursuivre et renforcer le dispositif d'accompagnement des acteurs touristiques dans la transition écologique

Depuis 2021, la Région déploie le programme « Ensemble pour un tourisme durable » et plus de 80 acteurs ont déjà bénéficié d'un accompagnement individuel et d'aides pour changer leurs pratiques et ainsi mieux répondre aux attentes des clientèles. Cette action est menée en partenariat avec l'ADEME et la CCI dans le cadre du Fonds Tourisme Durable.

L'objectif est de doubler le nombre d'acteurs accompagnés et de consolider le positionnement de tourisme durable de la région grâce à l'implication des acteurs et des territoires.

Pour ce faire, la Région s'attachera à :

• Favoriser les échanges entre les professionnels du tourisme pour diffuser les bonnes pratiques.

• Accompagner et professionnaliser les acteurs touristiques.

• Promouvoir les acteurs engagés et les offres de tourisme durable auprès des clientèles.

• Soutenir les investissements et les actions de transition écologique (via le CAP et le Fonds Tourisme Durable).

• Encourager l'écomobilité touristique.

• Travailler avec les PNR.

16

Développer les offres de transports « durables », permettant l'accès aux lieux de séjour ou de visite

D'après l'étude de l'ADEME sur les émissions de GES du secteur du tourisme en France réalisée en 2021, les mobilités touristiques représentent 77% des émissions du secteur.

Par ailleurs, il existe une proportion importante de ménages parisiens qui ne disposent pas de voiture.

L'objectif de cette action sera de faire du Centre-Val de Loire une destination évidente pour les clientèles sans voiture.

La Région met en place des solutions de transport pour mieux desservir les sites touristiques, propose des tarifs attractifs sur les transports Rémi et met en œuvre un plan vélo ; il est essentiel que les acteurs touristiques puissent s'approprier cette offre et en faire la promotion auprès des touristes.

Les priorités d'actions porteront sur :

• Déployer et faire connaitre auprès des touristes **les solutions de transports adaptés à leurs besoins** pour faciliter leur découverte du territoire,

• **Promouvoir des offres tarifaires Rémi incitant au court séjour et les offres transports tout compris comprenant l'entrée dans les sites de visite,**

• **Valoriser les gares ferroviaires du réseau Rémi dont Paris-Austerlitz comme des portes d'entrée du territoire,** véritable vitrine donnant envie de partir à la découverte de la région,

• Mettre en place de **solutions combinées train + transports collectifs ou durables en location** ; Ce service s'appuiera sur des dispositifs digitaux associant d'une part des informations sur les trains, les transports en commun, et les points de location de véhicules doux et vélos en bout de ligne, et d'autre part les offres touristiques et d'hébergement du Centre-Val de Loire,

• Mener **des expérimentations pour solutionner les problèmes d'accessibilité** et prototyper des modèles duplicables sur d'autres territoires (Beauval et dernier km).

17

Mettre en œuvre un « lab régional d'innovation touristique »

L'action de ce « lab », partie prenante du France Tourisme Lab (animé par la DGE) et mis en œuvre par le CRT reposera sur :

• Des expérimentations collectives ou incubation de projets innovants : il s'agira de **tester et développer à grande échelle des solutions de visite augmentée ou immersives,** sans rien retrancher de la rigueur historique et scientifique que les gestionnaires de monuments ont su préserver au fil des ans. Par extension, ces expérimentations pourront concerner également les parcs et jardins, et plus largement l'ensemble des activités de découverte des patrimoines régionaux (œnotourisme et gastronomie, sites naturels, savoir-faire identitaires, mais aussi réseaux de villes ou villages d'excellence de type Petites Cités de Caractère ou Villes et Pays d'Art et Histoire…)

• Une diversification et un « rajeunissement » des modes de découverte : animations disruptives, géocaching, escape-games, chasses au trésor, et autres formes à créer ou à reproduire, seront recherchées grâce à un benchmark soutenu et au recours à des appels à projets.

• Une acculturation générale à l'innovation touristique : l'écosystème régional prévoit des formations, des actions de sensibilisation et des partages d'expériences qui viendront nourrir l'esprit créatif.

Le Lab s'appuiera sur les travaux et les ressources de la Maison des Sciences de l'Homme Val de Loire. Le projet Smart Heritage qui porte sur la création de métavers pour les sites patrimoniaux s'inscrira dans cette action.

