



Schéma départemental touristique 2023–2028 de la Vienne

Proposition d'axes stratégiques, d'objectifs opérationnels
et premières pistes d'actions



ÉDITO



Depuis la création du Futuroscope, le Département est guidé par l'ambition constante de développer, diversifier, structurer et coordonner l'offre touristique de la Vienne. Pour conforter ce rôle, le Département s'est engagé dans la mise en œuvre d'un nouveau Schéma touristique.

Qui dit nouveau schéma dit nouvelle méthode, fondée sur une large concertation de l'ensemble des acteurs du tourisme. C'est donc le résultat d'un travail collaboratif de longue haleine, d'une vision partagée avec l'ensemble des partenaires du territoire.

Qui dit nouveau schéma dit nouvelle feuille de route, avec des objectifs précis et des axes stratégiques bien identifiés, en particulier celui de créer une nouvelle offre touristique plus immersive et ludique. C'est ce qui nous rassemble et en même temps ce qui nous différencie des autres départements. Nous sommes le territoire du ludique et des jeux immersifs qui réunit les familles et toutes les générations, les petits et les grands. C'est notre ADN.

Qui dit nouveau schéma dit nouveaux enjeux, parmi lesquels celui de faire de la Vienne une destination tourisme d'affaires emblématique. Je sais l'attente des acteurs à cet égard et je mesure pleinement le potentiel de notre territoire. Nous avons une très belle carte à jouer !

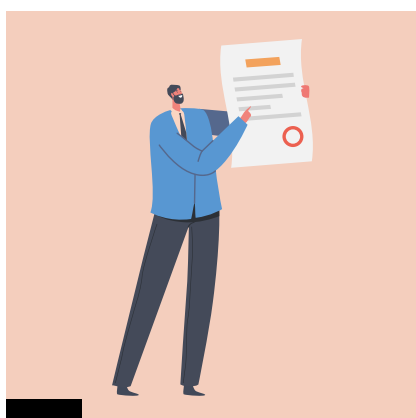
Un autre défi me tient particulièrement à cœur et doit mobiliser toute notre énergie, c'est la nécessité d'adapter le tourisme au changement climatique. Agir pour un tourisme plus durable et plus équilibré, c'est l'une des ambitions que nourrit ce nouveau Schéma départemental touristique 2023-2028.

Avec ce nouveau Schéma départemental, on ambitionne par ailleurs de renforcer l'attractivité de cette filière du tourisme, car beaucoup d'entreprises peinent à recruter depuis la crise du Covid-19. C'est fondamental car l'activité touristique est synonyme de retombées économiques pour nos territoires et d'emplois pour nos habitants.

Tous ensemble, restons fidèles à notre identité territoriale forte que beaucoup nous envient et offrons à la Vienne un rayonnement touristique à la hauteur de notre ambition.

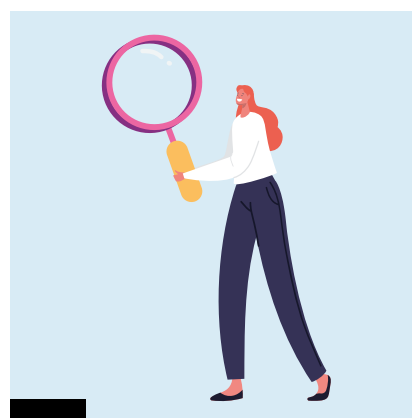
Alain PICHON
Président du Département de la Vienne

