Loire Atlantique

Pour un développement touristique durable en Loire-Atlantique

Référentiel stratégique

2015-2021

Sommaire

Introduction 4

Diagnostic et analyse prospective 5

- Des tendances prospectives globales qui conduisent à de profondes et rapides mutations
- De bons indicateurs qui confirment la vocation touristique de la Loire-Atlantique et confortent un indéniable potentiel de développement

Les enjeux pour un nouvel élan touristique durable 7

- Privilégier l'innovation
- Miser sur l'intelligence collective
- Capitaliser sur les nombreux marqueurs identitaires

Un positionnement stratégique efficient 8

- Valoriser la diversité touristique du département
- Intégrer ce panel d'offres diversifiées dans une approche globale et originale d'éco/slow tourisme
- Privilégier les mutations à l'œuvre autour de deux thématiques transversales, le tourisme durable et le tourisme solidaire et de proximité
- Déployer une stratégie marketing adaptée

Une vision partagée autour de cinq ambitions 10

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires touristiques

1.1 - Impulser et accompagner des projets structurants créant du lien entre territoires et entre filières
Fiche-projet 1 : Développement touristique du Grand patrimoine
Fiche-projet 2 : Valorisation du littoral
Fiche-projet 3 : Développement touristique des sites de sports nature et mise en tourisme du schéma des activités de pleine nature

1.2 - Soutenir les démarches de qualité
Fiche-projet 4 : Accompagnement des démarches qualité et de la mise en réseaux

1.3 - Favoriser l'innovation et le partage d'expérience et de connaissance
Fiche-projet 5 : Accompagnement des territoires et des porteurs de projets sur l'innovation
Fiche-projet 6 : Veille et observation touristique

Ambition 2 : Une offre différenciée par le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

2.1 - Impulser une approche d'éco-slow tourisme
Fiche-projet 7 : Valorisation d'un tourisme durable autour de dispositifs dynamiques et innovants (dont le Passeport vert)
Fiche-projet 8 : Dynamisation et valorisation de l'offre oenotouristique

2.2 - Favoriser l'itinérance de découverte et valoriser la trame écologique
Fiche-projet 9 : Valorisation du canal de Nantes à Brest
Fiche-projet 10 : Valorisation des zones humides remarquables du département - projet grands sites de nature
Fiche-projet 11 : Mise en tourisme du "Département vélo"

Ambition 3 : Une offre solidaire et de proximité

3.1 - Vivre la Loire-Atlantique et la faire vivre
Fiche projet 12 : Faire des habitants de Loire-Atlantique des ambassadeurs du département
Fiche-projet 13 : Coordonner et inciter à la mise en place de schémas d'accueil et de diffusion de l'information

3.2 - Mieux connaître l'offre d'hébergement du tourisme social

3.3 - Développer la dimension tourisme dans les politiques sociales du Département
Fiche-projet 14 : Faciliter les départs en vacances
Fiche-projet 15 : Favoriser l'insertion par l'emploi dans le secteur du tourisme

Ambition 4 : Une communication refondée

4.1 - Fédérer les multiples identités du département et valoriser les projets départementaux
Fiche-projet 16 : Refonder la communication et la promotion touristique de Loire-Atlantique en intégrant les marques/entités infra et supra

4.2 - Miser sur les supports numériques et digitaux

Ambition 5 : Une gouvernance clarifiée

5.1 - S'adapter à un contexte institutionnel en évolution

5.2 - Porter les objectifs départementaux dans le cadre de la future stratégie touristique régionale

5.3 - Développer les partenariats avec les territoires voisins

5.4 - Animer le réseau des acteurs du département et privilégier la co-construction des projets

5.5 - Adopter le réflexe tourisme dans les politiques sectorielles départementales

Annexe 23

Introduction

Le Conseil Départemental a souhaité se doter d'un référentiel stratégique en matière de développement touristique offrant une vision cohérente et dynamique pour les années à venir et prenant en compte l'évolution rapide des attentes des touristes-consommateurs et de l'ensemble des professionnels publics et privés de ce secteur clé de l'économie du territoire.
Le tourisme est en effet un atout majeur pour le développement de la Loire-Atlantique, riche de territoires attractifs et diversifiés et de professionnels qualifiés. Classée neuvième destination touristique des Français, la Loire-Atlantique doit s'appuyer sur cet élément moteur, créateur d'activités et de richesses.
C'est aussi un levier d'aménagement qui doit accompagner les dynamiques territoriales, tout en garantissant la complémentarité et la durabilité des projets développés, dans un souci de solidarité territoriale.
Enfin, c'est un vecteur d'image et d'attractivité pour le département à valoriser par un positionnement marketing fort et précis.
Le présent référentiel définit les ambitions du Département pour une politique touristique départementale solidaire et durable, partagée par l'ensemble des territoires et des acteurs en Loire-Atlantique.
Construit autour des trois orientations phare préalablement fixées par le Département :
• Augmenter le potentiel de croissance économique du tourisme et l'enrichir en emplois,
• Contribuer à l'équilibre territorial et favoriser l'accès au tourisme pour tous,
• Valoriser les projets départementaux et déployer une stratégie marketing renouvelée et renforcée,
il a été réfléchi en concertation avec l'ensemble des acteurs du territoire qui continueront à être mobilisés pour sa mise en œuvre autour de la déclinaison d'axes de travail à co-construire.

Son élaboration s'est déroulée en trois étapes :

■ **Décembre 2014 à mars-avril 2015** : analyse critique et prospective du diagnostic destinée à :
> Identifier les enjeux pour la Loire-Atlantique dans le domaine du tourisme ;
> Préciser les spécificités et éléments de différenciation qui la caractérisent en comparaison à d'autres territoires proches spatialement ou géographiquement ;
> Décliner les éléments structurants de sa place dans le domaine du tourisme, notamment en matière de destinations et d'offres touristiques, d'organisation/gouvernance des acteurs et porteurs de projets sur les territoires, de positionnement marketing pour la « Loire-Atlantique ».

■ **Avril-mai/juillet 2015 :** proposition de positionnement stratégique et concertation avec les acteurs du tourisme

➜ A partir des conclusions de l'analyse, une formalisation de positionnement stratégique a été proposée, qui a servi de base de discussion à la concertation avec les différents acteurs du tourisme (institutionnels et professionnels), menée durant les mois de juin et juillet 2015.
➜ La concertation a réuni, autour de la vice-présidente déléguée tourisme mer et littoral qui animait les réunions, l'ensemble des conseillers départementaux, des élus représentant les collectivités partenaires du département (EPCI, pays touristiques), et des professionnels du tourisme (offices de tourisme, têtes de réseaux, chambre de commerce et d'industrie…) et a permis de partager le diagnostic établi et de recueillir leurs observations et attentes particulières au regard des objectifs proposés par le Département. Ces différentes rencontres ont été organisées selon le périmètre de chacune des délégations territoriales départementales durant les deux dernières semaines de juin et la première semaine de juillet.
➜ Au total, près de 150 personnes ont ainsi assisté à ces rencontres au cours desquelles des travaux en ateliers ont favorisé l'expression de l'ensemble des acteurs, rarement réunis sur de tels périmètres d'action territoriale. Cette démarche, très appréciée des participants, sera prolongée, à la fois pour présenter le contenu du référentiel élaboré, mais aussi pour engager avec les différents acteurs locaux un travail de co-construction de certaines actions du référentiel qui nécessitent une approche multi partenariale.

■ **Août à décembre 2015 :** formalisation et rédaction du référentiel et vote par l'assemblée départementale.

Diagnostic et analyse prospective

■ **Des tendances prospectives globales qui conduisent à de profondes et rapides mutations**

➜ Emergence de nouvelles destinations et accroissement de la population touristique :
Sous le double effet des changements climatiques et de la mondialisation, le développement de nouvelles zones touristiques contribue au renforcement de l'hyper concurrence entre les destinations. Par ailleurs, le vieillissement des populations touristiques classiques se conjugue avec l'apparition de nouvelles clientèles en provenance notamment des pays émergents (Brésil, Russie, Inde, Chine - BRIC).

➜ Des comportements, des modes de consommation et de distribution des produits touristiques totalement nouveaux :
Hyper connectés, plutôt enclins à faire par eux-mêmes (« do it yourself »), en quête d'hédonisme et de santé physique, attentifs au développement durable et soucieux de transparence dans l'échange, les touristes modifient rapidement leurs comportements ; les formules d'hébergements alternatifs type AirBnB, échange de maison, accueil gratuit ou contre échange de services (repas faits « à la maison »…) explosent ; l'affirmation de la relation directe entre le prestataire et le consommateur modifie les circuits économiques intermédiaires (booking.com, location directe par internet…).

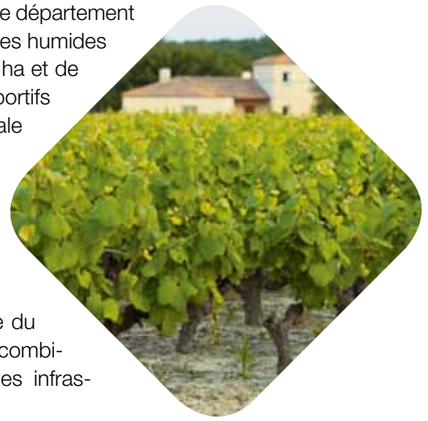
➜ Un contexte économique difficile et des acteurs locaux en voie de réorganisation :
En temps de crise, les arbitrages financiers de consommation des ménages se portent souvent en priorité sur les vacances et leur contenu (durée de séjour, destination, restauration ou hébergement par exemple), et contribuent au raccourcissement des séjours mais aussi à leur multiplication. « On part plus souvent mais moins longtemps ».
En France, le renforcement des échelons intercommunaux et métropolitains sur la compétence tourisme par les lois NOTRe et MAPTAM modifiera le mode de gouvernance publique dans le secteur du tourisme.

■ **De bons indicateurs qui confirment la vocation touristique de la Loire-Atlantique et confortent un indéniable potentiel de développement.**

➜ Un bon positionnement général dans le panorama des destinations touristiques françaises et des indicateurs économiques probants :
Par rapport à l'ensemble du territoire national et comparativement à ses départements voisins de la façade atlantique, la Loire-Atlantique bénéficie d'un classement satisfaisant eu égard à la place occupée par la France dans le classement international.
La Loire-Atlantique se situe en effet à la 9ème position sur l'ensemble du territoire national pour la fréquentation globale, en 2ème position sur la façade atlantique pour la fréquentation en hôtels et campings, derrière la Gironde, et en 3ème position pour la clientèle française en hébergements marchands et non marchands, derrière la Charente-Maritime et la Vendée (26 millions de nuitées).

Ce bon positionnement se traduit en retombées économiques importantes puisque le secteur du tourisme compte près de 16 000 emplois en Loire-Atlantique (pour 43 000 en Pays de la Loire) et génère 3,2 milliards d'euros de chiffres d'affaires (7,6 en Pays de la Loire) et plus d'un milliard d'euros de valeur ajoutée (2,5 en Pays de la Loire).

➜ Des paysages et des destinations diversifiés associés à des équipements et sites de visites de qualité :
Deux locomotives de poids, le littoral avec les 133 km de côte atlantique, et Nantes, pôle attractif de tourisme urbain et culturel, tirent la fréquentation touristique dans le département caractérisé également par un patrimoine naturel exceptionnel, riche de zones humides remarquables, de cours d'eau navigables, d'un vignoble de plus de 9 500 ha et de nombreux sites patrimoniaux auxquels s'ajoutent des aménagements sportifs et de loisirs de qualité, deux structures d'accueil à dimension internationale (cité des congrès de Nantes et centre de congrès Atlantia La Baule) et un réseau bien structuré de sites de visite à forte attractivité. Ces derniers ont d'ailleurs connu une progression importante de leur fréquentation ces dernières années puisqu'elle a plus que doublé entre 2005 et 2012 et augmenté de près de 30% entre 2010 et 2014, jusqu'à attirer 4,5 millions de visiteurs en 2014.



La diversité des destinations et des prestations proposées sur l'ensemble du territoire permet d'envisager la construction de nouvelles offres de séjours combinées et ainsi d'élargir la fréquentation, d'autant plus facilitée par la qualité des infrastructures d'accessibilité existantes et en projet.

➜ Une structure d'hébergement touristique déséquilibrée et une clientèle française majoritaire :
L'hébergement touristique en Loire-Atlantique est caractérisé par un poids nettement prédominant des résidences secondaires qui représentent 76 % de l'offre. Par ailleurs, 83 % de la capacité d'accueil (tous types d'hébergements confondus) est située sur le littoral dont 77 % dans les 17 communes en contact avec l'océan. (55 % des lits touristiques de Loire-Atlantique sont situés sur le littoral nord, 28% sur le littoral sud). L'hébergement touristique marchand est marqué par une part relativement faible des campings (56 %) et un poids élevé de l'hôtellerie (20%) par rapport aux départements de comparaison (Gironde, Charente-Maritime, Vendée). S'agissant de la fréquentation des hébergements marchands, elle est particulièrement concentrée sur l'agglomération nantaise et le littoral et marquée par une forte saisonnalité (59 % des clients et 72 % des nuitées marchandes sur les mois de juillet et août en 2013).
Pour ce qui est de l'origine géographique des touristes, on note que si la part de clientèle étrangère (13 %) qui fréquente la Loire-Atlantique se situe dans la moyenne nationale, elle est toutefois quelque peu en retrait par rapport aux autres départements littoraux atlantiques voisins (18 % pour la Gironde, département doté aussi d'une métropole attractive), même si le nombre de touristes étrangers, notamment britanniques, s'est accru depuis 2014.
S'agissant de l'hébergement collectif à vocation sociale, la Loire-Atlantique, destination touristique ancienne, dispose de nombreux établissements, notamment sur le littoral. Ces derniers sont néanmoins confrontés à la nécessité de faire évoluer leur offre, avec des investissements lourds et ils peinent à trouver un modèle économique viable.