18

Accélérer la transformation numérique, levier de performance des acteurs touristiques

Le secteur du tourisme a été profondément transformé par le numérique. Il est devenu un outil majeur tant pour les professionnels du tourisme pour capter des clients que pour les touristes eux-mêmes pour choisir leur destination de vacances ou de loisir. Il permet également des innovations majeures pour augmenter et diversifier l'expérience de visite.
Les données sont devenues une valeur considérable pour ce secteur conduisant de grands acteurs privés à s'en emparer. Elles sont désormais au cœur de l'économie touristique et il convient de donner aux acteurs du tourisme régionaux plus d'indépendance et une capacité de maîtrise de leurs données pour mieux les exploiter et en récupérer la valeur ajoutée. La digitalisation des acteurs touristiques, au-delà d'une nécessité, est aussi une formidable

opportunité pour faciliter et améliorer les offres touristiques et l'accueil des visiteurs.

Un programme d'accompagnement aux usages numériques sera proposé aux acteurs touristiques et pourra prendre plusieurs formes :

- Des échanges avec des experts, des entreprises du numérique et des acteurs touristiques ayant mis en œuvre des solutions sur les principales innovations numériques intéressantes dans le tourisme, en s'appuyant notamment sur les compétences du CLIC France et les grands salons dédiés comme Vivatech,
- La conception d'un démonstrateur de solutions numériques existantes,
- Des formations adaptées aux besoins des acteurs touristiques,
- Une sensibilisation/formation aux enjeux de la cybersécurité grâce au nouveau service régional dédié,
- L'accompagnement de services numériques à destination des touristes comme l'internet des objets, l'utilisation de solutions d'intelligence artificielle ou encore le Wifi touristique en cours de déploiement proposé par le SMO Val de Loire Numérique.

Aller vers 100% de l'offre touristique régionale ouverte à la réservation en ligne.

La place de marché régionale verra son déploiement renforcé sur tous les territoires de la Région, avec l'accélération de l'intégration des offres de loisirs et des activités en billetterie. Via les solutions numériques, faciliter la réservation en ligne et la proposition de séjour.

Grâce à l'interopérabilité des données touristiques et événementielles, des solutions de « paniers dynamiques » (réservation simultanée d'un hébergement, de visites et activités) seront mises en œuvre, ainsi que des propositions de séjours « clés en mains ».

Personnaliser la relation client pour accentuer la fidélisation et la prescription de séjours en les adaptant aux attentes des clients.

Dans le respect du RGPD, la collecte et l'intégration progressive de « données clients » par les acteurs du tourisme régional, et notamment des institutionnels (OT, ADT, CRT) seront encouragées et accompagnées. L'objectif sera de permettre de nourrir des suggestions de parcours ou d'activités personnalisées, à réserver avant ou pendant le séjour.

Plus largement, il s'agira, par l'utilisation de solutions digitales et de data, de construire et d'activer de véritables stratégies d'acquisition et de fidélisation de clients.

19

Accompagner les sites et entités patrimoniales dans la transformation globale de leur expérience de visite

Les projets d'ensemble qui ambitionneront de renouveler et de dynamiser en profondeur la découverte, auront accès à des prestations d'ingénierie associant différents corps de métiers permettant d'atteindre cet objectif. Les projets devront prendre en compte à la fois les contenus de visite, mais aussi l'adaptation des horaires, des tarifications et de l'accessibilité en fonction des publics.

Les investissements globaux qui en découleront, donneront lieu à des financements spécifiques (cf plan de relance de l'investissement touristique).

Cette action concerne toutes les offres patrimoniales ancrées dans le territoire, qu'il s'agisse de monuments, de sites naturels, de villes et villages de caractère.

20

Accélérer la mise en tourisme des savoir-faire régionaux

Le tourisme de savoir-faire, en ouvrant les entreprises au grand public, contribue à la diversification de l'offre touristique et à une meilleure gestion des flux de touristes sur les territoires. La région dispose d'un potentiel important d'entreprises présentant des atouts pour leur ouverture au public.

La Région Centre-Val de Loire étant lauréate de l'appel à manifestation d'intérêt **« Fonds tourisme de savoir-faire »,** elle va déployer ce dispositif afin d'accompagner les entreprises désireuses d'ouvrir leurs établissements au public en Centre-Val de Loire et structurer une filière régionale sur ce thème.

21

Faciliter le renvoi et la prescription de site à site

Les réseaux d'acteurs de type « association des châteaux de la Loire » et « Association des Parcs et Jardins du Centre-Val de Loire », soucieux de contribuer à une mise en tourisme collective de leurs adhérents, seront soutenus dans le cadre de dispositifs clairement identifiés.

