



## Accompagnement méthodologique à la concertation des acteurs du tourisme en vue de l'élaboration du schéma d'aménagement touristique 2022 – 2028

Commission Générale du 23 juin 2022



160 cours du Médoc  
33300 Bordeaux  
[www.protourisme.com](http://www.protourisme.com)

# Les enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

**Être en adéquation avec la promesse** « une multitude d'expériences uniques à partager, pour se retrouver soi et ses proches » **et être à la hauteur de l'ambition** « Faire de la Vienne LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands ».

**Une expérience visiteur  
long de la chaîne**



**à renforcer tout au  
d'accueil**

⇒ **Enjeu de l'adaptation de l'offre à la promesse client** en proposant des offres diversifiées, immersives, différenciantes et expérientielles (actions correctives de mise à niveau et nouvelles création/nouveaux équipements) :

- « *Proposer une médiation différente, une interprétation revisitée pour découvrir le patrimoine autrement, en travaillant sur la surprise du visiteur et sur la notion de moments à vivre. Un patrimoine ludique qui ne se conjugue pas qu'au passé (ludification des offres) ».*
- « *Une nécessité de mieux coordonner les multiples initiatives menées par les territoires et les sites autour du ludique/des jeux (escape games, Terra Aventura, applications,...). Attention à la banalisation de l'offre ».*

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

- « Décliner le potentiel numérique du Futuroscope sur d'autres sites qui le demanderaient ».
- « Utiliser le jeu ou plutôt les expériences ludiques comme outil de médiation et d'interprétation, s'appuyer sur le label Expériences familles ».
- « Proposer aux visiteurs des visites de qualité, différenciantes et immersives par une consolidation des fondamentaux de l'accueil touristique, l'amélioration de la médiation, une plus-value expérientielle (montée en qualité d'expériences), un renouvellement des prestations ».

## ⇒ Enjeu de la qualification de l'offre :

### ○ Accompagnement des acteurs privés et publics :

- sur la démarche qualité : les labels, démarches et signes de qualité,...
- ingénierie financière : relais dispositifs CRNA, intervention financière du CD86, fonds européens, ...
- ingénierie technique pour faire évoluer les sites (ex. : Monts sur Guesnes avec la filiale du Futuroscope, St Savin avec Espace Mendès France)
- besoin d'accompagnement des professionnels sur les enjeux du numérique : applications, réseaux sociaux, critères d'un bon référencement,...
- professionnalisation des acteurs : formations, animation de réseaux (Club Pro, Expériences Famille, cotech SIT, Club Tourisme d'Affaires, site pro ACAP, Club Observatoire,...).
- organisation d'éductours/journées découvertes de sites afin de renforcer la connaissance de l'offre touristique de la Vienne pour l'ensemble des personnels des OT et des prestataires d'activités / hébergeurs eux-mêmes.

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

- **Adaptation des horaires et des périodes d'ouverture des sites**, équipements pour proposer une offre 4 saisons et permettre un allongement de la saison.
- **Faciliter le parcours avant, pendant et après le séjour.**  
Accompagner les visiteurs/touristes durant toutes les étapes de leur voyage, de la préparation jusqu'au partage en ligne (avant / pendant / après) et privilégier une approche affinitaire en proposant des contenus plus personnalisés. « Renforcer la visibilité des sites culturels et patrimoniaux sur les axes routiers ». Un schéma de signalisation routière obsolète. « Une signalétique des sites touristiques pas toujours efficace, vieillissante avec des indications qui s'effacent avec le temps, des panneaux sales,... ».
- ⇒ **Enjeu de l'aménagement d'un cadre de vie attractif :**
- **Qualité des paysages, actions de préservation**, de valorisation de la ressource environnementale, travail sur des points de vue, des fenêtres paysagères, aménagement des bourgs et des villages, embellissement, fleurissement, ...
- **Travail sur les mobilités douces** : schémas des mobilités douces des EPCI, solutions collectives : transport en commun, navette, co-voiturage,...