➜ Des acteurs publics et privés organisés, professionnels, porteurs de projets structurants :
La grande majorité des territoires du département sont aujourd'hui organisés au sein de structures dédiées au tourisme, animées par des professionnels conscients des enjeux et de la nécessité de mieux travailler ensemble. Ils portent pour la plupart des projets de développement adossés à des marques et des destinations explicites.

Le Département contribue également, via ses différentes actions, à structurer et enrichir l'offre touristique globale (Grand Patrimoine de Loire-Atlantique, schéma départemental des activités de pleine nature, plan départemental des itinéraires de randonnées, Maison du lac, Vioreau Pleine Nature, canal de Nantes à Brest…) et son opérateur touristique, « Loire-Atlantique développement / Société publique locale », bénéficie d'un savoir-faire reconnu par les professionnels et les territoires.
La marque touristique départementale - Oh la L.A – sans référence au nom du département porteur ou à d'autres entités géographiques ou territoriales porteuses de sens pour les clientèles, manque de lisibilité. Cela représente un écueil dans la valorisation de la stratégie et des actions du Département et de son opérateur alors que la Loire-Atlantique occupe une position géostratégique intéressante au carrefour de marqueurs identitaires forts (la Loire, l'Atlantique, la Bretagne…).

➜ Des filières à fort potentiel, qui correspondent aux tendances de consommation en vogue et offrent des marges de progression importantes pour la diversification des clientèles :
Avec un réseau d'itinéraires vélo important, la démarche « Passeport Vert tourisme durable » bien engagée, ses espaces naturels remarquables, la forte présence de l'agriculture biologique…, la Loire-Atlantique dispose d'un potentiel fort qui allie le tourisme de nature, les déplacements doux, les hébergements à taille humaine ancrés dans les territoires, respectueux de l'environnement et qui favorisent la rencontre. A ce titre, une approche plus « expérientielle » de l'offre touristique mériterait d'être soutenue pour répondre aux attentes des touristes de plus en plus fréquemment à la recherche de sens, d'émotions ou de partage.
Des perspectives existent également en matière de tourisme urbain et culturel avec le Voyage à Nantes et son souhait de développer son expertise sur un territoire plus large que la métropole. Autant d'éléments susceptibles de favoriser la conquête de publics à fort pouvoir d'achat comme les séniors et les clientèles étrangères.

Les enjeux pour un nouvel élan touristique durable

Confrontée à la nécessité, comme la grande majorité des destinations françaises, de diversifier et internationaliser les clientèles et d'étendre la fréquentation touristique en intersaison, la Loire-Atlantique, riche de sa diversité environnementale, paraît devoir relever aujourd'hui trois grands enjeux :

Privilégier l'innovation :
➜ Dans le contenu de l'offre proposée en valorisant des produits originaux et identitaires (« l'expérience à vivre »), autour de filières à fort potentiel de développement (« éco/slow » tourisme, tourisme culturel et patrimonial, tourisme solidaire et social, tourisme de proximité) ;
➜ Dans le mode de communication à destination des clients touristes à placer au cœur des développements et des outils numériques et digitaux. Cela suppose d'être en capacité d'adapter très vite les offres aux évolutions rapides des attentes et des comportements des consommateurs et donc de développer des dispositifs performants d'attrait, d'accueil, de veille et d'observation.

■ **Miser sur l'intelligence collective :**
➜ **Co-construire un projet de développement touristique partagé** qui favorise la mise en réseau des territoires et des offres, « La concurrence est externe, pas interne » ;
➜ **Interconnecter davantage les territoires** pour faire du littoral et de Nantes de véritables locomotives touristiques, « Il faut attacher les wagons ».

■ **Capitaliser sur les nombreux marqueurs identitaires** et à fort niveau de notoriété de la Loire-Atlantique et adopter une stratégie offensive de déclinaison marketing pour :
➜ Faire valoir la Loire-Atlantique au sein des grandes destinations « supra »;
➜ Structurer les territoires du département en véritables destinations touristiques « infra ».

Un positionnement stratégique efficient

Un territoire touristique Loire-Atlantique
- Attractif pour les étrangers et attirant pour les habitants
- Actif au sein des grandes destinations
- Irrigué de zones humides exceptionnelles
- Nourri par des destinations infra structurées

Positionnement
- Éco/slow-tourisme
- Itinérances

Tourisme durable

Un panel d'offres touristiques diversifié et complémentaire

Littoral et fluvial	Loisirs et sports nature	Tourisme de découverte*	Tourisme art de vivre**	Tourisme de nature
↓		↓	↓	
Familles	Séniors		Étrangers	Cibles spécifiques***

Tourisme solidaire et de proximité

* urbain, culturel, patrimonial,industriel
** gastronomie, oenotourisme, métiers d'art/design
*** affaires, scolaires, habitants

Le positionnement stratégique et marketing proposé pour un développement touristique durable en Loire-Atlantique, qui forge l'identité du département, repose sur quatre grands axes :

■ **Valoriser la diversité touristique du département :** l'offre touristique en Loire-Atlantique est fournie et diversifiée et la grande majorité des filières sont présentes, filières socles à conforter (littoral et balnéaire, nautisme, sports-loisirs-vélo, tourisme culturel et patrimonial) ou complémentaires à valoriser (art de vivre, itinérances et découverte, tourisme de nature, tourisme industriel).
C'est un atout qu'il faut valoriser par la mise en réseau des prestataires et des territoires, pour créer du lien entre les acteurs et construire ou aider à construire des produits attractifs et innovants.

■ **Intégrer ces offres diversifiées dans une approche globale et originale d'éco / slow tourisme pour conjuguer un tourisme de qualité, respectueux des équilibres humains, écologiques et environnementaux.**
L'éco/ slow tourisme associe un tourisme de nature (découverte d'espaces naturels préservés) avec des modes de déplacement doux, des hébergements à taille humaine, ancrés dans les territoires, respectueux de l'environnement et qui favorisent la rencontre ainsi que des propositions de tourisme collaboratif (faire soi-même, faire avec). Il s'agit de mettre en avant l'art de vivre de la Loire-Atlantique, le juste temps pour faire et pour découvrir le territoire.
Il s'agit pour la Loire-Atlantique de développer une approche de ce type en mettant en avant les notions d'expérience et de rencontre avec les habitants et en liant plusieurs de ses composantes fortes, déjà structurées ou à renforcer : les mobilités douces et notamment les itinérances vélo, les offres d'hébergements et de services éco responsables avec des outils appropriés (Passeport Vert…), le tourisme de nature autour notamment des très nombreuses zones humides du département, une découverte des produits locaux et la structuration d'une offre de restauration bio et « locavore », ou encore des propositions de rencontres avec les artisans, producteurs, habitants de Loire-Atlantique. Le modèle de développement retenu pour cette offre en Loire-Atlantique est celui d'une « itinérance de découverte » avec la valorisation de boucles sur le territoire départemental fortement axées sur les linéaires et la composante « eaux », sous toutes ses formes (océan, canaux, rivières, fleuves, lacs, zones humides…), si prégnante en Loire-Atlantique.

■ **Privilégier les mutations à l'œuvre autour de deux thématiques transversales : le tourisme durable qui forge l'identité du département et le tourisme solidaire et de proximité pour faire de la Loire-Atlantique une destination accessible à tous.**
Déjà présent à travers le déploiement du Passeport Vert, le tourisme durable, préoccupation et demande croissante des clientèles touristiques, doit irriguer l'ensemble des composantes de l'offre touristique en Loire-Atlantique. Il se conjugue avec le tourisme pour tous à destination des habitants de Loire-Atlantique - qui sont nombreux et représentent un potentiel de visiteurs à ne pas négliger - et des populations qui ont peu accès aux vacances (handicap, difficultés sociales et financières), conformément à la mission de garant des solidarités humaines confiée département.

■ **Déployer une stratégie marketing adaptée**, basée sur les marqueurs identitaires forts du territoire (Loire/Atlantique/territoire d'eau) et axée sur les filières et l'expérientiel, en direction de clientèles cibles (familles, seniors, étrangers), pour vivre la Loire-Atlantique et la faire vivre. Elle sera déployée en complémentarité avec les différents territoires et relayée par des outils adaptés.

Ce positionnement stratégique et marketing de la Loire-Atlantique s'accompagne d'une nouvelle approche de la gouvernance touristique, tant interne au sein du conseil départemental, qu'externe avec les territoires de Loire-Atlantique ou les territoires voisins (régions ou départements limitrophes), traduite à travers cinq ambitions.

Une vision partagée autour de cinq ambitions

Réfléchie à partir des deux orientations initialement fixées par le Département, (renforcement du poids économique du tourisme et affirmation du principe de solidarité sociale et territoriale), la proposition de positionnement stratégique durable formulée permet à la collectivité départementale de donner un cadre à sa politique publique et de préciser son rôle, et celui de son opérateur, Loire-Atlantique développement / Société publique locale, au sein du système de gouvernance existant, autour de trois principes :

➜ Le Département y affirme son rôle de **porteur de projets** d'enrichissement de l'offre touristique globale, de **fédérateur** des acteurs et de **soutien et initiateur** des dynamiques touristiques interterritoriales et multi partenariales ;

➜ Loire-Atlantique développement / Société publique locale centre ses missions sur ses **domaines d'expertise**, le numérique et l'innovation, l'animation des territoires et des filières clé, la co-construction de produits innovants et attractifs, l'observation et la veille ;

➜ Le partenariat avec les territoires est basé sur des **objectifs co-construits,** nourrissant la stratégie départementale et tenant compte du degré de structuration et du potentiel des territoires.

Ce nouvel élan pour un développement touristique durable en Loire-Atlantique est décliné en cinq ambitions déployées autour de différents axes de travail à mettre en œuvre, en partenariat entre le Département et les acteurs publics et privés du tourisme.

Ces différents chantiers seront portés par le Département et/ou son opérateur Loire-Atlantique développement / Société publique locale.
Quelques-uns sont déjà en cours de réalisation. Certains sont prêts à être mis en œuvre. Ils s'inscrivent tous dans la dynamique partagée portée par le Département et sont illustrés par des fiches projet regroupées en fin de document.
D'autres enfin nécessitent un travail de co construction à approfondir avec l'ensemble des acteurs concernés sur les territoires, qui sera initié par le Département et Loire-Atlantique développement / Société publique locale au titre de la mise en œuvre de cette nouvelle stratégie dans les mois à venir.

Ambition 1 - Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires touristiques (Voir annexe : p24-36)

1.1 - Impulser et accompagner des projets structurants créant du lien entre territoires et entre filières
Il s'agit de faire émerger des projets communs à plusieurs territoires et/ou partagés entre différentes filières thématiques (par exemple activités nautiques et terrestres de pleine nature, prestations liant œnotourisme et tourisme fluvial…), pour être en mesure de proposer des séjours originaux, multi facettes, permettant de valoriser les atouts de chacun des territoires à l'échelle de l'ensemble du territoire départemental.
Cela passe par une mise en réseau et en relation des territoires et des projets pour favoriser l'émergence d'offres complémentaires en cohérence les unes avec les autres.

Le Département souhaite favoriser cette mise en relation. Proche des territoires, en capacité de se positionner comme « animateur externe » de ces démarches, et lui-même maître d'ouvrage de projets à haute valeur ajoutée touristique, il exercera une double mission :

➜ **Impulser et mettre en œuvre**, à travers ses politiques publiques et les structures dont il a la charge, des opérations exemplaires de valorisation touristique durable, en concertation et co-construction avec les différents partenaires.
Plusieurs projets phare sont ici concernés, qu'ils permettent la valorisation de différents sites sur différents territoires (Grand Patrimoine de Loire-Atlantique, bases d'activités de sports de pleine nature dans le cadre du schéma départemental en cours d'adoption…) ou le développement de démarches ciblées sur des territoires particuliers (littoral, vignoble, canal de Nantes à Brest…). Ils ont tous vocation à enrichir l'offre touristique départementale.
Au-delà de ces démarches portées par le Département, les actions menées par les territoires de Loire-Atlantique participent également à cette dynamique, notamment la mutualisation des initiatives à travers la création de nouveaux pays touristiques, dont le plus récent «Erdre, canal, forêt» sur les territoires d'Erdre et Gesvre, Blain et Nozay ou encore les stratégies engagées par certains autres comme le Pays de Redon.

■ **Fiche-projet n° 1 : Développement touristique des sites de Grand Patrimoine**
■ **Fiche-projet n° 2 : Valorisation du littoral**
■ **Fiche-projet n° 3 : Développement touristique des sites de sports nature et mise en tourisme du schéma des activités de pleine nature**

➜ **Accompagner les projets des territoires** avec le soutien de Loire-Atlantique développement / Société publique locale.
L'opérateur touristique du Département met au service des initiatives portées par les acteurs locaux ses compétences en ingénierie de projet et sa connaissance de l'ensemble du territoire départemental. Il entretient également des liens privilégiés avec les structures similaires des départements voisins et de la Région Pays de la Loire.
Cette mission d'accompagnement des projets et de mise en relation entre acteurs est clairement affichée pour que Loire-Atlantique Développement / Société publique locale se positionne de manière privilégiée comme la porte d'entrée des porteurs de projets publics et privés. Elle se traduit par la mise en place de dispositifs d'animation et de concertation régulière avec les différents acteurs du territoire, (comités, clubs…), à définir.

1.2 - Soutenir les démarches de qualité
La qualité des offres et des services proposés aux clientèles, est un élément stratégique à chaque étape de la chaîne de consommation touristique :
- en préparation du séjour, la valorisation d'une démarche qualité permet d'assurer au client le respect d'un certain nombre de critères ; c'est aussi un moteur puissant pour les recherches du vacancier sur internet ;
- sur place, un client satisfait peut prolonger son séjour ou avoir tendance à consommer davantage ;
- après le séjour, un client satisfait est susceptible de revenir et ses avis sur les réseaux sociaux et sites de conseil - réservation (Booking, Tripadvisor…) ne peuvent que renforcer l'attractivité de la destination.