SOMMAIRE



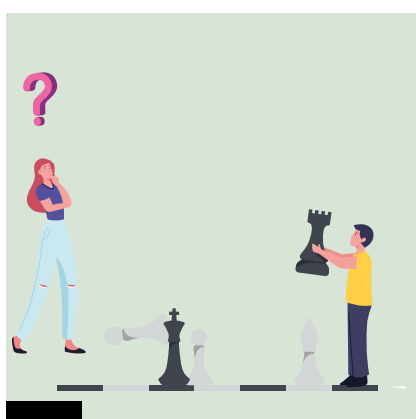
6

Les grands principes



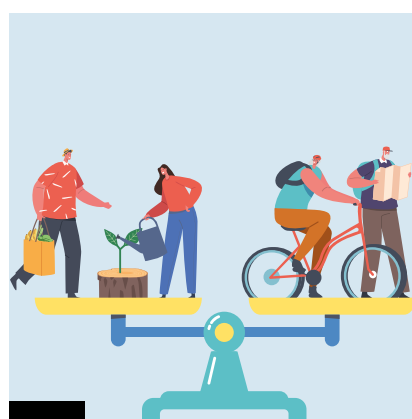
8

Les 3 grands défis



12

Défi n°1 : Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique



23

Défi n°2 : Agir pour un tourisme responsable et équilibré

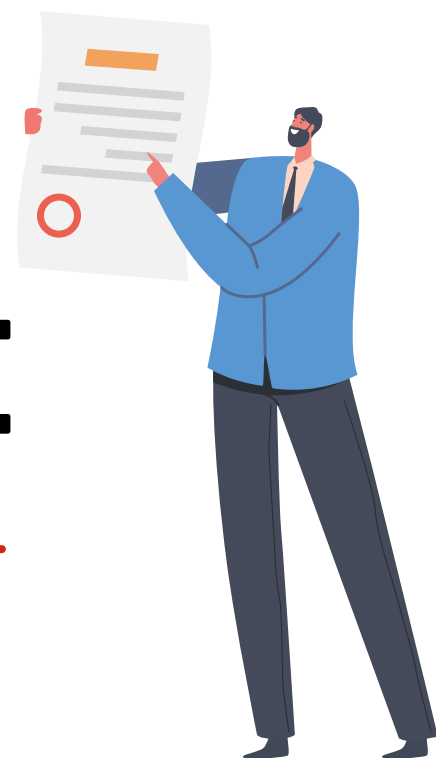


28

Défi n°3 : Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

LES GRANDS
PRINCIPES

**DU SCHÉMA
DÉPARTEMENTAL
TOURISTIQUE
2023-2028
DE LA VIENNE**



- **Une ambition réaffirmée de faire du tourisme de loisirs comme du tourisme d'affaires un levier de développement économique et d'attractivité** de la Vienne, vecteur de création d'emplois, de retombées économiques et sociales et au service des habitants.
- **Gagner le pari de faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial, durable et ludique** avec la systématisation d'une promesse de sites adaptés aux familles dans toutes les composantes de l'offre touristique du département de la Vienne (culture, patrimoine, sites de visite, activités nature, agritourisme, hébergements, évènementiels...).
- **Sortir de la logique " de silos " pour privilégier une approche multidisciplinaire, passer d'une logique de sites à une logique de destination (territoire de projets)** en mettant en réseau les sites et filières et en valorisant des pôles attractifs. Intégrer dans le schéma le **caractère transversal de l'activité touristique** qui touche aux domaines de la culture et de l'évènementiel, de l'agriculture et des savoir-faire, du sport et des loisirs... des patrimoines et des infrastructures.
- Porter un tourisme équilibré au service de la Vienne et de ses habitants, tout en répondant aux nouvelles attentes des clientèles sur chacune des filières porteuses du département. **Faire converger les enjeux touristiques avec ceux des populations résidentes.**
- **Mettre en scène et animer les savoir-faire, marqueurs identitaires de la Vienne (gastronomie/œnotourisme, agro-alimentaire, artisanat, création...),** éléments différenciants.
- **Une performance du tourisme durable à développer :**
 - » Faire converger les enjeux économiques et de respect de l'environnement,
 - » Anticiper les impacts du changement climatique sur les activités touristiques,
 - » Consolider les fondements d'un département touristique exemplaire en termes de mobilité, d'intermodalité, de gestion des flux, de fluidité du parcours visiteur, de protection de la biodiversité,... dans le respect du plan climat (SEVE : Stratégie Engagements de la Vienne pour l'Environnement) et de la stratégie régionale " Néo Terra ".
- **Privilégier une stratégie partagée et une organisation qui favorise la transversalité et le mode projet :**
 - » Mieux clarifier la répartition des actions, conduire collectivement les projets touristiques en faisant converger les enjeux de performance, d'équilibre territorial, de développement durable au service du département, des territoires qui le composent et de ses habitants,
 - » Mieux impliquer les acteurs touristiques du département de la Vienne et contractualiser les engagements partagés.

LES 3 GRANDS DÉFIS

du Schéma départemental touristique
2023-2028 de la Vienne

.....