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

- « Faire connaître l'offre des TER et donner l'idée aux habitants comme aux touristes une fois sur place de se déplacer en TER ».
- « Sécuriser les pistes cyclables. Adapter à un usage touristique les transports en commun (Poitiers) ».
- « Anticiper le déploiement de bornes de recharges pour les VAE et les voitures électriques (dans les hébergements, sur les sites de loisirs, le long des grands itinéraires de randonnées,...), développer des solutions alternatives à la voiture de type navettes,.... ».

- Travail sur les **stationnements** (villes et villages, départs de randonnées,...).
- **Déploiement de services** de types : couverture Wifi, locations de véhicules et de VAE, transport de bagages, réparateurs de vélo, ...

## ⇒ Enjeu de la structuration des filières :

- **Le tourisme d'affaires** : Un consensus sur la nécessité d'inscrire, dans le schéma départemental d'aménagement touristique 2022 – 2028, le tourisme d'Affaires comme une des filières prioritaires.  
Mais une nécessité de déterminer (avec l'appui d'un bureau d'études extérieur) le modèle du tourisme d'affaires spécifique au Département de la Vienne et les conditions pour que la filière Affaires/MICE se développe.

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

C'est-à-dire :

- décider les actions correctives et les améliorations nécessaires de l'offre existante, les équipements et/ou services complémentaires.
  - décliner la stratégie d'accueil et les conditions de facilitation du parcours client.
  - déterminer les exigences organisationnelles : le qui fait quoi ?
  - définir la structure organisatrice/bureau des congrès à mettre en place, ses missions, son modèle économique, son statut juridique,...
- **Agritourisme / Œnotourisme :**
- Conforter et/ou créer une offre de tourisme inclusif favorisant l'agritourisme/l'œnotourisme, les circuits courts, les productions et savoir faire locaux, ... (collections de visites et de circuits, dégustations mets et vins, promenades gourmandes, expériences gustatives, produits vitrines « week-end œnologie », « séjours gourmands », ...).
  - Valoriser les produits locaux d'excellence pour favoriser le « consommer local » auprès des clientèles.
  - Élargir cette thématique agritourisme/œnotourisme aux savoir-faire en général, créer une interconnexion avec l'artisanat, l'art contemporain,...
  - Question des boutiques à l'ACAP (Maison du Tourisme et du Terroir, Comptoir du Poitou).

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

- « *Proposer une offre différenciante d'activités douces et le développement d'une offre de type slow tourisme spécifique à la Vienne. Travailler davantage avec les producteurs locaux, les viticulteurs, les artisans,... (circuits thématiques à créer ?) ».*
- « *Être davantage associé dans la mise en tourisme des itinéraires à l'instar de la « Route Vélo et Fromages » (tenir compte de l'utilisateur et de ses besoins) ».*
- **Activités de pleine nature :**
  - Réalité d'une vraie offre touristique à mieux coordonner, structurer et rendre visible. Des partenariats à créer ou à renforcer entre les acteurs de la filière.
  - Le déploiement sur les grands itinéraires d'espaces équipés et de services de type points d'étape, proposer des parcours et des boucles thématiques (mise en tourisme de la randonnée).
  - Enjeu du développement d'une offre d'hébergement (à la nuitée) le long des itinéraires.
  - Favoriser l'accès à l'information grâce à des outils (web, applications, carte numérique,...).



# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

## ○ **Activités de pleine nature (suite) :**

- Se connecter avec les territoires limitrophes comme l'Indre, l'Indre et Loire, la Haute Vienne, La Charente, Deux-Sèvres,... (connexion, emboîtement d'itinéraires,...).
- ... « Mais attention une offre d'activités sportives et de pleine nature peu différenciante, une offre rando comme partout ailleurs, ... nous n'avons pas une image de destination Nature ».

## ○ **Le Patrimoine :**

- Mettre en tourisme les thématiques identitaires, patrimoniales et culturelles de la Vienne.
- Développer l'attractivité des sites de visite, villes et villages en leur apportant une dimension expérientielle.
- Travailler un narratif, un récit, raconter une histoire qui permettent de comprendre le patrimoine du département.
- S'appuyer sur le réseau des « Greeters » (Balade Greeters® à Poitiers, Grand Châtellerault), sur les Pays (Ville) d'Art et d'Histoire,... pour raconter autrement l'histoire des lieux aux visiteurs.