Le développement des démarches de qualité favorise ainsi la mise sur le marché de produits qui répondent aux attentes des clientèles, ces dernières contribuant, par leurs témoignages de satisfaction, à l'image de marque et à la notoriété du territoire.
Loire-Atlantique développement / Société publique locale est déjà activement mobilisée sur ces questions et intervient en particulier sur les démarches accessibilité et labellisation (Tourisme et Handicap), tourisme durable/éco-labellisation (Passeport Vert - Accueil Vélo) et œnotourisme (Vignobles et Découvertes).
Ces actions seront ciblées et amplifiées pour accroître le panel d'offres qualifiées et viser un déploiement le plus large possible sur l'ensemble des territoires.

■ **Fiche-projet n° 4 : Accompagnement des démarches qualité et de la mise en réseaux**

1.3 - Favoriser l'innovation et le partage d'expérience et de connaissance
La concurrence et la volatilité croissante des marchés touristiques conduisent les différentes destinations à réinterroger régulièrement leurs atouts. Il est donc indispensable d'analyser objectivement l'adéquation des offres avec l'évolution de la demande, d'anticiper, de proposer régulièrement de nouvelles expériences touristiques. La capacité à exercer une veille active sur les tendances, observer les évolutions et proposer des adaptations innovantes est donc capitale.

➜ **L'accompagnement des territoires et des porteurs de projets sur l'innovation** sera un marqueur fort de l'action de Loire-Atlantique développement / Société publique locale pour inciter et aider les acteurs à proposer des produits originaux, en particulier des prestations inédites et uniques basées sur la notion « d'expérience », qui se différencient de la concurrence et s'appuient donc fortement sur les spécificités et les marqueurs identitaires des territoires.
C'est une opportunité de mettre en valeur la créativité de la Loire-Atlantique.

L'émergence de projets innovants est bien souvent liée à un site ou à une activité particulière. Il peut être intéressant de les transposer dans d'autres lieux, d'autres contextes, pour créer sur la base de ces premiers projets, de nouvelles propositions. Cela renvoie à la notion de « projets laboratoires », qui peuvent ensuite être élargis sur tout ou partie du territoire.

Une forte dynamique est déjà à l'œuvre en Loire-Atlantique sur ces questions portée notamment par les nombreuses structures du quartier de la création sur l'île de Nantes (cantine numérique…) et certains établissements d'enseignement supérieur (école de design…), dans laquelle Loire-Atlantique développement / Société Publique Locale est déjà fortement investie. Elle devra être encore amplifiée pour capitaliser sur cette créativité et ces savoir-faire locaux. L'expérience acquise par certains offices de tourisme en la matière pourra également être mutualisée et valorisée de façon transversale. Enfin, l'appel à projets touristiques innovants déjà mis en place par le Département pourra être mobilisé dans ce cadre.

■ **Fiche-projet n° 5 : Accompagnement des territoires et des porteurs de projets sur l'innovation**

➜ **Le renforcement des dispositifs de veille et d'observation**
Le tourisme est reconnu aujourd'hui comme un secteur clé de l'économie générateur d'emplois et de valeur ajoutée pour les territoires et les entreprises.
Connaître et anticiper les comportements de la demande touristique et les évolutions de l'offre sont des atouts majeurs tant du point de vue du marketing territorial que des modèles économiques retenus.
Aussi, l'acquisition de connaissances régulières sur le secteur tourisme et les territoires impactés par le tourisme, tant quantitatives que qualitatives, permettra d'accroître la performance des acteurs du territoire.
Ces dispositifs de veille et d'observation développés par Loire-Atlantique développement / Société publique locale et les services du Département, pourront être mis à la disposition des territoires selon trois niveaux :
- mise en œuvre d'un système d'observation sur la thématique du tourisme, en relation étroite avec les cibles définies par la stratégie ;
- mise à disposition des données de cadrage issues de sources officielles et des données issues d'enquêtes spécifiques réalisées par Loire-Atlantique développement / Société publique locale en lien avec ses partenaires ;
- harmonisation des données et les indicateurs produits et utilisés par les différents partenaires pour faciliter l'exploitation et l'analyse statistique.
- amélioration de la connaissance sur les tendances touristiques, les évolutions des habitudes de consommation touristiques, les nouveaux modèles économiques touristiques, dans le cadre d'une démarche de veille qui s'appuiera en particulier sur les outils spécifiques existants (système d'information touristique et observatoire numérique).

■ **Fiche-projet n° 6 : Veille et observation touristique**

Ambition 2 - Une offre différenciée par le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique (Voir annexe : p37-46)

2.1 - Impulser une approche d'éco/slow tourisme

Orientation majeure du positionnement stratégique retenu, c'est une approche nouvelle qui vient d'être reconnue par le ministère du tourisme comme l'un des cinq pôles d'excellence (oenotourisme, montagne en été, écotourisme, tourisme de savoir-faire, tourisme nocturne), à valoriser au titre de la politique nationale de promotion du tourisme et qui répond à une attente forte d'un nombre croissant de touristes, notamment étrangers.
L'éco/slow tourisme est une façon de voyager centrée autour de la recherche d'une expérience authentique, le besoin de prendre son temps, de respecter son environnement et de vivre au plus près de la population locale. Il se caractérise par la recherche de circuits moins empruntés, originaux ou exemplaires et privilégiant des modes de transports moins polluants. C'est une filière touristique fortement liée à l'écotourisme et toutes les

formes de tourisme prônant une expérience authentique et proche de la nature. Elle regroupe plusieurs formes de tourisme centrées sur l'itinérance, les mobilités douces comme le cyclotourisme, le tourisme fluvial, la randonnée, la gastronomie, l'oenotourisme…
Cette approche globale et originale s'articule parfaitement avec les nombreuses composantes identitaires de la Loire-Atlantique et la volonté du département de promouvoir un tourisme de qualité, respectueux des équilibres humains, écologiques et environnementaux.
L'adhésion renouvelée du Département à la démarche, initiée par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, qui vise à la création et à la promotion d'un véritable réseau de tourisme durable prenant appui sur les acteurs locaux, répond tout à fait à cette ambition. Le déploiement de cette nouvelle approche intégrée et l'adhésion des filières et des territoires, devra être impulsé par une communication ciblée et adaptée, l'accompagnement à la création de produits originaux, innovants et collaboratifs, permettant de différencier la Loire-Atlantique des destinations concurrentes, notamment littorales. Enfin, la filière tourisme de nature, sur laquelle de nombreux territoires de Loire-Atlantique souhaitent aussi se positionner, méritera également une attention particulière pour permettre un développement coordonné et partagé avec les objectifs du Département.

■ **Fiche-projet n° 7 : Valorisation d'un tourisme durable autour de dispositifs dynamiques et innovants (dont le Passeport vert)**
■ **Fiche-projet n° 8 : Dynamisation et valorisation de l'offre oenotouristique**

2.2 - Favoriser l'itinérance de découverte et valoriser la trame écologique

L'itinérance de découverte est une composante essentielle de l'éco/slow tourisme. Le territoire de la Loire-Atlantique, entre terre et mer, au confluent de la Loire et de l'océan, irrigué par d'exceptionnelles zones humides (Brière, marais salants, lac de Grandlieu…), traversé par trois itinéraires cyclables majeurs (la Loire à vélo, la Vélodyssée et Vélocéan) et le canal de Nantes à Brest, présente des atouts majeurs pour le développement de ce concept.

Trois projets structurants sont aujourd'hui conduits ou envisagés par le Département et s'intègrent tout à fait dans ce cadre :

➜ La valorisation du canal de Nantes à Brest et de l'ensemble de ses atouts

Illustration phare de l'ambition départementale en matière d'éco/slow tourisme, ce projet d'itinérance touristique devra permettre de croiser les dimensions paysagères, environnementales, architecturales, patrimoniales, culturelles, économiques et sociales des différents territoires, de Nantes à Redon via Vioreau, pour construire, avec l'ensemble des acteurs de Loire-Atlantique concernés et des territoires voisins (département d'Ille et Vilaine, régions Bretagne et Pays de la Loire…), une destination éco touristique reconnue.
Il s'agira de définir une stratégie coordonnée visant à confirmer le rôle du Département gestionnaire des voies navigables, développer tous les différents modes d'itinérances possibles en complémentarité des activités sports et loisirs existantes et en prenant en compte les capacités d'accueil. La structuration de cette destination comme une expérience exemplaire à vivre en Loire-Atlantique autour des paysages rencontrés au fil de l'eau, sera co construite avec l'ensemble des nombreux partenaires locaux.

➜ La valorisation des zones humides remarquables du département- projet grands sites de nature

Le territoire départemental est couvert à près de 40% par des zones humides dont certaines sont particulièrement remarquables : l'estuaire, le lac de Grand lieu, la Brière, le marais breton, les marais de l'Erdre.
Ces espaces naturels protégés peuvent retenir l'attention d'un public touristique à la fois en recherche de découverte de la nature et soucieux de la protection de l'environnement.
Le projet grands sites de nature, déployé principalement le long d'un arc est/ouest reliant le lac de Grand lieu, l'estuaire et la Brière, vise à proposer, via la mise en place de parcours thématiques coordonnés, centrés sur l'environnement, une mise en tourisme/découverte raisonnée, tenant compte de la fragilité de ces espaces. Aux côtés des services départementaux et des différents partenaires concernés, la Maison du lac, qui travaille déjà à la mise en tourisme de cet espace lacustre exceptionnel, sera un élément pivot de ce projet. Pour enrichir cette nouvelle offre de découverte, d'autres espaces naturels pourraient également être intégrés à ce réseau.

➜ La mise en tourisme du « Département vélo »

Le Département souhaite positionner la Loire-Atlantique comme une destination vélo et agir pour facilité l'accès des habitants et des touristes à l'ensemble des infrastructures et services associés à ce mode de déplacement
Le territoire départemental est traversé par de grands itinéraires cyclables reconnus à l'échelle européenne (Loire à vélo et Vélodyssée) et nationale (Vélocéan). Le cyclotourisme représente un mode d'itinérance de plus en plus apprécié des vacanciers, notamment des clientèles du nord de l'Europe.
Le plan départemental vélo qui prévoit la mise en œuvre de projets cyclables en maîtrise d'ouvrage départementale et le soutien à diverses actions de soutien à la mobilité cyclable, comporte un volet tourisme avec l'objectif de poursuivre et finaliser les derniers aménagements des deux euro véloroutes et de l'itinéraire « Vélocéan nord » et de développer le réseau d'itinéraires cyclables et le maillage du territoire départemental sous forme de boucles proposant des services en faveur des cyclistes.

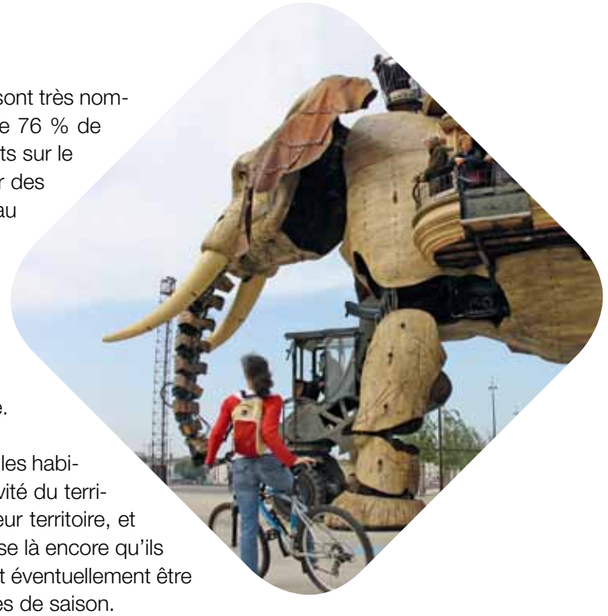
■ **Fiche-projet n° 9 : Valorisation du Canal de Nantes à Brest**
■ **Fiche-projet n° 10 : Valorisation des zones humides remarquables du département – projet grands sites de nature**
■ **Fiche-projet n° 11 : Mise en tourisme du « Département vélo »**

Ambition 3 - Une offre solidaire et de proximité (Voir annexe : p47-54)

3.1 - Vivre la Loire-Atlantique et la faire vivre

Parler en bien et avec enthousiasme du territoire où l'on habite et des activités et services touristiques qu'il propose a toujours été nécessaire, le bouche à oreille étant un des meilleurs vecteurs pour « donner envie ». C'est aujourd'hui d'autant plus indispensable avec le développement des réseaux sociaux, supports de publications de nombreux avis qualitatifs, particulièrement prisés des touristes.

Les résidents secondaires sont également des relais précieux. Ils sont très nombreux en Loire-Atlantique où ce mode d'hébergement représente 76 % de l'offre d'hébergement touristique et plus de la moitié des logements sur le littoral. Plus du tiers de ces lieux de villégiature sont possédés par des habitants de Loire-Atlantique ; de ce fait les échanges internes au sein du territoire départemental entre lieu de résidence/travail et lieu de tourisme/loisirs sont fortement développés.
Au-delà, tous les habitants du département, et ils sont nombreux du fait du dynamisme démographique, sont des touristes potentiels pour la Loire-Atlantique et donc ses meilleurs ambassadeurs. Il est ainsi nécessaire de les sensibiliser et de mettre à leur disposition des outils pour remplir pleinement ce rôle.



Le tourisme est aussi une offre de loisirs de proximité tournée vers les habitants. Il contribue à leur bien-être, à la qualité de vie et à l'attractivité du territoire. Les inciter à devenir touristes/consommateurs au sein de leur territoire, et à partager ces expériences avec leur famille ou leurs amis, suppose là encore qu'ils disposent d'une bonne connaissance des offres. Celles-ci peuvent éventuellement être adaptées (packaging, tarifs préférentiels…) notamment sur les ailes de saison.