1

CRÉER UNE NOUVELLE OFFRE PLUS IMMERSIVE ET LUDIQUE

Un premier défi décliné en 4 axes stratégiques



AXE STRATÉGIQUE 1

**Faire de la Vienne
la référence d'un tourisme
familial et ludique**

AXE STRATÉGIQUE 2

**Renforcer la performance et l'innovation dans
l'offre d'hébergements touristiques**

AXE STRATÉGIQUE 3

**Asseoir le département de
la Vienne en tant que
" Destination Affaires "**



AXE STRATÉGIQUE 4

Mieux structurer les filières de pleine nature

2

AGIR POUR UN TOURISME RESPONSABLE ET ÉQUILIBRÉ

Un deuxième défi décliné en 3 axes stratégiques

AXE STRATÉGIQUE 5

Créer une offre de tourisme identitaire valorisant l'agritourisme/l'œnotourisme, les circuits courts, les savoir-faire locaux et l'artisanat,...

AXE STRATÉGIQUE 6

S'inscrire dans des démarches de responsabilité sociale et environnementale (labels et certifications environnementaux, protection de la biodiversité, critères d'éco conditionnalité, attractivité, bien-être, emplois touristiques,...)

AXE STRATÉGIQUE 7

Poursuivre le développement d'une offre de transports alternative à la voiture et renforcer l'offre d'écomobilité



3

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ET LA COORDINATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

Un troisième défi décliné en 5 axes stratégiques

AXE STRATÉGIQUE 8

Améliorer la gouvernance en redéfinissant les rôles et les missions

AXE STRATÉGIQUE 9

Mieux piloter la politique touristique grâce à une observation et une prospective renforcées



AXE STRATÉGIQUE 10

Développer l'ingénierie au service des acteurs

AXE STRATÉGIQUE 11

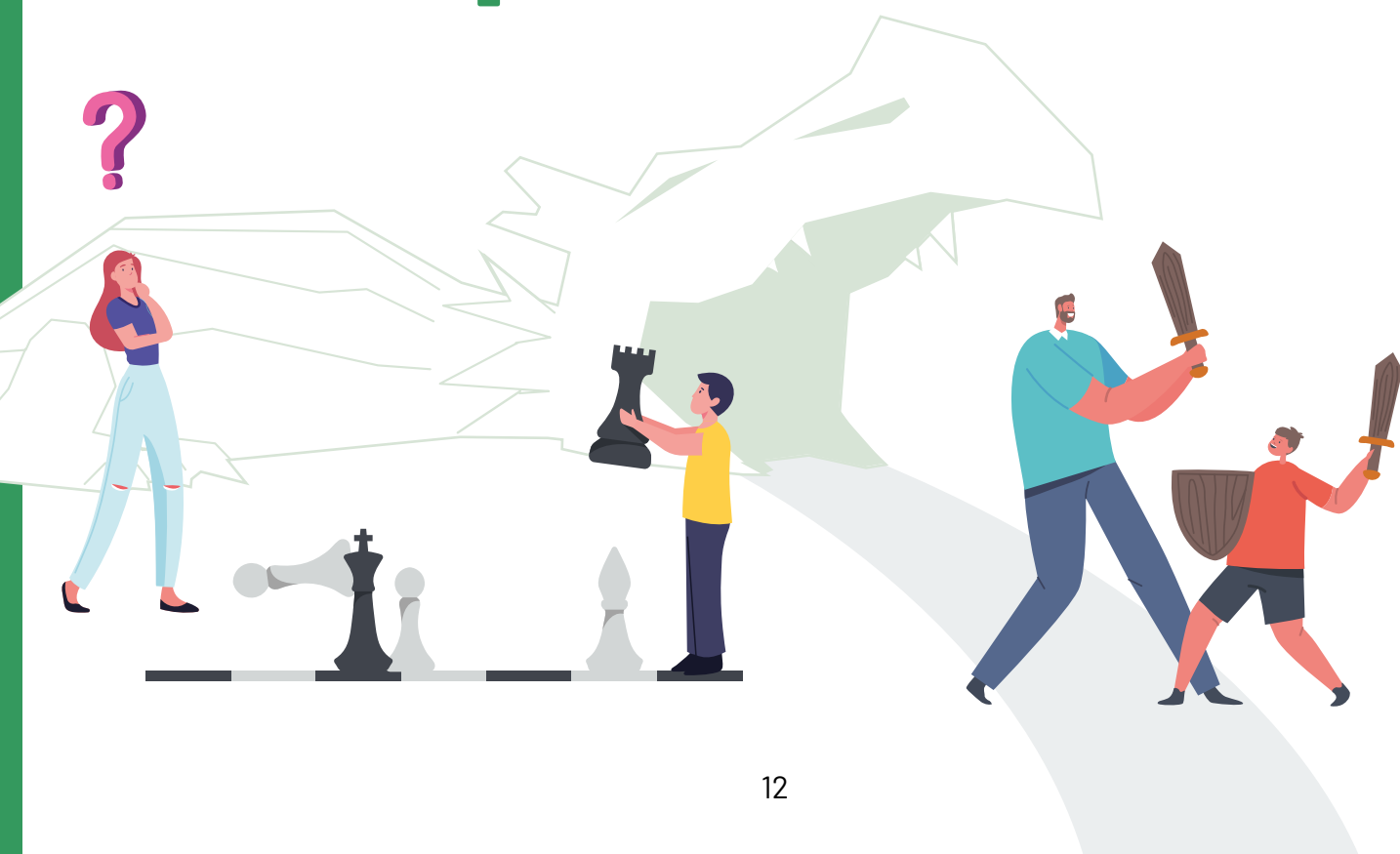
Adopter un nouveau plan marketing à partir de la stratégie de Marque et du nouveau positionnement et repenser la mise en marché