Les solutions de e-billetterie multisites seront recherchées, et d'une manière générale, les initiatives qui encourageront la circulation entre sites et points d'intérêt.

Les collectifs de Petites Cités de Caractère et Sites et Cités remarquables, seront accompagnés dans leurs programmes visant à proposer des itinéraires de découverte en réseau et la recommandation de sites de visite environnants.

Les sites internet de destination (Val de Loire notamment) proposeront des fonctionnalités de construction de carnets de voyages de proximité.

Ambition 4

AMBITION 4

Faire du Centre-Val de Loire une référence en matière d'hospitalité touristique accessible à toutes et à tous

• EN 5 ACTIONS •

Les touristes, devenus pour la plus grande part d'entre eux des clients avisés, ont des exigences croissantes à l'égard des prestations qu'ils consomment et des territoires qui les accueillent. Leur pouvoir de prescription par la recommandation, accentué par les réseaux sociaux et de nouveaux modes de « réassurance de pair à pair » est devenu majeur. Faire revenir un touriste après un premier passage revêt également beaucoup d'importance, car la durée de son séjour et sa dépense ont toutes les chances d'être plus élevées.

Or les études de satisfaction dont nous disposons en Centre-Val de Loire, montrent que des pans entiers de notre offre régionale doivent encore progresser (hébergement et restauration notamment). Et par ailleurs, l'information touristique éclatée et non personnalisée, l'absence de prise en compte de la satisfaction du visiteur à l'échelle d'une destination ou d'un territoire de séjour, ne permettent pas de répondre globalement à ces nouvelles attentes.

Des mesures volontaristes en la matière, permettraient de faire de notre région, « attendue » pour son art de vivre, une référence nationale d'hospitalité touristique.

22

Faire des offices de tourisme les référents de l'hospitalité territoriale

La satisfaction des clients est de plus en plus prise en compte par les acteurs touristiques individuellement, qui se dotent de véritables politiques de gestion de la relation client. Mais cette préoccupation n'est pas encore suffisamment appréhendée par les institutions touristiques et les collectivités à l'échelle de leur territoire, alors même qu'un séjour réussi repose sur la qualité globale d'une véritable chaîne de produits et services (transports, signalétique, animations, propreté, restauration, hébergement, paysages, visites…).

Etant au plus près des clients, des acteurs économiques et culturels, et des habitants, les offices de tourisme seront encouragés à tenir le rôle de vigies et de garants de cette chaîne de valeur qui associe opérateurs publics et privés.

Les offices de tourisme ont un rôle capital à jouer pour coordonner les professionnels locaux autour d'un projet de territoire et d'une vision commune de la mise en tourisme de ce territoire.

23

Contractualiser avec les territoires pour partager l'ambition et les priorités du développement touristique

La Région a affirmé sa volonté d'élaborer de nouveaux cadres de partenariat avec les territoires à l'échelle des 25 bassins de vie.

Elle va engager une concertation, avec les collectivités locales, en amont de l'élaboration des contrats territoriaux, qui sera l'occasion de formaliser les enjeux et priorités en matière touristique, en articulation avec la stratégie régionale. La concertation devra aboutir à une convention d'objectifs et de moyens, signée avec les EPCI et les Pays/PETR qui permettra de décliner les ambitions partagées en pistes d'action.

Le CRT pourra aussi accompagner les EPCI en amont pour élaborer un diagnostic des points d'amélioration en matière d'hospitalité et de satisfaction des clientèles touristiques. Cet accompagnement pourra aboutir à la formalisation d'un contrat territorial d'hospitalité partagé entre l'EPCI, son office de tourisme, la Région et le CRT.

24

Déployer le label Tourisme et Handicap

La Région a affirmé dans le cadre de ses stratégies successives en faveur du tourisme, que celui-ci devait être pensé pour tous.

A ce titre, la Région accompagne la structuration d'une offre de tourisme et de loisirs adaptée à tous les publics. Une attention a été portée aux conditions d'accueil des personnes en situation de handicap ou à mobilité réduite tout au long de leur séjour (déplacements, hébergements, restauration, accès à l'information touristique, sites de visite, activités…).

Cette action sera poursuivie au travers du CAP Tourisme afin de soutenir les initiatives des acteurs touristiques en faveur de l'accessibilité au handicap ainsi que la création de nouveaux services et/ou produits et l'amélioration de l'expérience-client.