La qualité de l'accueil des touristes par les habitants eux-mêmes est également très importante.
La Loire Atlantique a d'ailleurs été « pionnière » sur ces questions, avec les « greeters » (habitants faisant visiter bénévolement leur ville) apparus pour la première fois en France à Nantes.
C'est un élément essentiel de l'approche éco/slow tourisme basée sur la rencontre et l'échange avec les habitants.

Tous ces éléments devront bien sûr être intégrés à la stratégie de communication qui sera déployée dans le cadre de ces nouvelles orientations de développement touristique.

■ Fiche-projet n° 12 : Faire des habitants de Loire-Atlantique des ambassadeurs du département
■ Fiche-projet n° 13 : Coordonner et inciter à la mise en place de schémas d'accueil et de diffusion de l'information

3.2 - Mieux connaître l'offre d'hébergement du tourisme social
Les compétences particulières du conseil départemental en matière d'action sociale l'ont toujours conduit à soutenir les dispositifs visant à favoriser l'accès des vacances pour le plus grand nombre et les personnes en difficulté. Cela passe par des aides aux familles mais aussi par le soutien aux structures d'accueil, souvent sous statut associatif.

Afin de renforcer l'accessibilité de l'offre touristique de la Loire-Atlantique pour tous les publics, il est indispensable de maintenir des capacités d'hébergement dans le champ du tourisme social, c'est-à-dire des lits gérés par des organismes ou associations travaillant de manière privilégiée avec ce type de publics, compétents pour construire des offres adaptées et à des tarifs accessibles.
Or, ces capacités d'accueil sont aujourd'hui menacées par des difficultés à faire évoluer l'offre et par des investissements trop lourds. En dix ans, une dizaine de centres de vacances ont fermé et un certain nombre de propriétaires/gestionnaires relevant du champ du tourisme social s'interrogent aujourd'hui sur l'évolution de leur offre et leur positionnement marketing et économique.

Une meilleure connaissance des acteurs du tourisme social et de leurs problématiques est nécessaire pour permettre de dresser un panorama de l'existant et des orientations à donner en matière de soutien en ingénierie et en financement.

A ce titre, une réflexion pourrait être engagée, en liaison avec la Région et l'Union Nationale des Associations de Tourisme de plein air (UNAT), portant notamment sur la problématique des centres de vacances jeunes, à laquelle la Caisse des dépôts et consignations, particulièrement engagée dans ce type de démarche au niveau national, pourrait éventuellement être associée. Un état des lieux pourrait ainsi être réalisé, suivi d'une identification des sites à enjeux les plus forts et d'une expertise approfondie de la situation des principales structures prioritaires retenues.

3.3 - Développer la dimension tourisme dans les politiques sociales du Département
Au-delà de la question des hébergements évoquée précédemment, le Département soutient de nombreuses actions visant à favoriser l'accès au tourisme pour les publics les plus éloignés.

Parmi elles, certains dispositifs qui viennent en aide aux ménages accompagnés par les acteurs du secteur social, le conseil et l'expertise pour la mise en accessibilité des sites aux personnes en situation de handicap et la labellisation tourisme et handicap, pour laquelle Loire-Atlantique développement / Société publique locale joue un rôle moteur dans le département.
Ces actions devront bien évidemment se poursuivre et la sensibilisation des travailleurs sociaux, qui savent combien le départ en vacances peut jouer un rôle déterminant dans l'accompagnement social des familles ou des personnes isolées, devra être encore développée.
Pour permettre que ces différents dispositifs soient plus lisibles, à la fois pour les bénéficiaires potentiels et les professionnels qui les accompagnent, il parait nécessaire d'engager une véritable démarche partenariale de concertation et d'échanges avec l'ensemble des acteurs concernés sur le territoire départemental.

La question du fonctionnement du marché du travail dans le secteur du tourisme devra également être étudiée et les entreprises touristiques pourront également être mobilisées dans le cadre de l'engagement départemental pour l'emploi. L'économie touristique concerne en Loire-Atlantique près de 16 000 emplois non délocalisables. Certaines branches d'activité, comme l'hôtellerie et la restauration, qui représentent respectivement 20% et 63% des actifs de la filière, ont des difficultés à recruter, du fait de niveaux de formation peu suffisamment adaptés aux besoins, de conditions d'emploi difficiles (pénibilité, saisonnalité) et/ou de rémunération salariale peu attractive. Elles peuvent pourtant offrir des opportunités d'insertion au public en situation précaire, notamment les jeunes. Une attention particulière sera donc portée à ces différentes questions en liaison avec les partenaires concernés (employeurs, chambres consulaires, structures emploi insertion, organismes de formation…), pour dresser un état des lieux de la situation en Loire-Atlantique et identifier les leviers d'action à mobiliser.

■ Fiche-projet n° 14 : Faciliter les départs en vacances
■ Fiche-projet n° 15 : Favoriser l'insertion par l'emploi dans le secteur du tourisme

Ambition 4 - Une communication refondée (Voir annexe : p55-56)

4.1 - Fédérer les multiples identités du département et valoriser les projets départementaux

Ce nouvel élan touristique départemental devra se traduire par une stratégie de communication axée autour du tourisme durable et des différents éléments du positionnement, socle identitaire de référence :

- l'ADN « Loire/Atlantique/Bretagne », qui situe le territoire sur la carte de destinations et de marqueurs internationalement reconnus et le place sous la « rampe » de marqueurs puissants (Val de Loire, Bretagne, côte atlantique…)
- les « marques destination » infra territoriales, également bien installées : La Baule, Guérande, Pornic, St-Nazaire, le Voyage à Nantes, …
- l'éco/slow tourisme, concept « nouveau » mais qui marque déjà de son empreinte le territoire sous l'angle « art et qualité de vie », qualifiant une nouvelle dimension de tourisme durable,
- l'eau plurielle, qui irrigue les paysages et les activités en résultant,
- la mise en avant de l'itinérance et de l'expérience à vivre à travers notamment des sites et projets départementaux, éléments moteurs de la politique touristique départementale (canal de Nantes à Brest, ports de plaisance, Grand patrimoine de Loire-Atlantique…).

Cette communication renouvelée sera réfléchie et mise en œuvre en complémentarité et non en concurrence avec les territoires.

Elle s'adaptera aux évolutions de la consommation des touristes nécessitant une veille et une innovation permanentes et placera les habitants au cœur de la promotion de la Loire-Atlantique comme des ambassadeurs du territoire.

Elle devra porter une signature simple et évidente, déclinable par l'ensemble des acteurs comme marque caution, marque de territoire, une signature capable également de porter la politique touristique du Département et ses projets phare (Grand Patrimoine de Loire-Atlantique, canal de Nantes à Brest…).

Elle sera déclinée simplement et soigneusement pour donner envie de découvrir et témoigner de l'authenticité et de la singularité du territoire, autour d'une ligne éditoriale et d'un parti pris assumés autour du tourisme durable.

Elle devra enfin faciliter la mise en relation de l'ensemble des stratégies de communication touristique des territoires. Le Département se positionnera comme accompagnateur des territoires pour impulser la mise en place de projets de communication et de promotion mutualisés tout en s'affranchissant des frontières administratives et territoriales (exemple : canal de Nantes à Brest, vignoble de Loire-Atlantique).

Fiche-projet n° 16 : Refonder la communication et la promotion touristique de la Loire-Atlantique en intégrant les marques / entités infra et supra.

4.2 - Miser sur les supports numériques et digitaux

Cette nouvelle stratégie de communication s'appuiera bien évidemment sur les outils numériques existants et à venir en termes d'innovation. Le marketing expérientiel (réseaux sociaux, réseaux de l'économie collaborative et nouveaux usages du numérique) sera au cœur des outils déployés, tels que gaming (activité ludique), réalité augmentée, outils mobiles, etc.

Une marque territoriale claire et un positionnement précis sont des facteurs de succès. Ils doivent être accompagnés d'une stratégie digitale complète, aujourd'hui clé d'entrée et de reconnaissance des territoires, tant l'accessibilité à une information précise et cohérente est indispensable à la transformation concrète de séjours.
Les outils numériques assumeront un parti pris éditorial en relation avec l'identité définie (territoires d'eaux, tourisme durable, style de vie, « juste temps »). Ils devront permettre la mise en relation et l'accompagnement de l'ensemble des stratégies touristiques des territoires.

Les réseaux sociaux devront continuer également à être fortement investis. Ils sont les relais indispensables d'un dispositif complet et soutenu de marketing d'hyper personnalisation et nécessitent une animation régulière très active.

Toutes ces évolutions sont extrêmement rapides et induisent le renforcement de la formation et de l'information des professionnels sur les territoires, aux écosystèmes numériques et aux méthodes de conquêtes digitales.

Ambition 5 - Une gouvernance clarifiée

5.1 - S'adapter à un contexte institutionnel en évolution

La promulgation, le 7 août 2015, de la loi portant nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRe), conduit à une modification de la répartition des compétences entre différentes collectivités.
Le tourisme devient une compétence obligatoire des intercommunalités, en lieu et place des communes, partagée avec les Départements et les Régions. Les Départements voient également leurs compétences affirmées dans le domaine de la solidarité territoriale, avec la reconnaissance de leur capacité à accompagner les acteurs locaux en ingénierie et expertise, dans la garantie d'un équilibre des territoires.
La mise en œuvre de cette nouvelle stratégie départementale de développement touristique durable intervient, dans ce contexte, très opportunément pour accompagner au mieux le développement du territoire et favoriser les retombées en termes d'emploi. Elle conduit à préciser les modalités de coopération du Département avec les collectivités partenaires, pour garantir la convergence et le partage des orientations de chacune et la cohérence des interventions publiques dans le domaine du tourisme. Tous les partenaires consultés lors de la concertation de cet été ont également formulé cette demande de mise en perspective, de dialogue et d'échanges.

Quatre axes de travail seront privilégiés à ce titre :

5.2 - Porter les objectifs touristiques départementaux dans le cadre de la future stratégie touristique régionale

Dans le cadre de l'exercice de leur compétence tourisme, la Région et le Département ont chacun vocation à formuler leurs orientations dans deux documents différents : pour la Région un schéma régional de développement du tourisme et des loisirs portant les orientations fixées dans le plan régional ; pour le Département, un schéma d'aménagement touristique départemental en cohérence avec les orientations du schéma de développement touristique régional précité.
En Loire-Atlantique, il a été fait le choix de travailler sur un référentiel qui fixe les ambitions du Département à travers différents axes de travail. Certains sont déjà mis en œuvre et seront adaptés aux orientations de

ce référentiel. D'autres devront être déployés après un travail de concertation complémentaire avec les acteurs concernés car c'est bien la volonté de construire, avec l'ensemble des partenaires, une stratégie partagée sur une compétence partagée, qui a animé cette réflexion.
Quant à la concertation à venir sur le schéma régional, elle ne pourra être engagée qu'à partir de 2016, compte tenu du calendrier électoral. Elle devra permettre de prendre en compte les orientations du Département dans le futur schéma de développement touristique, et les opportunités de collaboration des différents opérateurs (les agences régionale et départementale), notamment sur le volet appui et expertise en ingénierie touristique auprès des territoires.
Des partenariats existent déjà avec la Région Pays de la Loire, notamment sur la politique d'accueil touristique des clientèles étrangères et sur un état des lieux du tourisme littoral, en concertation avec le Département de la Vendée ; ces partenariats seront maintenus.

5.3 - Développer les partenariats avec les territoires voisins
Pour la construction de son projet de visite et lors de son voyage, le touriste est bien peu préoccupé par les frontières administratives et institutionnelles. Les acteurs publics doivent tenir compte de cet état de fait et s'organiser pour développer des modes de coopération et partenariat adaptés.
En Loire-Atlantique, plusieurs filières touristiques sont concernées, notamment celles qui relèvent de l'itinérance (cyclotourisme, nautisme, tourisme fluvial…). Leur développement, notamment dans le cadre de la mise en œuvre du projet lié au canal de Nantes à Brest, nécessitera de nouer les partenariats opérationnels opportuns. A noter que, sur ce point, la Loire-Atlantique a déjà su se montrer exemplaire puisqu'elle a activement contribué à la réalisation de l'itinéraire européen Vélodyssée dont elle a présidé le comité de pilotage lors de sa création.
Les contrats de destination, développés par le ministère du tourisme, et qui permettent à plusieurs partenaires de mutualiser les moyens pour conduire des actions de communication, notamment en direction des clientèles étrangères, sont aussi des outils de coopération pertinents.
La Loire-Atlantique, au carrefour de trois parcours à vocation internationale, est concernée par deux d'entre eux : le contrat de destination « Val de Loire » porté par les Régions Pays de la Loire et Centre, et « Bretagne» porté par la Région Bretagne, qui se décline en « Bretagne Loire Océan » sur le territoire de Loire-Atlantique.
Le projet « Côte Atlantique » regroupant l'ensemble des régions et des départements littoraux atlantiques, de la frontière espagnole à l'embouchure de la Vilaine, n'a pas été retenu en 2015 mais les différents partenaires ont néanmoins décidé de poursuivre leur collaboration en direction de la clientèle allemande tout particulièrement.
Compte-tenu de l'ambition portée par la Loire-Atlantique en direction des clientèles étrangères, ces partenariats seront bien sûr poursuivis, notamment ceux engagés avec l'aéroport de Nantes et le Voyage à Nantes ou encore avec les collectivités normandes (Région et Départements) sur la clientèle britannique qui a, depuis trois ans, porté ses fruits.