« Un riche patrimoine architectural mais pas toujours mis en valeur, peu entretenu, parfois inadapté à un accueil touristique et encore moins à un public familial ».

« Créer un maillage de sites touristiques majeurs sur l'ensemble du territoire départemental pour favoriser la déambulation des clientèles ».

# Verbatim, enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

## ⇒ Enjeu du Tourisme durable

Des actions pour un tourisme (plus) responsable : accessibilité, mobilités douces, réduction des impacts négatifs du tourisme, économie d'énergie, matériaux durables, circuits courts, labels, protection de la Biodiversité, ...

- « *S'inscrire dans une politique plus vertueuse en matière environnementale : question de la responsabilité de l'activité touristique vis-à-vis du changement climatique et de la biodiversité, quelle anticipation de l'impact des changements climatiques sur les activités* ».
- « *Mener une réflexion sur la possibilité de se déplacer autrement qu'en voiture sur le lieu de vacances (système de navettes, VAE, ...), sur l'adaptation au nombre croissant de véhicules électriques (comment anticiper ces mutations et le besoin en bornes de recharge électrique ?)* ».
- « *Mobiliser les acteurs privés et publics du tourisme départemental vers des démarches de responsabilité sociale et environnementale (démarche éco citoyenne)* ».

# Les enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

## ⇒ Enjeu du Marketing

- Créer à partir du nouveau positionnement un univers bien spécifique, travailler son contenu, ses produits et décliner ses outils pour séduire de nouvelles clientèles et répondre à la promesse faite.  
Adapter les moyens, les outils et les supports .
- Construire une stratégie marketing déclinée par filières, par cibles et par saison.  
Adopter une communication affinitaire et centrée client.
- Structurer une mise en marché : clarifier le positionnement de l'ACAP dans sa vocation/action commerciale (billetterie, groupe, affaires, boutiques, ...), réflexion sur la mise en place d'un outil de commercialisation en ligne, idée d'un Pass multi-sites.

# Les enjeux/idées clés à retenir issus de la phase de concertation

## ⇒ Enjeu de la gouvernance

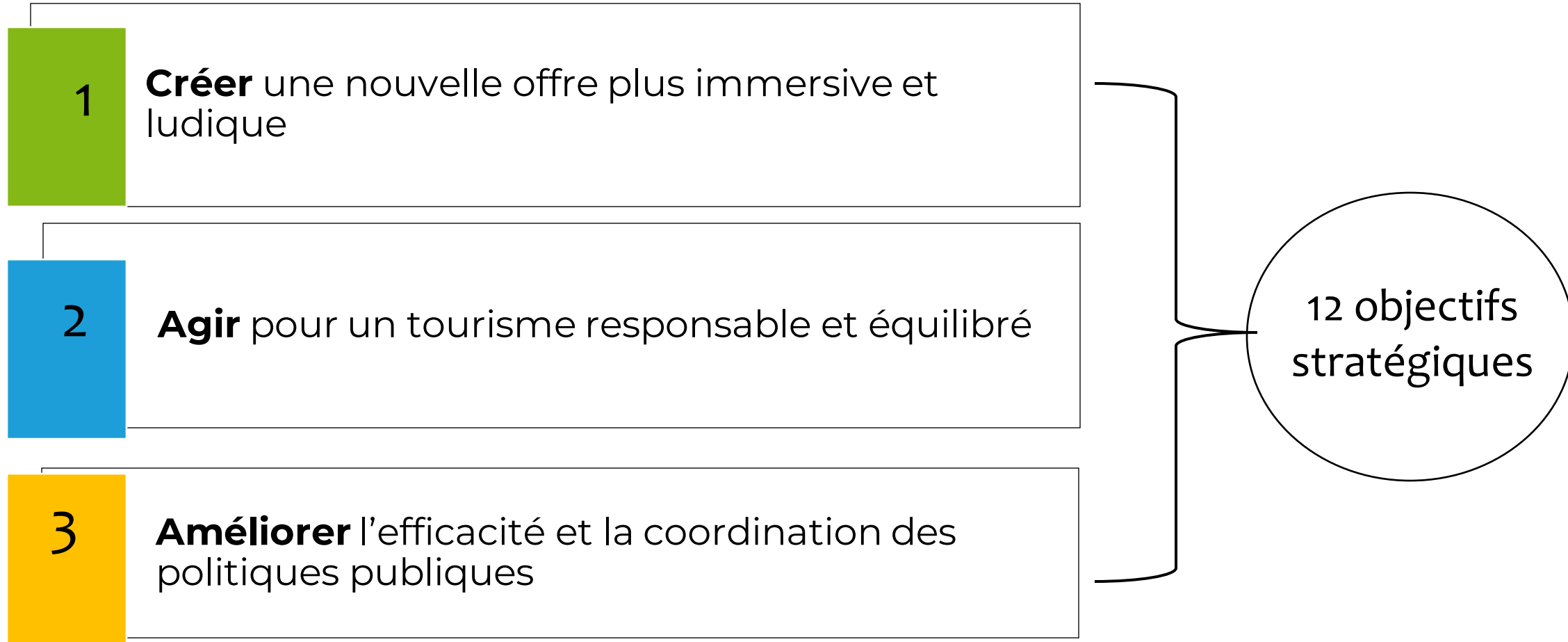
- Clarification du qui fait quoi – principe de subsidiarité.
- Créer un écosystème touristique vertueux pour réussir la mise en oeuvre du schéma d'aménagement touristique 2022 – 2028 de la Vienne. Une organisation au service des défis et projets touristiques de la Vienne avec une recherche d'efficacité :
- entre les échelles : Villes/communes/EPCI – Conseil Départemental – Conseil Régional.
- au sein des services du Département : Tourisme / Culture, patrimoine, agriculture, sport ... pour les projets ayant une dimension touristique (en incluant l'ACAP).