La Région souhaite poursuivre son implication auprès des ADT pour accompagner le déploiement, et l'animation de la marque « Tourisme et Handicap », afin de renforcer sa position au niveau national, où elle est placée en 2022 au 3ème rang pour le nombre de prestataires touristiques détenteurs de la marque (343 établissements marqués en Région Centre-Val de Loire).

3e rang en 2022

pour le nombre de prestataires touristiques détenteurs de la marque « Tourisme et Handicap »

25

Soutenir le secteur du tourisme social et solidaire, et l'accès aux vacances pour tous

Le droit au repos et de manière plus large le droit aux vacances constitue un droit reconnu dans la loi de lutte contre les exclusions de 1998. Les inégalités sociales face aux vacances, qui ont toujours existé, ont encore été creusées par la crise du Covid puis par la forte inflation que nous connaissons depuis l'année 2022. L'INSEE estime à 40 % la part des Français qui ne partent pas en vacances, dont 3 millions d'enfants. 50 % des enfants de familles modestes ne partent pas en vacances.

Le Région poursuivra son soutien au secteur du tourisme social et solidaire, pour les valeurs d'un tourisme pour tous qu'il défend (accessibilité, mixité sociale et culturelle, activités de partage), et pour son ancrage territorial.

La rénovation des équipements et services, des hébergements, l'isolation des bâtiments et plus généralement la transition écologique constitue une priorité. Elle sera accompagnée par la Région, parallèlement à l'appui à la création de nouvelles offres, en particulier d'auberges de jeunesse et autres « hostelleries » s'adressant à un public jeune, itinérant ou à de petits groupes.

La Région engagera une démarche spécifique à destination des familles en situation de précarité dans le cadre d'un dispositif idoine et pourra accompagner les territoires dans la mise en tourisme d'équipements publics de qualité accessible à tous.

Elle portera par ailleurs une réflexion dans le cadre du partenariat avec l'UNAT sur le développement des « classes de découverte » infra-régionales. Celles-ci devront permettre de favoriser la découverte de leur patrimoine par les enfants de la région mais aussi de générer une activité supplémentaire dans ces établissements du secteur associatif.

26

Renforcer le sentiment d'appartenance et la fierté des habitants au service de la promotion du territoire

Pour que les habitants deviennent les premiers ambassadeurs et prescripteurs de leur région, il est nécessaire qu'ils se sentent fiers et cela commence par une meilleure connaissance de leur territoire, de ses atouts et ses valeurs.

Des plans d'actions dédiés aux habitants seront déployés ou soutenus : réseau de « greeters » et autres actions où les habitants font découvrir leur territoire aux visiteurs (comme cela existe dans le PNR Loire-Anjou-Touraine), pass touristique et offres tarifaires pour les résidents, projets touristiques impliquant les habitants, sensibilisation des jeunes publics à la connaissance du patrimoine…

Des personnalités médiatiques attachées aux différentes marques de la région, et plus largement au Centre-Val de Loire, seront sollicitées pour en devenir des ambassadrices.

Un dispositif d'accueil de tournages de films et séries, français et internationaux porté par CICLIC et le CRT, vecteur de retombées nombreuses en termes d'emploi, de location, de restauration…, à l'image de la série Serpent Queen, sera amplifié. La diffusion de fictions, a en effet le double avantage de donner à connaître le territoire auprès de nouveaux publics, et de révéler aux habitants que les richesses de la région servent de cadre à des créations audiovisuelles ambitieuses.

Ambition 5

AMBITION 5

Répondre aux défis de l'emploi, des compétences et de l'attractivité dans le secteur du tourisme

• EN 4 ACTIONS •

Le secteur du tourisme représente 38 400 emplois touristiques (salariés et non salariés) dans des métiers et structures très divers : offices de tourisme, sites de visites, hôtels, restaurants, loueurs de vélos… Nous sommes la 1ère région pour la part de l'emploi dans les activités patrimoine et culture (11% des emplois touristiques).

Les entreprises du tourisme évoluent dans un contexte complexe de pénurie de compétences qui s'est accentuée depuis la crise sanitaire et de reprise d'activité à un niveau égal voire supérieur à l'avant-covid. Cette pénurie de main d'œuvre et de compétences impacte la qualité de service et l'ouverture des établissements.

Les réponses sont à apporter, en termes de qualification à moyenne et longue échéances, en termes de qualité de vie au travail, de mobilité et de qualité de l'emploi.