5.4 - Animer le réseau des acteurs du département et privilégier la co-construction des projets
Au terme de la loi NOTRe évoquée précédemment, la compétence tourisme à l'échelon local est désormais confiée aux établissements de coopération intercommunale et les offices du tourisme seront regroupés à cet échelon. Le paysage touristique va donc se modifier sensiblement, même si, en Loire-Atlantique, plusieurs territoires ont déjà amorcé ces regroupements.
Il convient donc à la fois de préciser les rôles respectifs du Département et de son opérateur Loire-Atlantique développement / Société publique locale vis-à-vis des intercommunalités, désormais porteuses d'une compétence obligatoire tourisme, et de s'assurer de la cohésion des acteurs de Loire-Atlantique autour des ambitions portées par la nouvelle stratégie départementale.
Lors des échanges organisés avec eux pendant la phase de concertation sur la future stratégie départementale, les différents acteurs ont rappelé leur souhait que le Département se positionne comme :
- animateur des dynamiques territoriales, appuyées sur des objectifs co-construits en accord avec le positionnement stratégique départemental et tenant compte du degré de structuration des territoires,
- porteur des orientations stratégiques sur les sites départementaux,
- garant de l'équilibre territorial et de la solidarité, en travaillant sur les offres de tous les territoires, pour les rendre plus visibles.

Loire-Atlantique développement / Société publique locale est, quant à elle, bien perçue comme le levier d'action du Département en matière d'action touristique avec des compétences attendues en :
• Ingénierie, accompagnement de projets ;
• Expertise, plus particulièrement dans les domaines du numérique (outils et conseil), de l'animation de réseaux sociaux et de marketing (clientèles cibles) ;
• Animation des réseaux professionnels et des filières ;
• Mise en réseau des territoires, création de passerelles ;
• Création de produits pour la promotion du territoire ;
• Organisation d'actions collectives (participation à des salons…) ;
• Veille / observation – communication d'informations utiles vers les territoires, construction d'indicateurs fiables.

Autant d'éléments qui confortent le positionnement que le Département et son opérateur souhaitent adopter à la faveur de ce nouvel élan souhaité pour le développement touristique de la Loire-Atlantique.

5.5 - Adopter le réflexe tourisme dans les politiques sectorielles départementales
L'enjeu est ici de démultiplier les effets leviers des différentes interventions du Département au bénéfice du tourisme.
Le tourisme est une politique publique éminemment transversale qui fait écho à de nombreux autres domaines d'activité. L'offre touristique s'enrichit des différentes composantes qui la structurent et la mise en œuvre de projets touristiques nécessite la mobilisation de plusieurs dispositifs de politiques publiques, que ce soit en termes d'infrastructures, d'aménagement du territoire ou de développement local.
Plusieurs des projets portés par cette nouvelle stratégie touristique sont concernés, qu'il s'agisse notamment de la culture avec Grand Patrimoine de Loire-Atlantique, du patrimoine naturel avec la valorisation du canal de Nantes à Brest et le projet grands sites de Nature, ou encore de la mise en tourisme du « Département vélo ». Ce sont des projets phare pour lesquels la dimension tourisme est immédiatement repérable. D'autres, parmi les nombreuses actions mises en œuvre par le Département, sont peut-être moins identifiables à ce titre et pourtant nécessiteraient une approche plus adaptée en ce sens.
Ce type d'analyse mériterait d'être plus systématiquement généralisé pour conforter encore la vocation touristique du département de Loire-Atlantique qui devrait se situer dans les cinq premières destinations françaises.

Annexe

Fiches-Projets

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

➜ Impulser et accompagner des projets structurants créant du lien entre territoires et entre filières

En cours

Fiche-projet n°1 : Développement touristique des sites de Grand Patrimoine

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Il s'agit de valoriser auprès des touristes visiteurs la richesse patrimoniale de sites remarquables, propriétés du Département : les châteaux de Clisson et de Châteaubriant, le Musée Dobrée, le Domaine de la Garenne Lemot.

Ces sites doivent permettre de développer les autres produits touristiques des territoires où ils sont implantés : le domaine de la Garenne Lemot et le château de Clisson pour le vignoble nantais, le Musée Dobrée sur la ville de Nantes, le château de Châteaubriant et ses territoires alentour.

La mission de Grand Patrimoine est de proposer une programmation culturelle, riche et accessible à tous les publics à partir de la diffusion de collections « hors les murs » afin que chaque territoire puisse bénéficier de cette offre culturelle susceptible d'attirer les habitants et les touristes.

L'enjeu est d'intégrer les différents évènementiels (expositions, animations…) à l'offre touristique globale de la Loire-Atlantique et des territoires qui la composent.

Définition de l'action

La mise en tourisme s'organise autour de quatre volets :

- relier l'offre culturelle proposée aux évènementiels et aux actions de promotion, commercialisation… menées par les acteurs touristiques locaux (offices de tourisme, hôtellerie, restauration…) et mettre en place une signalétique adaptée ;

- valoriser l'offre touristique associée aux différents sites (hébergements, restauration, autres suggestions de visites…), pour accroître la consommation touristique sur les territoires concernés ;

- développer la qualité de l'offre autour de labels performants et reconnus (qualité tourisme, tourisme et handicap, Passeport vert…), proposer des outils de visite innovants (numérique…) et favoriser « l'expérience à vivre » et la rencontre avec les visiteurs (médiation) ;

- sensibiliser les touristes mais aussi les habitants de Loire-Atlantique à leur histoire en leur présentant une programmation d'expositions et d'animations spécifiquement conçues en cohérence avec l'histoire des lieux et faire voyager les collections entre les différents sites départementaux afin de les rendre accessibles au plus grand nombre.

EVALUATION

Livrables :

- Intégration de l'offre touristique associée à chaque site dans les outils de communication et promotion de Grand patrimoine (site web…)
- Outil de relation client (provenance géographique des visiteurs, via les codes postaux, recettes engendrées)

- Questionnaire de satisfaction

Indicateurs :

- Nombre de consultations du site web dédié « Grand patrimoine »

- Nombre de consultations sur les réseaux sociaux (twitter, facebook, google+ et tripadvisor…..)

- Nombre de visiteurs sur les sites

- Nombre de visites payantes et autres prestations

- Recettes générées au total sur l'ensemble des sites

- Nombre de labels obtenus pour les trois sites

- Nombre de billets fidélité vendus

- Nombre de scolaires

- Origine géographique des visiteurs (habitants de Loire-Atlantique/autres)

ORGANISATION

Service pilote

- Direction culture - Grand Patrimoine Loire-Atlantique

Services départementaux associés

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction communication

- Direction prospective

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL

- Offices de tourisme

- Voyage à Nantes

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Plan signalétique « Grand patrimoine » sur les sites (interprétation et accueil)

- Signalétique directionnelle sur les communes

- Site web en constante évolution

- Projets numériques (médiation numérique /parcours numériques)

- Mise en place d'un nouvel outil clientèle

- Mise en place d'un service de commande en ligne de produits ou catalogues d'expositions

- Mise aux normes avec labellisation des sites « Tourisme et handicap »

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

➜ Impulser et accompagner des projets structurants créant du lien entre territoires et entre filières

Fiche-projet n°2 : Valorisation du littoral

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Face à une évolution tendancielle d'homogénéisation de l'offre touristique en zone littorale (balnéaire notamment), la Loire-Atlantique dispose d'aménités territoriales à même de constituer une offre départementale innovante autour de son identité maritime.

Dans le respect d'un environnement et d'un cadre de vie préservés et d'une bonne cohabitation des usages, l'accompagnement des projets structurants en faveur d'un nautisme repensé, de la mise en tourisme des énergies marines renouvelables et de la promotion du patrimoine maritime et littoral méconnu devra permettre d'impulser une offre touristique, facteur d'intégration sociale (personnes âgées, publics défavorisés, etc.) et de solidarités territoriales entre le littoral et l'arrière-pays.

Définition de l'action

> Elaborer et coordonner un plan « nautisme » en Loire-Atlantique

- coordonner et structurer la mise en réseau des ports de plaisance du département et permettre les collaborations avec les ports des départements limitrophes ;

- définir de manière partenariale une stratégie de développement d'un nautisme innovant, durable et accessible aux amateurs et aux publics touristiques et de communication auprès de la clientèle, notamment de proximité ;

- mettre en œuvre une stratégie de communication pour valoriser l'offre.

> Favoriser la mise en tourisme des énergies marines renouvelables

- soutenir la création et l'installation des centres d'information et d'interprétation du développement des énergies marines renouvelables en Loire-Atlantique.

> Développer une offre de pleine nature littorale auprès des séniors, respectueuse de l'environnement

- promouvoir une offre d'activités littorales et maritimes adaptées à la population des séniors, en lien avec la valorisation des espaces naturels littoraux gérés par le Département et les équipements portuaires ;

- développer une stratégie de communication auprès du public sénior.

> Valoriser le patrimoine maritime naturel côtier

- recenser les sites remarquables du patrimoine maritime et littoral du département ;

- favoriser et encourager la mise en réseau de ces sites afin d'en renforcer la visibilité et l'accessibilité auprès du grand public.

> Encourager l'adhésion d'acteurs du tourisme littoral à la démarche Passeport vert du Département

EVALUATION

Livrables :

- Volets tourisme littoral durable et nautisme de la Politique mer et littoral

- Mise en réseau des ports de plaisance départementaux et communaux et feuille de route d'une offre renouvelée en matière de nautisme

- Ouverture des centres d'interprétation sur les énergies marines renouvelables (EMR)

- Inventaire du patrimoine maritime et littoral

Indicateurs :

- Fréquentation touristique sur les sites littoraux départementaux

- Etude qualité et satisfaction

- Fréquentation dans les centres d'interprétation, les écoles de voile

- Nombre de projets littoraux adhérents à la démarche Passeport vert

ORGANISATION

Service pilote

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

Directions associées

- Direction infrastructures

- Direction sports

- Direction personnes âgées/personnes handicapées

- Direction culture

- Direction communication

- Direction prospective

- Délégations de Saint-Nazaire et Pays de Retz

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL

- Loire-Atlantique pêche plaisance

- Intercommunalités littorales, Régions Pays de la Loire et Bretagne, Départements littoraux limitrophes, services de l'Etat concernés

- Conservatoire littoral, Office national des forêts, Université de Nantes, CCI Nantes-St Nazaire, Association ACCOSTE 44

- Associations, fédérations et syndicats professionnels (plaisance, nautisme et autres activités maritimes, hébergement, tourisme, etc.)

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

■ État des lieux sur le tourisme littoral de Loire-Atlantique et de Vendée (en cours avec la région Pays de la Loire)

■ En coordination avec la mise en œuvre de la politique mer et littoral du Département, réalisation des actions suivantes :

Élaborer et coordonner un plan « nautisme » en Loire-Atlantique
• Mise en place du réseau départemental des ports de plaisance

• Lancement de l'élaboration du plan, en concertation avec les acteurs concernés

• Engagement des travaux le cas échéant

• Promotion et communication sur l'offre nautique définie

Favoriser la mise en tourisme des énergies marines renouvelables
• Accompagnement, suivi des projets en cours

Développer une offre de pleine nature littorale auprès des séniors
• Inventaire de l'offre touristique littorale auprès des séniors avec les acteurs concernés

• Etablissement de fiches actions et lancement d'un plan de promotion des actions

Valoriser le patrimoine maritime naturel côtier
• Inventaire des sites remarquables du patrimoine naturel littoral et maritime

• Mise en tourisme avec signalétique et communication

Encourager l'adhésion d'acteurs du tourisme littoral à la démarche Passeport vert
• Communication auprès des acteurs du tourisme littoral sur la démarche Passeport vert

• Accompagnement des actions volontaires et communication à cet effet

- Intégration du plan Nautisme et du volet Tourisme littoral durable à la politique mer et littoral

- Communication globale sur les actions dans une recherche de cohérence et de visibilité

- Suivi et évaluation des actions

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

➜ Impulser et accompagner des projets structurants créant du lien entre territoires et entre filières

À mettre en oeuvre

Fiche-projet n°3 : Développement touristique des sites de sports nature et mise en tourisme du schéma des activités de pleine nature

DESCRIPTION

■ Enjeux et objectifs

Les activités physiques et sportives et de loisirs sont des vecteurs d'attractivité importants pour les touristes, notamment la clientèle familiale. Nombre d'entre elles sont pratiquées dans la nature, notamment les activités nautiques et les différentes formes de randonnées (pédestre, équestre, cycliste). La stratégie touristique durable mise sur le développement de l'éco/slow tourisme et la valorisation de l'itinérance de découverte soutenue par les offres sport et loisirs de pleine nature. Afin de favoriser le positionnement de la Loire-Atlantique, qui dispose de nombreux atouts (façade maritime, rivières, plans d'eau, itinéraires cyclables et de multi randonnées inscrits au plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnées - PDIPR), sur le créneau « destination sports/nature », le schéma départemental des activités de pleine nature prend en compte les actions visant à renforcer l'attractivité touristique des offres.

■ Définition de l'action

Le Code du sport (article L 311 – 3) a confié le développement maîtrisé des sports de nature aux Départements. Le Conseil départemental de Loire-Atlantique a voté en 2012 le plan départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI) d'intérêt départemental.

Dans ce cadre, le Département souhaite :

- structurer les activités dont bénéficient les pratiquants en évitant les conflits d'usages ;

- développer les filières porteuses en termes de tourisme, d'économie…;

- favoriser la découverte et l'éducation à l'environnement par le biais d'une activité sportive ;

- proposer des activités adaptées à tous les âges, sachant que l'accès aux espaces naturels, lieux de la pratique, est gratuit.

La « mise en tourisme » de ces objectifs se traduira par les actions suivantes :

- développer la visibilité de l'offre existante avec des outils innovants afin de la rendre attractive aux familles, seniors et touristes ;

- mettre en réseau les partenaires de territoire afin de coupler activités sportives et découvertes du territoire ;

- travailler à la conception d'un outil statistique qui permettra d'avoir des informations sur la « fréquentation » des activités sportives en lien avec l'observatoire.