AXE STRATÉGIQUE 12

Coordonner et contractualiser les partenariats avec les acteurs publics et privés

DÉFI 1

CRÉER UNE NOUVELLE OFFRE PLUS IMMERSIVE ET LUDIQUE



AXE STRATÉGIQUE 1

Faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique

LES ENJEUX

.....

- Améliorer et valoriser l'attractivité des territoires et des patrimoines de la Vienne par une mise en tourisme des sites de visite, des villes et villages du département, en montant en qualité d'expériences et en honorant l'ambition de faire de la Vienne " LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands ", la référence d'un tourisme familial, durable et ludique.
- Créer un maillage de sites touristiques d'intérêt sur l'ensemble du département et s'appuyer sur une charte ou une labellisation " Expériences Famille ".
- Proposer aux visiteurs une médiation différente, immersive, différenciante par une consolidation des fondamentaux de l'accueil touristique et une plus-value expérientielle, une interprétation revisitée pour découvrir le patrimoine autrement, en travaillant sur la surprise du visiteur et sur la notion de moments à vivre.



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 1

Faire évoluer le dispositif " Expériences Famille " avec les Offices de Tourisme

Premières propositions d'actions :

- **Retravailler les critères obligatoires, déposer la marque " Expériences Famille " à l'INPI,**
- **Sensibiliser, fédérer et animer** le réseau des acteurs du tourisme au dispositif et à la philosophie " Expériences Famille " qui est au cœur de la promesse touristique du département de la Vienne,
- **Refondre les outils et les supports de communication " Expériences Famille ",** accompagner les professionnels du tourisme à leur utilisation et aux enjeux du dispositif.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 2

Développer l'attractivité des sites de visite, villes et villages de la Vienne en leur apportant une dimension expérientielle

Premières propositions d'actions :

- **Accompagner les sites de visite structurants, villes et villages de la Vienne dans l'amélioration de la médiation de leurs contenus et de leurs clés de lecture :** supports multimédia, parcours interactifs et outils numériques, mises en scène ludiques pour les familles et les enfants, histoires racontées, spectacles vivants, visiteurs acteurs, escape games, QR Code, géocaching...).
- **Accompagner les sites de visite structurants, villes et villages de la Vienne dans le renforcement du confort de visite,**

de la qualité des conditions d'accueil du public (sans oublier les clientèles en situation de handicap), de leur signalétique et de leur signalisation touristique...