Les actions déployées au titre de la stratégie ciblent 3 objectifs :

- **Renforcer l'attractivité des métiers notamment auprès des jeunes**
- **Faciliter le recrutement sur les métiers en tension**
- **Augmenter le nombre d'emplois touristiques** (objectif : 5,5% des emplois salariés) et **améliorer la qualité des emplois** dans ce secteur (+ pérennes et + qualifiés et offrant des perspectives).

La Région s'appuiera sur le Campus des métiers et des qualifications d'excellence Patrimoines, Métiers d'Art et Tourisme (PatMAT), écosystème régional qui rapproche les acteurs de la formation, du monde économique et les institutionnels afin de travailler conjointement pour apporter des réponses appropriées au territoire en matière d'attractivité des métiers et des formations en encourageant l'innovation pédagogique et la mise en place de projets collaboratifs. Son action vise à rapprocher et à encourager les échanges entre les formations et les employeurs pour une meilleure prise en compte de leurs besoins, mais également pour faciliter la montée en compétences et l'insertion professionnelle des apprenants.

27

Renforcer l'attractivité du territoire et des emplois touristiques locaux auprès des jeunes formés en région

L'UMIH, dans le cadre du programme du Campus des Métiers et des Qualification PatMAT, déploie et expérimente de nouveaux outils et actions de valorisation des métiers de l'hôtellerie-restauration auprès des jeunes et des adultes en reconversion.

« Un métier à la clé, dispositif mobile de promotion des métiers de l'hôtellerie-restauration-tourisme » ainsi que les autres actions portées dans le cadre du **dispositif « A table pour l'emploi »** pour sensibiliser les prescripteurs de l'emploi et de la formation, seront déployés à l'échelle régionale, avec le soutien de l'Etat et de la Région.

La Région soutiendra les actions et projets permettant d'améliorer les conditions de vie des jeunes salariés et des saisonniers du secteur touristique. Les programmes de création ou rénovation d'hébergement pour les saisonniers pourront ainsi être accompagnés dans le cadre du CAP Tourisme.

28

Expérimenter de nouvelles solutions RH avec la filière restauration

Le secteur de la restauration connait actuellement des tensions très importantes et cherche des solutions pour résoudre les difficultés de recrutement.

La Région propose d'accompagner cette filière de façon expérimentale pour qu'elle déploie une méthode de captation et de fidélisation de talents. Cette action sera développée en lien avec l'Academy RH de la CCI Touraine (projet en préparation).

L'accompagnement proposé pourra être individuel (à l'échelle d'un établissement) et/ou collectif (associations de restaurateurs) et doit permettre d'identifier les freins et leviers pour répondre aux tensions de recrutement mais aussi d'apporter des propositions d'actions pour le recrutement, la qualité de l'emploi et d'élaborer une stratégie de recrutement.

Cette expérimentation devra être articulée avec le dispositif PCRH (Prestation de Conseil en Ressources Humaines) porté par l'Etat.

Par ailleurs, la Région s'attachera à soutenir toute initiative permettant d'améliorer les conditions de vie des salariés et des saisonniers : à titre d'exemple, **elle soutiendra les programmes de création ou de rénovation d'hébergement pour les saisonniers dans le cadre du CAP Tourisme.**

Dans ce cadre, il est intéressant de mentionner **l'expérimentation menée au sein du Campus d'excellence PatMAT autour de l'Open badge.** Destiné à valoriser les compétences acquises des apprenants ou des salariés dans les métiers de l'hospitalité, ou encore des personnes en reconversion ou étudiants en job d'été sur les métiers l'hôtellerie-restauration, ces open badges permettront aux recruteurs de mieux cerner les savoir-faire et savoir-être des candidats.

Une réflexion sera engagée sur l'opportunité de favoriser le développement de groupement d'employeurs autour des métiers du tourisme, de la culture, de la nature…

29

Renforcer les DEFI dans le secteur de l'hôtellerie-restauration et adapter les formations pour répondre aux besoins des territoires

Les DEFI permettent d'apporter une réponse sur mesure aux besoins de recrutement des établissements d'hôtellerie-restauration. Ce dispositif est encore trop peu actionné par ce secteur d'activité pourtant très demandeur de nouvelles recrues. Il convient de lever les freins avec les professionnels afin de déployer des DEFI sur l'ensemble des bassins d'emplois touristiques.