EVALUATION

Livrables :

- Site internet spécifique consacré à la randonnée, mise à jour régulière indispensable

- Promotion de l'offre existante ou propositions de prestations complémentaires, à intégrer dans les offres touristiques déjà existantes

Indicateurs :

- Nombre de téléchargements sur l'appli Rando Loire-Atlantique

- Nombre de téléchargements sur le site web du Département

- Nombre de consultations sur le site web de Loire-Atlantique développement/SPL

- Nombre de personnes fréquentant les sites dédiés aux sports de plein air (les associations pourraient fournir des données chiffrées)

- Type d'activités sportives pratiquées sur le département et le nombre de pratiquants (ces données pourraient être obtenues auprès des clubs)

ORGANISATION

Service pilote

- Direction des sports (service aide au mouvement sportif)

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (service tourisme et littoral et service environnement)

- Direction communication

- Direction des infrastructures

- Délégations territoriales

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL

- Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI) ou communes

- Région

- Services de l'Etat concernés

- Mouvement sportif (associations, comités sportifs départementaux et régionaux…)

- Prestataires touristiques (hébergeurs, restaurateurs, loueurs de matériel…)

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Organiser la communication sur les espaces sites et itinéraires inscrits au plan départemental des sites et itinéraires, notamment sur le site internet du Département et dans les autres supports média en veillant à une mise à jour régulière.

- Promouvoir directement sur le terrain, les espaces, sites de pratiques et itinéraires de multi randonnées sportives, de loisirs et/ou touristiques, inscrits au plan par la mise en place d'une signalétique spécifique et de supports d'information adaptés.

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

➜ Soutenir les démarches de qualité

Fiche-projet n°4 : Accompagnement des démarches qualité et de la mise en réseaux

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Le Département souhaite dynamiser son offre touristique en prenant appui sur des démarches qualité et des réseaux existants ou à développer. Il s'agit de faire valoir des produits ou filières de qualité auprès des touristes, à tous les stades de la consommation : avant le départ, en préparation du séjour en assurant au client le respect de critères partagés / sur place, avec le développement de « codes » communs permettant de créer une unité d'accueil ou de produits qui confère une ambiance agréable pour le touriste et lui donne envie de rester ou de revenir / après son séjour, en développant les capacités des nouveaux « bouche à oreille » numériques.

La dynamique départementale auprès des professionnels sera également au cœur du dispositif de manière à coordonner les actions et les organiser.

Définition de l'action

Il s'agit de développer tout outil permettant de valoriser les produits ou filières. Cette action globale contribue à l'image de marque et de qualité du département, en répondant aux attentes des touristes.

Le développement devra être réalisé en fonction des thématiques ou des cibles de manière transversale (tourisme et handicap, Passeport Vert, accueil vélo, vignobles et découvertes, familles/enfants, randonnées avec chemins de grande randonnée ou côtiers…), en respectant l'équilibre des territoires et dans le souci du développement durable.

EVALUATION

Livrables :

- Charte d'engagement dans chacun des labels et réseaux

- Plan de communication

Indicateurs :

- Fréquentation sur Tripadvisor, Booking.com…

- Satisfaction client (enquêtes)

- Satisfaction réseaux (enquêtes)

ORGANISATION

Service pilote

- Loire Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction personnes âgées/personnes handicapées,

- Direction sports,

- Direction infrastructures,

- Direction prospective,

- Délégations territoriales,

Partenaires

- Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI), offices de tourisme, pays touristiques
- Syndicats et fédérations de professionnels
- Région Pays de la Loire
- Education nationale, réseaux d'éducation populaire

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Etat des lieux des labels et réseaux existants (analyse des tendances en termes d'acceptabilité des labels)
- Choix des partenariats et identification des actions
- Développement et coordination des actions et plans de communication associés
- Remise à plat de la labellisation (revoir la maîtrise d'ouvrage)
- Création et animation d'un réseau transversal pour formation, information communes

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

À mettre en oeuvre

➜ Favoriser l'innovation et le partage d'expérience et de connaissance

Fiche-projet n°5 : Accompagnement des territoires et des porteurs de projets sur l'innovation

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Innover permet de répondre à l'évolution des usages des touristes et de rendre ainsi l'offre touristique de Loire-Atlantique différenciée et compétitive.

Il s'agit d'insuffler de nouvelles façons de penser l'offre touristique afin de :

- faire émerger de nouvelles offres attractives ;
- favoriser les projets écotouristiques innovants ;
- faire vivre aux territoires et porteurs de projets touristiques la transition numérique que tous les autres secteurs économiques vivent actuellement, avec plus ou moins d'aisance.

L'innovation, par nature transversale, doit tenir compte des évolutions technologiques et s'appuyer sur l'usage des terminaux digitaux et la culture numérique des touristes. Pour autant, l'appui à l'innovation ne se réduira pas à l'innovation numérique.

Définition de l'action

L'innovation peut être de produit / service, marketing ou encore de méthode et d'organisation.

Un effort particulier portera sur les axes suivants :

- Innovation sur l'offre : nouvelle dans le tourisme et/ou nouvelle sur le territoire
- Innovation marketing : le concept, la proposition faite au touriste, la médiation peuvent être terrains d'innovation
- Innovation dans les usages : accompagner, voire anticiper les nouvelles tendances de consommation.

EVALUATION

Livrables :

- Rendez-vous avec des professionnels sur les territoires
- Expérimentation
- Supports d'information

Indicateurs :

- Nombre d'expérimentations initiées/étudiées
- Nombre d'expérimentations abouties
- Articles de presse

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)
- Direction communication
- Direction prospective
- Direction culture Grand patrimoine
- Délégations territoriales

Partenaires

- Région Pays de la Loire
- Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI), offices de tourisme, pays touristiques
- Réseaux professionnels touristiques
- Cantine Numérique, laboratoire Arts et technologies – Stereolux, école de Design de Nantes, plateforme régionale d'innovation / innovation et design d'expériences de visites PRI/IDEV, université de Nantes

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

1/ Dispositifs d'information

- Information transmedia sur l'innovation (articles sur site pro, livres blancs, tutoriels, réseaux sociaux, encarts sur newsletters existantes tourisme, FDOTSI et partenaires…)
- Rendez-vous avec les professionnels réguliers, en itinérance sur le territoire
- Inscription dans les démarches déjà déployées : rendez-vous numériques départementaux, régionaux, métropolitains.

2/ Expérimentations

- Trouver des sujets d'expérimentation (principalement via les porteurs de projets)
- Trouver des lieux d'expérimentation volontaires (territoires ou sites précis)
- Les mettre en lien pour passer de l'idée au projet

3/ Accompagnement conseil sur les projets innovants des professionnels

- Initier et inspirer : être pourvoyeur d'idées auprès des territoires et des socioprofessionnels
- Accompagner le(s) projet(s) de l'idée au déploiement (ex : Quai vert et le « papillonneur »)
- Continuer d'alimenter l'observatoire numérique du tourisme en Loire-Atlantique pour atteindre une couverture complète d'environ 1 100 sites touristiques possédant un site internet dédié. En extraire les données significatives et les diffuser.

Ambition 1 : Une offre dynamisée par la mise en réseau des filières et des territoires

➜ Favoriser l'innovation et le partage d'expérience et de connaissance

Fiche-projet n°6 : Veille et observation touristique

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Le tourisme est reconnu aujourd'hui comme un secteur économique à part entière, générateur d'emplois et de valeur ajoutée pour les territoires et les entreprises.

Connaître et anticiper les comportements de la demande touristique, les évolutions de l'offre sont des atouts majeurs tant du point de vue du marketing territorial que des modèles économiques retenus.

Aussi, l'acquisition de connaissances régulières sur le secteur tourisme et les territoires impactés par le tourisme, tant quantitatives que qualitatives, permettra d'accroître la performance des acteurs du territoire. Par ailleurs, l'expertise de Loire-Atlantique développement/SPL est reconnue auprès des cibles définies par la stratégie et donc ses compétences en matière de conseils auprès des différents acteurs publics et privés.

Définition de l'action

L'action de veille et d'observation doit être à la disposition des territoires selon 3 niveaux :

- Mise en œuvre d'un système d'observation sur la thématique du tourisme, en relation étroite avec les cibles définies par la stratégie d'actions ;
- Mise à disposition des données de cadrage issues de sources officielles et des données issues d'enquêtes spécifiques mises en œuvre par Loire-Atlantique développement / SPL ;
- Amélioration de la connaissance sur les tendances touristiques, les évolutions des habitudes de consommation touristique, les nouveaux modèles économiques touristiques dans le cadre d'une démarche de veille qui s'appuiera en particulier sur les outils spécifiques que sont le système d'information touristique et l'Observatoire Numérique.

EVALUATION

Livrables :

- Etudes et enquêtes réalisées
- Déploiement de bases de données et mise à jour
- Supports de diffusion et d'information de la veille

Indicateurs :

- Nombre d'études
- Taux de retours enquêtes

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction prospective

Partenaires

- Agence régionale Pays de la Loire, Auran, Agence pour le développement durable de la région nazairienne (ADDRN),

- Observatoires des intercommunalités, Insee

- Autres départements, réseau national des destinations départementales (RN2D)

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Définition des besoins en matière d'informations

- Identification des sources

- Choix et mise en œuvre des outils de stockage et d'analyse

- Création des bases de données et organisation des données

- Analyse des données et réalisation des études

- Diffusion des résultats

Ambition 2 : Une offre différenciée pour le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

En cours

➜ Impulser une approche d'éco/slow tourisme

Fiche-projet n°7 : Valorisation d'un tourisme durable autour de dispositifs dynamiques et innovants (dont le Passeport vert)

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Dans le cadre d'un développement économique efficace et respectueux, il est important d'encourager un tourisme qui préserve le département dans toute sa diversité.

Le développement d'un tourisme durable permettra de conjuguer un tourisme de qualité, soucieux des équilibres humains, de l'environnement et de l'économie locale.

Objectifs :

- Installer la Loire-Atlantique comme une destination durable
- Fédérer les professionnels autour des valeurs du tourisme durable
- Devenir un territoire exemplaire par l'engagement des acteurs

Définition de l'action

Une culture « tourisme durable » pourra être portée sur le territoire en insufflant un esprit de partenariat avec l'ensemble des acteurs de l'économie touristique.

EVALUATION

Livrables :

- Réunions ou rendez-vous de sensibilisation.

- Enquêtes ou diagnostics

- Outils de communication témoignant de l'engagement des professionnels investis dans la démarche (ex. 2015 : exposition et portfolio)

Indicateurs :

- Retombées presse

- Nombre de partenaires/professionnels engagés.

- Résultats d'enquêtes (enquêtes de satisfaction …)

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction prospective

Partenaires

- Chambre de commerce et d'industrie de Nantes/Saint-Nazaire

- Programme des Nations Unies pour l'Environnement

- Signataires Passeport Vert réels et potentiels (fédérations, syndicats, associations d'initiative locale, Pays touristiques, Offices de tourisme, EPCI…)

- Acteurs des filières et réseaux professionnels

- Région des Pays de la Loire

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

Stratégie

- Identification des acteurs locaux travaillant sur la thématique tourisme durable

- Développement du réseau d'acteurs engagés dans la démarche Passeport Vert

- Réalisation d'un diagnostic commun et transversal des filières sur la thématique durable

- Valorisation et initiation d'échanges entre les acteurs engagés

- Renforcement du plan d'actions avec un réseau d'acteurs élargi dans le cadre d'un club dédié

- Promotion des professionnels engagés dans ces démarches

Communication

- Déploiement d'une stratégie de communication Passeport Vert auprès du grand public, des professionnels et des signataires, axée sur une communication de retours d'expériences afin de rendre concret le tourisme durable (ex. portfolio, exposition, vidéos, interviews, portraits).

- Déploiement d'une stratégie de communication grand public : thématique chapeau de la stratégie de communication

Ambition 2 : Une offre différenciée pour le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

En cours

➜ Impulser une approche d'éco/slow tourisme

Fiche-projet n°8 : Dynamisation et valorisation de l'offre oenotouristique

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Après plusieurs années d'accompagnement des prestataires touristiques du vignoble vers le développement d'une offre oenotouristique transversale et de qualité, l'enjeu est aujourd'hui d'aider les vignobles de Loire-Atlantique et leurs acteurs à devenir une véritable destination touristique, facilement identifiable, accessible et structurée.

L'offre oenotouristique doit être également visible en dehors du vignoble (être accessible aux touristes de la côte par exemple) et être associée à d'autres filières (être reliée à la gastronomie, à la rando, au vélo….), attirant davantage de clientèles et contribuant à sa notoriété.

Définition de l'action

L'oenotourisme est un véritable atout d'attractivité touristique. Il s'agit donc de valoriser l'ensemble des vignobles de Loire-Atlantique et de s'appuyer sur le produit et la filière. L'action sera déterminante en termes de coordination des acteurs, mutualisation des moyens, organisation des messages et «force de frappe» promotionnelle. Elle sera menée avec les acteurs du territoire.

EVALUATION

Livrables :

- Tracés de circuits

- Supports de promotion communs Département/ Voyage à Nantes

- Inventaire avec les territoires des évènements «vignoble» qu'ils organisent

- Mise en place d'un agenda

Indicateurs :

- Fréquentation de la route des vignobles

- Utilisation des outils développés par la région (application numérique)

- Fréquentation lors des évènements relayés

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction culture Grand patrimoine

- Délégations territoriales concernées

Partenaires

- Région des Pays de la Loire

- Offices de tourisme du vignoble de Nantes, du Pays d'Ancenis

- «Une autre Loire» (49)

- Voyage à Nantes

- Interloire

- Autres acteurs professionnels

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Coordination de la modernisation de la route des vignobles avec la Région, au niveau de la Loire-Atlantique et autour des acteurs suivants : OT du vignoble de Nantes, OT du Pays d'Ancenis, OT «une autre Loire» (49), le VAN et Interloire. Il s'agit aussi d'attacher la route des vignobles aux autres itinéraires que développe la Région (Loire à vélo, Loire en Bateau, Loire Littéraire)

Dans ce contexte, les 4 circuits développés dans le cadre de l'opération Porte des Vignobles seront utilisés comme base de travail. L'itinéraire de Nantes à Clisson développé par le VAN durant l'été 2015 sera également réutilisé.