Cet accompagnement pourrait se traduire par :

- la mise en œuvre d'un **appel à manifestation d'intérêt,**
- **la sélection des structures candidates** par le binôme ACAP/services concernés du Département/têtes de réseau (*cf. objectif opérationnel n°16 Ingénierie touristique départementale*),
- **la réalisation d'une étude (faisabilité/ programmation) par un bureau d'étude spécialisé** (ou expertise de l'ACAP/ Département/SEML Patrimoniale,...) pour la définition des travaux d'aménagement, de scénographie, la création d'outils et contenus numériques...
- **la recherche de financements potentiels,**
- **un suivi des structures dans la durée :** formation, mise en réseau, partage d'expérience,
- **la révision du schéma départemental de signalisation touristique.**

Cet accompagnement serait soumis à des critères d'éligibilité : l'adhésion au dispositif " Expériences Famille ", à des règles d'écoresponsabilité, à l'engagement d'un renouvellement de l'offre tous les 3 ans, à l'adhésion à la place de marché départementale, à l'engagement de fournir annuellement au Département les données statistiques de fréquentation, d'être accessible pour un public en situation de handicap...

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 3**Mettre en scène le patrimoine, la culture et l'histoire du département et notamment de sa ville centre, Poitiers**

Premières propositions d'actions :

- **Poursuivre la valorisation patrimoniale de Poitiers et l'aménagement de son parcours urbain, mener à terme les grands projets urbains touristiques :**

- » Cheminement touristique dans la Ville de Poitiers, définition des clés de lecture du patrimoine,
- » Projet du Quartier du Palais (projet de réhabilitation du Palais des Ducs d'Aquitaine et du secteur urbain qui s'étend jusqu'à la cathédrale) pour un investissement de 55 millions d'euros.
- » Stratégie du jeu qui se développe sur le Grand Poitiers (Gamers Assembly, projet de création de circuits touristiques via un jeu vidéo...).

- **Poursuivre la valorisation des sites patrimoniaux du département :** Abbaye de Saint-Savin, patrimoine mondial de l'UNESCO ; cité médiévale de Chauvigny ; forteresse d'Angles-sur-l'Anglin et centre d'interprétation du Roc aux Sorciers ; Château de Monts sur Guesnes ; Abbaye de Charroux ; site gallo-romain de Sanxay ; Abbaye royale de La Réau ; château de Montreuil-Bonnin ; les Tours Mirandes ...

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 4**Créer un Pass Tourisme départemental**

Premières propositions d'actions :

- Optimiser la fréquentation des sites touristiques de la Vienne en définissant et **en mettant en place un système de Carte Pass Départemental.**

Le Département mènera une réflexion avec les acteurs du tourisme pour **définir les types de pass les plus adaptés :** pass unique, pass sur trois jours, pass Expériences Famille, pass activités ciblées,... **et les sites concernés.**

- **Déployer, en complémentarité, la " Carte Ambassadeurs " pour favoriser l'autoconsommation des habitants de la Vienne** (premiers ambassadeurs de la destination), leurs parents et amis mais également les résidents secondaires (plus de 71 000 lits en résidences secondaires), au travers d'une stratégie d'incitation avantageuse vis-à-vis de l'offre touristique et de loisirs du département.



AXE STRATÉGIQUE 2

Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques

LES ENJEUX

.....

- Mieux connaître l'offre d'un point de vue quantitatif et qualitatif, repérer les manques du parc des hébergements marchands de la Vienne, les besoins, les actions correctives nécessaires pour de meilleures performances.
- Privilégier la thématisation, la montée en qualité, le développement des services et de nouveaux produits, l'émergence de nouveaux projets et d'une offre écoresponsable.
- Répondre à l'enjeu de progression des nuitées touristiques d'agrément sur les ailes de saison et le hors saison pour l'ensemble des formules d'hébergement.
- Créer une offre " hébergement et itinérance touristique " de qualité (cf. objectif opérationnel n°9).
- Créer les conditions idéales pour séduire, faciliter l'intérêt et la venue d'investisseurs dans le département.