## ⇒ Enjeu du tourisme adapté :

« Être un territoire pilote sur le créneau Tourisme et Handicap / Destination pour Tous, inventorier l'offre et la structurer ».

# **Proposition des nouveaux défis et objectifs stratégiques du Schéma d'aménagement touristique 2022 – 2028 de la Vienne**

# Les 3 grands défis du Schéma d'aménagement touristique 2022 – 2028 de la Vienne



# Déclinaison du défi n°1 en objectifs stratégiques

Défi

1

**Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique**

**Un premier défi décliné en 4 objectifs stratégiques :**

- **Objectif stratégique 1** : Faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique
- **Objectif stratégique 2** : Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques
- **Objectif stratégique 3** : Asseoir le Département de la Vienne en tant que « Destination Affaires »
- **Objectif stratégique 4** : Mieux structurer les filières de pleine nature

# Déclinaison du défi n°2 en objectifs stratégiques

Défi  
2

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

## Un deuxième défi décliné en 3 objectifs stratégiques

- **Objectif stratégique 5** : Créer une offre de tourisme identitaire valorisant l'agritourisme/l'oenotourisme, les circuits courts, les savoir faire locaux et l'artisanat,...
- **Objectif stratégique 6** : S'inscrire dans des démarches de responsabilité sociale et environnementale (labels et certification environnementale, protection de la biodiversité, critères d'éco conditionnalité, attractivité, bien-être emplois touristiques,...)
- **Objectif stratégique 7** : Poursuivre le développement d'une offre de transports alternative à la voiture et renforcer l'offre d'écomobilité



# Déclinaison du défi n°3 en objectifs stratégiques

Défi

3

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

## Un troisième défi décliné en 5 objectifs stratégiques :

- **Objectif stratégique 8** : Améliorer la gouvernance en redéfinissant les rôles et les missions (guide du qui fait quoi ?)
- **Objectif stratégique 9** : Mieux piloter la politique touristique grâce à une observation et une prospective renforcées
- **Objectif stratégique 10** : Développer l'ingénierie au service des acteurs
- **Objectif stratégique 11** : Adopter un nouveau plan marketing à partir de la stratégie de Marque et du nouveau positionnement et repenser la mise en marché
- **Objectif stratégique 12** : Coordonner et contractualiser les partenariats avec les acteurs publics et privés