- Poursuite et ancrage du partenariat entrepris avec VAN début 2015 : création d'outils communs valorisant le vignoble

- Développement des partenariats avec les autres territoires de Loire-Atlantique (via OT, collectivités)

- Poursuite du travail mené avec la maison du lac et les vignerons du vignoble de Grandlieu

- Relais des évènements locaux : Les Muscadétours, Vignes, vins randonnées, portes ouvertes des caves, vignoble à vélo…

- Prise d'appui sur ces démarches / opportunités pour valoriser les partenaires des réseaux qualité dont ceux de Vignobles & Découvertes

Ambition 2 : Une offre différenciée pour le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

➜ Favoriser l'itinérance de découverte et valoriser la trame écologique

Fiche-projet n°9 : Valorisation du Canal de Nantes à Brest

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Illustration des ambitions départementales en matière de structuration d'une offre éco/slow tourisme et développement touristique durable, ce projet d'itinérance touristique, à mener sur un périmètre emblématique de la richesse fluviale et patrimoniale de la Loire-Atlantique, devra permettre de croiser les dimensions paysagères, environnementales, architecturales, patrimoniales, culturelles, économiques et sociales des différents espaces, pour construire, avec l'ensemble des acteurs locaux de Loire-Atlantique concernés et des territoires voisins (Département Ille-et-Vilaine, Régions Bretagne et Pays de la Loire...), une destination touristique au fil de l'eau, de Nantes à Redon, via Vioreau.

Définition de l'action

> Définir une stratégie départementale interne coordonnée autour du projet de construction de la destination pour :

- développer les différents modes d'itinérance possibles en complémentarité des activités sport et loisirs déjà existantes, en prenant en compte les capacités d'accueil (bases de Vioreau, d'Abbaretz, maisons éclusières …)

- structurer cette destination comme une expérience exemplaire à vivre en Loire-Atlantique autour d'un récit centré sur les paysages rencontrés au fil de l'eau et d'un parcours séquencé, type land art.

- mettre en place une signalétique générale cohérente et coordonnée basée sur des outils innovants (numériques, applications numériques…)

> Impliquer les acteurs locaux et privilégier la co-construction de cette destination pour :

- construire une démarche d'appropriation avec les habitants et les acteurs locaux en fédérant toutes les initiatives

- impulser une dynamique collective de partage des objectifs autour d'une charte commune

- travailler en collaboration avec les structures présentes sur les espaces en continuité territoriale hors du département (Bretagne, Ille et Vilaine...)

> Mettre en œuvre une stratégie marketing de destination pour valoriser l'offre auprès des clientèles étrangères et de proximité.

EVALUATION

Livrables :

Etat des lieux

- Charte paysagère
- Inventaire du patrimoine
- Signalétique générale
- Stratégie marketing de destination
- Installations artistiques, création d'événementiels

Indicateurs :

- Fréquentation des parcours et des hébergements (nombre de cyclotouristes, randonneurs, bateaux)
- Fréquentation des évènements
- Retombées presse et média

ORGANISATION

Service pilote

- Direction infrastructures

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral et service environnement*)
- Direction culture
- Délégations territoriales (Châteaubriant, Ancenis et Nantes)

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL
- Communes et intercommunalités, offices de tourisme, pays touristiques
- Professionnels et associations

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Etat des lieux : partage des éléments existants en termes de tourisme, patrimoine et culture, aménagement et plaisance

- Première étude : étude sur l'existant et le séquencement touristique, incluant signalétique et signalisation ; attribution de l'appel à projet pour la maison éclusière de la Tindière ; mise en place d'un accueil touristique renforcé ; charte paysagère existante Loire-Atlantique développement/CAUE ; bilan de l'étude déjà existante ; référencement culturel, patrimonial et événementiel ; évaluation des attentes des plaisanciers et propositions d'accompagnement

- Concertation avec les acteurs : états généraux réunissant l'ensemble des acteurs concertés et présentation du plan d'action

- Lancement de la promotion de la destination et conduite d'une action évènementielle

- Engagement/réalisation de la totalité des opérations prévues au plan d'action, programmation d'un spectacle avec le Grand T ?

- Evaluation des actions avec les acteurs concernés

Ambition 2 : Une offre différenciée pour le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

➜ Favoriser l'itinérance de découverte et valoriser la trame écologique

Fiche-projet n°10 : Valorisation des zones humides remarquables du département – projet grands sites de nature

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Développer la fréquentation des principales zones humides remarquables de Loire-Atlantique par les habitants du département grâce à une offre de proximité centrée sur la nature et les activités de plein air et par les touristes par la promotion de la richesse naturelle de la Loire-Atlantique « entre terre et mer ».

Il s'agit d'identifier et de mettre en réseau quatre espaces naturels « zones humides remarquables » situés sur le territoire de l'estuaire (le marais de Brière, l'estuaire de la Loire, le lac de Grand-Lieu, le marais breton).

Définition de l'action

- réaliser un inventaire de l'existant sur le périmètre du projet et proposer de nouveaux sites relais (localiser les interventions du département sur chaque site, identifier les fenêtres d'observation, en proposer de nouvelles là où il n'en existe pas) ;

- développer la mise en réseau des différents sites concernés par des offres de déplacement intermodales (valoriser et communiquer sur les réseaux existants, compléter l'offre vélo/randonnée existante, palier les ruptures de charge constatées)

- organiser le travail en commun des différents sites afin de proposer des offres complémentaires et différenciées (parcours thématiques, animations communes, évènementiel…)

- valoriser et promouvoir le produit (signalétique, campagne de communication, site web…)

EVALUATION

Livrables :

- Cartographie d'ensemble sur le projet
- Carte des déplacements et priorisation des actions à mener (pistes cyclables et chemins de randonnée)
- Conception de produits complémentaires (parcours thématiques…)
- Signalétique, supports de communication, site dédié…

Indicateurs :

- Nombre de consultations sur le site web dédié
- Retours presse
- Nombre de visiteurs
- Nombre de randonneurs et cyclotouristes

ORGANISATION

Service pilote

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service environnement*)
- Direction infrastructures
- Direction sports
- Direction communication
- Direction déplacements
- Délégations territoriales concernées

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL (dont l'équipe de la Maison du lac)
- Associations locales
- Intercommunalités, pays touristiques, offices de tourisme
- Parc National Régional de Brière, conservatoire du littoral

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Lancement du projet / animation du partenariat concertation avec les différents partenaires
- Réalisation d'un état des lieux, localisation des interventions du Département sur chaque site et identification des fenêtres d'observation. Réflexion sur d'autres sites susceptibles d'en accueillir
- Calage des étapes et identification des priorités de développement des parcours touristiques
- Identification et planification des actions à mener pour l'amélioration des liaisons, douces et intermodales entre les sites (compléter les liaisons vélo existantes, palier les ruptures de charge, valoriser les sentiers pédestres, développer l'offre de transports en commun…)
- Préparation des contenus de visite communs entre les sites et des parcours thématiques et des actions d'animation et de médiation à prévoir
- Mise en place d'une signalétique commune dédiée
- Création d'un site web « grands espaces naturels » et de supports d'information et communication adaptés
- Création d'un évènementiel pour faire connaître le tourisme de nature

Ambition 2 : Une offre différenciée pour le développement d'un modèle « éco/slow tourisme » spécifique à la Loire-Atlantique

En cours

➜ Favoriser l'itinérance de découverte et valoriser la trame écologique

Fiche-projet n°11 : Mise en tourisme du « Département vélo »

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Le plan départemental vélo a été approuvé en décembre 2007 pour une durée de 10 ans. Il prévoit des actions sous maîtrise d'ouvrage départementale et des actions de soutien à la mobilité cyclable. Dans ce cadre, le Département aménage des itinéraires cyclables, soutient des projets locaux, met en relation et agrée un réseau d'acteurs et de professionnels.

A terme, l'ambition du Département est de faire de la Loire-Atlantique un « Département vélo ».

Une des cinq ambitions de la nouvelle stratégie touristique repose sur le déploiement en Loire-Atlantique de l'éco/slow tourisme et de l'itinérance de découverte. Dans le cadre de sa politique publique en faveur de la mobilité, le Département souhaite poursuivre la mise en place d'infrastructures et de services dédiés à ce mode de déplacement, qu'ils concernent la vie quotidienne ou les loisirs des habitants. Certaines de ces infrastructures peuvent également être utilisées par les touristes adeptes du vélo, de plus en plus nombreux dans le département du fait de la présence de 3 grands itinéraires européens et/ou nationaux : la Loire à Vélo, la Vélodyssée et Vélocéan qui devraient les inciter à séjourner dans notre département. La mise en œuvre du plan « Département vélo » tiendra donc compte des attentes et des développements à prévoir, pour augmenter le nombre d'itinéraires cyclables (départementaux et locaux) et accroître la fréquentation sur les différents itinéraires, la Loire-Atlantique disposant de nombreux atouts pour être identifiée, au sein de la filière cyclotouristique, comme une destination vélo incontournable.

Définition de l'action

- développer le réseau d'itinéraires cyclables européens, nationaux (« vélocéan nord », aménagement de liaisons nouvelles autour de l'agglomération nantaise) ou réalisés par les acteurs locaux (itinéraires touristiques ou sportifs)
- favoriser la mise en réseau de ses différentes offres
- développer l'offre de service en faveur des cyclistes notamment la marque « Accueil vélo »
- augmenter la fréquentation des itinéraires cyclables. (Installation de compteurs permettant de dénombrer la fréquentation sur les voies aménagées)

EVALUATION

Livrables :

- Nombre d'agréments délivrés aux hébergeurs, sites de visite, offices de tourisme et loueurs de vélos répondant aux critères de la marque « Accueil vélo »
- Fréquentation des itinéraires
- Nombre de consultations sur le site de Loire-Atlantique développement/SPL des pages consacrées à ces itinéraires

Indicateurs :

- Il s'agit des livrables à évaluer régulièrement sur la durée de la stratégie.

ORGANISATION

Service pilote

Direction des infrastructures (*mission aménagement cyclable*)

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction sports

- Délégations territoriales

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL

- Intercommunalités, communes, offices de tourisme, porteurs de projets (Région des Pays de la Loire pour la Loire à Vélo ; partenaires de la Vélodyssée, hébergeurs et restaurateurs…)

- Réseau des départements et régions cyclables

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

La finalisation des itinéraires européens « La Loire à Vélo », la « Vélodyssée » et « Vélocéan nord » ainsi que l'aménagement de liaisons nouvelles en étoile autour de l'agglomération nantaise dans le cadre du plan départemental vélo va se traduire en terme de mise en tourisme par :

- La sensibilisation des hébergeurs, sites de visite, offices de tourisme et loueurs de vélos au label « accueil vélo ».

- L'augmentation du nombre de structures labellisées qui permettra de faciliter les déplacements des touristes et des habitants et d'accroître ainsi la notoriété du département de Loire-Atlantique comme « Département vélo » soucieux de mettre à disposition des cyclotouristes des infrastructures adaptées.

- Une communication à valoriser dans le cadre du plan de communication de la Vélodyssée, (notamment sur l'ouverture de la nouvelle section «Vélocéan- La Vélodyssée» située entre St-Michel Chef Chef et Pornic)

- Une communication à relayer sur le site internet de Loire-Atlantique développement/SPL et auprès des partenaires des territoires plus précisément impactés par la/les traversée(s) des tronçons d'itinéraires dont la construction va s'étaler sur plusieurs années.

Ambition 3 : Une offre solidaire et de proximité

➜ Vivre la Loire-Atlantique et la faire vivre

Fiche-projet n°12 : Faire des habitants de Loire-Atlantique des ambassadeurs du département

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Tous les habitants de Loire-Atlantique sont des touristes potentiels au sein de leur propre département mais également ses meilleurs ambassadeurs. Il faut donc les sensibiliser et mettre à leur disposition des outils pour remplir pleinement ce rôle.

Le tourisme est aussi une offre de loisirs tournée vers les habitants. Il contribue à leur bien-être, à la qualité de vie et à l'attractivité globale du territoire. Il est donc nécessaire d'accroître la connaissance des offres par les habitants afin de générer des consommations par les habitants eux-mêmes, leurs amis, leurs familles résidant en hébergement non marchand (78% des nuitées en Loire-Atlantique).

Définition de l'action

- S'appuyer sur la nouvelle stratégie de communication pour toucher les habitants et ne pas multiplier les dispositifs.

- Communiquer auprès des habitants sur leurs propres marqueurs identitaires (Ex : sel de Guérande, la Baule, Muscadet, la Loire, la Brière, etc.) et leur proposer des produits touristiques très personnalisés.

- Valoriser la richesse touristique de la Loire-Atlantique en axant la communication sur l'humain : les habitants et leurs témoignages.

- Recenser les « influenceurs » / leaders d'opinion potentiels (bloggeurs, instagrameurs, greeters...) et initier des actions mutualisées à destination des habitants. (Ex : les instameets, éductours auprès des médias)

- S'appuyer sur des réseaux et outils existants pour inciter les habitants à «consommer» la Loire-Atlantique, notamment sur les ailes de saisons. (Ex : les comités d'entreprise, les magazines, la presse locale …).

- S'appuyer sur les réseaux de l'économie collaborative et des nouveaux usages du numérique (ex : Airbnb) pour répondre à la problématique des résidences secondaires.

- Inciter les prestataires touristiques à proposer des tarifs préférentiels aux habitants.

EVALUATION

Livrables :

- Plan d'action et de communication.

Indicateurs :

- Augmentation du nombre d'habitants qui fréquentent des offres touristiques (à partir des outils mis en place).

- Enquête sur la provenance des visiteurs qui consomment les offres touristiques de Loire-Atlantique.