Par ailleurs, le campus PatMAT déploie avec ses partenaires des labels pour « colorer » les formations existantes afin de mieux répondre aux enjeux touristiques des territoires :

• Le label « tourisme » destiné aux Bacs Pro du tertiaire permet une première sensibilisation et formation aux compétences liées à l'accueil touristique

• Le label « circuit-court » créé à titre expérimental par le lycée hôtelier de Blois et l'association Cuisine en Loir-et-Cher, vise à améliorer la connaissance et l'utilisation des produits locaux par les jeunes en Bacs Pro Cuisine et Commercialisation et Services en Restauration.

PatMAT souhaite faire connaitre ces labels auprès des professionnels du tourisme et poursuivre leur déploiement dans de nouveaux établissements.

30

Développer un portail d'orientation pour les porteurs de projet touristique

Compte tenu de leur diversité, entreprise, collectivité, particulier, start-up, association, hôtelier … les porteurs de projets touristiques ne savent pas toujours à qui s'adresser pour obtenir le bon accompagnement pour leur projet. En s'appuyant sur le site « Connect-up » développé par Dev'up et les chambres consulaires, un portail d'orientation sera développé afin que chaque porteur de projet puisse trouver en proximité le bon interlocuteur pour l'accompagner.

Ce portail pourra être complété par des réunions **de coordination régionale avec les partenaires** pour échanger sur les projets en cours d'accompagnement et nécessitant à terme une intervention financière de la Région au titre de sa compétence économique.

Mise en œuvre, suivi et évaluation de la stratégie

Le dispositif d'observation régional, piloté par le CRT et en partenariat avec les partenaires nationaux concernés, les agences et observatoires départementaux du tourisme, la CCI Centre-Val de Loire et les têtes de réseaux, sera consolidé afin de suivre l'évolution de l'offre et de la fréquentation touristique régionale. Les outils et méthodes seront amenés à évoluer afin de mieux appréhender les évolutions et tendances.

Concernant le suivi-évaluation de la stratégie, de nouveaux indicateurs de pilotage devront être élaborés et mis en place, en complément des données de fond sur l'observation. Ces indicateurs serviront à mesurer l'impact des actions mises en œuvre comme les nouveaux dispositifs d'aide aux projets mais aussi à suivre notamment deux volets fondamentaux pour la réussite de la stratégie régionale :

- La satisfaction et la fidélisation des clientèles,
- La notoriété et la e-réputation des marques touristiques régionales

Les indicateurs de suivi-évaluation de la stratégie touristique seront intégrés dans l'outil et la démarche d'évaluation du SRDEII.

L'ensemble des données d'observation et d'évaluation prendront place dans la stratégie globale de la donnée engagée par la Région, dont un des objectifs sera de doter les décideurs (territoires, entrepreneurs...) d'outils d'aide à la décision plus performants.

Contacts

Région Centre-Val de Loire

Direction du Tourisme : 02 38 70 28 25

Comité Régional du Tourisme : 02 38 79 95 00

Crédits photos : © D. Darrault/CRT Centre-Val de Loire : 1re de couverture : *(droite)* Montpoupon, *(gauche)* Ferme auberge des Buttons ; page 4 : Montrichard ; page 10 : Balade à pied autour de l'étang de Favelle ; page 14 : La Cabane à Matelot ; page 17 : St-Aignan ; page 25 : Balade à vélo le long du Cher ; page 29 : La Cabane à matelot/le chef Ambroise Voreux en cuisine ; pages 30-31 : Randonnée équestre en Brenne ; 4e de couverture *(haut)* : Illiers-Combray / © Lezbroz - Teddy Verneuil : pages 2-3 : Maintenon ; page 8 : En bateau sur la Loire, entre Candes-Saint-Martin et Chinon ; page 22 : Atelier Picol à Chartres. Fabrication de vitrail / © Mouton/CRT Centre-Val de Loire : pages 6-7 : Tours / © ADTtouraine-JC-Coutand : page 11 : Trottxway, Caves-Saint-Roch / © Château royal de Blois : page 13 : Music'o Château / © MIR - Camping Sites et Paysages Les Saules : page 20 : Camping Les Saules à Cheverny / © Treney/CRT Centre-Val de Loire : page 26 : Château d'Ainay-le-Vieil / © T. Martrou - CRT Centre-Val de Loire : 4e de couverture : cueillette de fraises. © Shutterstock_87289165 : page 12 ; © Eric Sander – Domaine de Chaumont-sur-Loire : page 18 : Vue de la Loire.

Conception : ULTRAMEDIA - Juillet 2023

Région Centre-Val de Loire

RCValdeLoire

regioncentre_valdeloire

RegionCentreTV

RÉGION CENTRE VAL DE LOIRE