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

- Direction de la communication

Partenaires

- Acteurs de l'économie collaborative, leaders d'opinions

- Offices de tourisme

- Médias, réseaux des sites de visites et de loisirs, bloggeurs

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Définition de la stratégie de communication

- Mise en œuvre du plan d'action

- Evaluation et ajustements

Ambition 3 : Une offre solidaire et de proximité

➜ Vivre la Loire-Atlantique et la faire vivre

Fiche-projet n°13 : Coordonner et inciter à la mise en place de schémas d'accueil et de diffusion de l'information

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

La structuration touristique, les nouveaux usages, supports et les nouveaux outils de communication ont modifié les missions des offices de tourisme et donc l'accueil des touristes sur les territoires. En moyenne, un touriste sur dix passe dans les locaux de l'office de tourisme pour se documenter.

En parallèle, la démultiplication des lieux physiques et virtuels pour recueillir de l'information ainsi que la professionnalisation des prestataires touristiques marquent une réelle opportunité pour repenser, dans sa globalité, à l'échelle de la Loire-Atlantique, les pratiques d'accueil et les moyens de diffusion de l'information touristique.

L'objectif est donc d'accueillir plus de visiteurs, dans de meilleures conditions, avec un maillage du territoire complet tout en optimisant les moyens.

Un schéma d'accueil et de diffusion de l'information doit permettre de mieux accueillir les touristes, d'avoir une «irrigation optimisée» des flux touristiques, une promesse d'accueil garantie.

Le schéma d'accueil doit :

- développer et homogénéiser l'information touristique interne à la Loire-Atlantique (rôle de chef d'orchestre) ;

- consolider l'accueil des touristes en séjour ;

- faciliter l'information des résidents (ambassadeurs) ;

- favoriser la diffusion des flux, les connexions inter territoires et la consommation touristique ;

- optimiser l'accueil des clientèles étrangères.

Définition de l'action

Certains offices de tourisme sont déjà dotés de tels schémas, d'autres le construisent et d'autres n'en ont pas. Il s'agira donc, avec les territoires et les partenaires, de coordonner les actions et de les accompagner dans leur développement, en faisant la promotion des bonnes pratiques et en s'appuyant sur la nouvelle stratégie de communication pour toucher les habitants-ambassadeurs pour :

- définir une stratégie de présence événementielle (au travers des salons professionnels et grand public notamment) rassemblant les territoires de Loire-Atlantique en fonction des cibles ;

- organiser des journées dédiées aux professionnels sur des thèmes spécifiques ;

- animer et coordonner, autour du concept « hors les murs », une dynamique territoriale riche d'expériences transposables et encouragée par des initiatives locales réussies.

EVALUATION

Livrables :

- Questionnaire de satisfaction

Indicateurs :

- Nombre de personnes touchées
- Pourcentage de satisfaction
- Taux de retour sur le territoire

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)
- Direction communication
- Direction prospective

Partenaires

- Chambre de commerce et d'industrie Nantes-Saint-Nazaire
- Etablissements publics de coopération intercommunale, offices de tourisme, pays touristiques
- Aéroport
- Régions et départements voisins

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Etat des lieux et diagnostic
- Préconisations en concertation / partenariats
- Mise en place des actions

Ambition 3 : Une offre solidaire et de proximité

➜ Développer la dimension tourisme dans les politiques sociales du Département

Fiche-projet n°14 : Faciliter les départs en vacances

En cours

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

La solidarité constitue le socle des compétences du Département dont l'action est fortement orientée vers les publics fragiles. A ce titre, le tourisme peut constituer un facteur d'épanouissement pour chacun, quelles que soient sa situation ou ses ressources.

L'objectif est d'intégrer la composante « tourisme » dans certains dispositifs d'action sociale : personnes handicapées, personnes âgées, éloignées de l'emploi et familles en difficulté.

Définition de l'action

Elle s'organise autour de trois volets :

- Les dispositifs qui visent à faire émerger une offre touristique accessible financièrement auprès des touristes et des habitants de Loire-Atlantique par le biais d'épargne bonifiée notamment. Les personnes ciblées dans le cadre de cette politique sont aussi celles qui sont en difficulté financière ou isolées et qui auront besoin d'un accompagnement pour accéder à ces opportunités. Les travailleurs sociaux devront bénéficier d'une meilleure information sur l'offre touristique et les différents dispositifs existants dans ce cadre ;

- En ce qui concerne l'accueil des personnes en situation de handicap, l'objectif est d'étendre le réseau de prestataires labellisés « Tourisme et Handicap ». A ce jour une centaine de sites sont labellisés ou en cours de labellisation. A ce titre, Loire-Atlantique Développement/SPL accompagne les prestataires dans leurs démarches pour l'obtention du label et a créé un site internet d'information touristique à destination du public concerné ;

- L'accompagnement à la mise aux normes des hôtels et des restaurants dans le cadre de la loi handicap (obligation d'accessibilité pour les établissements recevant du public) pourrait également être étudié.

EVALUATION

Livrables :

- Réalisation de supports d'information et actions de sensibilisation auprès des travailleurs sociaux
- Guides référentiels sur les normes d'accessibilité et actions de soutien aux projets
- Identification des offres existantes et intégration dans les outils de communication existants (site web…)

Indicateurs :

- Nombre de bénéficiaires des dispositifs d'aide au départ en vacances
- Nombre de sites labellisés « Tourisme et Handicap »
- Nombre de projets conseil à la mise aux normes « Tourisme et Handicap »

ORGANISATION

Service pilote

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)

Directions associées

- Direction solidarité insertion
- Direction personnes âgées, personnes handicapées
- Direction enfance, jeunesse
- Délégations territoriales

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL
- CAF
- UNAT
- Milieu associatif et professionnels de l'action sociale
- Acteurs publics et privés du tourisme

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Evaluation des dispositifs existants et de leur efficience (handicap et accessibilité aux vacances)
- Réunions d'information pour faire connaître l'offre touristique aux travailleurs sociaux mais aussi aux partenaires UNAT et CAF, associations… présentation de la politique touristique départementale et de l'état des lieux de l'existant ; concertation sur des pistes d'évolution, consultation des professionnels et des acteurs
- Recensement avec Loire-Atlantique développement / SPL des sites qui potentiellement envisagent de faire les démarches pour accéder au label « tourisme et handicap » et évaluation des actions à mener
- Elaboration avec Loire-Atlantique développement / SPL un dispositif de conseil à la mise aux normes « Tourisme et Handicap »

Ambition 3 : Une offre solidaire et de proximité

➜ Développer la dimension tourisme dans les politiques sociales du Département

Fiche-projet n°15 : Favoriser l'insertion par l'emploi dans le secteur du tourisme

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

L'économie touristique concerne en Loire-Atlantique près de 16 000 emplois non délocalisables. Certaines branches d'activité comme l'hôtellerie et la restauration, qui représentent respectivement 20% et 63% des actifs de la filière, ont des difficultés à recruter, du fait de niveaux de formation peu suffisamment adaptés aux besoins, de conditions d'emploi difficiles (pénibilité, saisonnalité) et/ou de rémunération salariale peu attractive. Elles peuvent pourtant offrir des opportunités d'insertion au public en situation précaire, notamment les jeunes. Une attention particulière sera donc portée à ces différentes questions dans le cadre de l'engagement départemental pour l'emploi local, en liaison avec les partenaires concernés pour dresser un état des lieux de la situation en Loire-Atlantique et identifier les leviers d'action à mobiliser.

Définition de l'action

L'engagement départemental pour l'emploi local aura pour objectif d'offrir des opportunités de retour à l'emploi, notamment dans le secteur privé, aux publics concernés :

- allocataires de minima sociaux ;
- chômeurs de longue durée
- jeunes peu qualifiés….

L'action vise à orienter le dispositif vers les secteurs touristiques en demande de main-d'œuvre comme ceux de l'hôtellerie et de la restauration.

Elle vise aussi à répondre à la logique transversale de l'engagement départemental pour l'emploi local qui tendra à faire intégrer dans un maximum de dispositifs ou politiques du Département la problématique du retour à l'emploi.

EVALUATION

Livrables :

- Recenser périodiquement avec Loire-Atlantique développement/SPL et le service en charge de l'engagement départemental pour l'emploi local les entreprises du secteur touristique susceptibles d'intégrer le dispositif
- Evaluer régulièrement les besoins en main d'oeuvre des entreprises du secteur touristique concernées

Indicateurs :

- Nombre d'entreprises touristiques démarchées dans le cadre du dispositif
- Nombre d'entreprises ayant répondu favorablement.
- Nombre de personnes embauchées dans ces entreprises

ORGANISATION

Service pilote

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*) et direction solidarité insertion (*service insertion emploi*)

Directions associées

- Délégations territoriales

Partenaires

- Loire-Atlantique développement/SPL
- Chambre des métiers, chambre de commerce
- Services publics de l'emploi, organismes de formation
- Professionnels et entreprises touristiques, «têtes de réseaux»
- Région des Pays de la Loire

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Recensement avec Loire-Atlantique développement/SPL, les chambres consulaires, les professionnels du tourisme et le service emploi insertion, les entreprises susceptibles de participer au futur dispositif.
- Association des unités emploi dans les délégations et des différents services publics de l'emploi
- Démarchage des entreprises et évaluation des besoins en main d'œuvre
- Identification des candidats potentiels et des besoins associés (formations…)
- Concrétisation des embauches

Ambition 4 : Une communication refondée

➜ Fédérer les multiples identités du département et valoriser les projets départementaux

Fiche-projet n°16 : Refonder la communication et la promotion touristique de Loire-Atlantique en intégrant les marques / entités infra et supra.

À mettre en oeuvre

DESCRIPTION

Enjeux et objectifs

Définition et mise en œuvre d'une nouvelle stratégie de communication axée autour du tourisme durable. Elle doit fédérer les multiples identités du département et valoriser les projets départementaux.

Cette communication renouvelée doit capitaliser sur les marques de territoires déjà existantes et les marqueurs identitaires à forte notoriété : se placer en complémentarité et non en concurrence avec les territoires. Elle doit, par ailleurs, intégrer la notion d'accompagnement autour de marqueurs forts qui lient tous les territoires entre eux : les eaux de Loire-Atlantique (la mer, les fleuves, les rivières, les canaux, les zones humides…). Enfin, elle doit et devra s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation des touristes nécessitant une veille et une innovation permanentes.

Définition de l'action

• Refonder une communication « Loire-Atlantique » qui intègre les rôles des différentes marques territoriales, infra et supra.

• Une signature simple et évidente qui permette une déclinaison par l'ensemble des acteurs en tant que marque caution, marque de territoire.

• Une signature capable de porter la politique touristique du Département (Grand patrimoine, canal de Nantes à Brest, vignoble de Loire-Atlantique, etc.).

• Pour les marques de territoires et/ou les destinations infra de la Loire-Atlantique (Le Voyage à Nantes, Le Vignoble de Nantes, La Baule/Presqu'île de Guérande, Pornic, St-Nazaire…) avoir la possibilité d'apposer un « label » tourisme durable en Loire-Atlantique afin de faire le lien avec l'ensemble des offres de son territoire.

• Un langage simple, soigné, qui donne envie de découvrir et qui montre l'authenticité et la singularité du territoire. Une ligne éditoriale et un parti pris assumés autour du tourisme durable (l'exhaustivité de l'offre étant relayée par les territoires).

• Placer l'habitant au cœur de la promotion de la Loire-Atlantique (ambassadeurs)

• Une communication générique doit mettre en relation l'ensemble des stratégies de communication touristique des territoires.

• Se positionner comme accompagnateur des territoires, impulser la mise en place de projets de communication et de promotion mutualisés en s'affranchissant des frontières administratives (exemple : Canal de Nantes à Brest, vignoble de Loire-Atlantique).

• S'appuyer sur la communication des acteurs du tourisme de la Loire-Atlantique et être facilitateur de leurs actions de promotion.

• Communiquer sur des produits attractifs en lien avec une ligne éditoriale précise et identitaire en s'appuyant sur des filières transversales et en se basant sur les usages plutôt que sur les filières (ex : vélo en famille dans le vignoble).

• S'appuyer sur un marketing d'hyper-personnalisation : marketing expérienciel qui puisse s'adapter en fonction des besoins des touristes/habitants (web marketing). S'appuyer sur une communication digitale innovante et suivant les tendances consommateurs.

• Mise en place d'un plan d'actions auprès des professionnels afin qu'ils s'emparent des actions de communication de la Loire-Atlantique et les portent (communication *BtoB* et animation des territoires).

EVALUATION

Livrables :

- Un nouveau positionnement
- Une nouvelle identité
- Un plan de communication

Indicateurs :

- Etude sur la perception de la Loire-Atlantique
- Augmentation de la fréquentation touristique
- Retombées économiques sur le département

ORGANISATION

Service pilote

- Loire-Atlantique développement/SPL

Directions associées

- Direction valorisation des espaces (*service tourisme et littoral*)
- Direction communication

Partenaires

- Offices de tourisme
- Etablissements publics de coopération intercommunale (EPCI)
- Professionnels du tourisme

ETAPES DE MISE EN ŒUVRE

- Définition de la signature et de la stratégie de communication
- Mise en œuvre de la stratégie
- Evaluation et ajustements

Département de Loire-Atlantique
Direction générale aménagement
Direction tourisme relations internationales
3 quai Ceineray - CS 94109 - 44041 Nantes cedex1
T [redacted]
Courriel : contact@loire-atlantique.fr
Site internet : loire-atlantique.fr

Conception et impression : Département de Loire-Atlantique
Crédit photo : couv - © Christiane Blanchard, © Paul Pascal, © Christiane Blanchard, © Coralie Monnet, © Simon Bénéteau, © Schoenberg-Fotolia.com, © Philippe Devanne-Fotolia.com, © LAD/J.M. Mouchet, © LAD/V. Bauza, © Jocelyne Bertho, © Ville de la Bernerie, © f.marchand@baloon-photo.com
Novembre 2015