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 5

Réaliser le schéma de développement des hébergements marchands de la Vienne

Effets attendus :

1. **Mesurer la cohérence entre l'offre actuelle et la demande, mettre en perspective l'offre de la Vienne en hébergement dans les 5 prochaines années** : pour quelle capacité d'accueil ? quelle évolution du parc souhaitable ? sur quelles typologies (y compris les besoins de zones d'accueil pour camping-cars) ? sur quel segment de confort ? sur quel(s) territoire(s), avec quels " plus produits " ou " services plus " ... ?
2. **Cartographier l'offre et ses manques,**
3. **Evaluer parallèlement la santé économique des hébergements touristiques de la Vienne, connaître et objectiver leur santé financière**, les besoins des campings, de l'hôtellerie traditionnelle en zone rurale, des hébergements collectifs, de l'offre de meublés, ...
4. **Faciliter la définition et la mise en œuvre d'actions correctives.**

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 6

Stimuler une nouvelle offre (plus tendance, plus qualitative, thématisée, dans un objectif 4 saisons quand cela est possible) en lien avec le schéma de développement

Premières propositions d'actions :

- **de préférence de nouveaux concepts et projets novateurs** en hébergements touristiques **en lien avec les filières, la thématique du slow tourisme et de**

l'outdoor, de l'itinérance et intégrant la dimension environnementale.

- à la condition d'une **faisabilité économique**, de projets d'hébergement avec une capacité suffisante (30 chambres pour un hôtel, 150 emplacements pour un camping minimum...); d'un niveau 3, 4 et 5 étoiles, clés, épis ; conforme à la philosophie " Expériences Famille ", ...
- **en prospectant et en identifiant des investisseurs et des opérateurs.**



Cela impliquerait :

- » **d'identifier en amont, en partenariat avec les EPCI, les sites à potentiels** afin de positionner le Département de la Vienne comme force de propositions et facilitateur vis-à-vis des investisseurs (veille foncière, repérage de bâtiments à vocation touristique sur des emplacements privilégiés) et combler les manques en matière d'hébergements sur certains territoires identifiés (établissements à reprendre, fonciers disponibles, fonciers intéressants en vue d'un développement touristique à reclasser en ZUT, en ZUL au sein des PLUI),
- » **d'identifier des investisseurs/opérateurs intéressés** par la transmission-reprise, le développement, la création, la réhabilitation, l'achat de fonds de commerce pour différentes typologies d'hébergements touristiques),
- » **de développer les outils nécessaires** à l'accompagnement des porteurs de projet dans ces démarches (SEML Patrimoniale...).

AXE STRATÉGIQUE 3

Asseoir le département de la Vienne en tant que "Destination Affaires"

LES ENJEUX

.....

- Positionner la Vienne sur le marché du tourisme d'affaires en lien avec le positionnement spécifique du Département autour du ludique.
- Mieux promouvoir et commercialiser la destination Vienne sur les marchés de l'industrie des rencontres et des événements professionnels.
- Améliorer l'offre départementale d'un point de vue qualitatif et la chaîne d'organisation et de logistique de la filière Affaires/MICE*, mobiliser et structurer les acteurs de la filière.
- Rendre plus visible et désirable l'organisation d'événements dans la Vienne en construisant une image " Vienne Destination Affaires " et en développant les outils de conquête et de facilitation pour les donneurs d'ordre et les prescripteurs.

*" Meetings " (réunions), " Incentives " (séminaires), " Conferencing " et " Exhibitions / Events " (événements professionnels) : activité hôtelière et touristique liée à des événements d'entreprises

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 7

Créer une organisation fédératrice des acteurs du tourisme d'affaires de la Vienne " Vienne Destination Affaires "

Premières propositions d'actions :

- **Fédérer les acteurs du tourisme d'affaires de la Vienne en créant une organisation adaptée aux enjeux du développement de la filière.**
- **Définir la gouvernance adaptée** aux spécificités du territoire en privilégiant une **organisation souple** au service des acteurs **avec une structure juridique idoine.**
- **Décliner les modalités de participation des membres/acteurs, la qualification de l'offre et créer a minima une charte d'engagement.**
- Préciser le **périmètre des missions et les actions** relevant de **cette organisation** et celles laissées aux acteurs.



OBJECTIF OPÉRATIONNEL 8

Mettre en œuvre le plan d'action commercial et sa déclinaison en outils

Premières propositions d'actions :

- **Choisir les cibles prioritaires** en fonction des produits identitaires et/ou différenciants de la destination.
- **Mettre en œuvre les outils de conquête :**
 - » site Internet portail " Vienne Affaires ",
 - » supports de prospection, meeting guide, vidéos,...
 - » actions de référencement,
 - » prospection à distance et en face à face,
 - » salons,...
- **Programmer des temps d'échanges, de synergie entre les professionnels** de la filière dans le cadre de la nouvelle organisation des acteurs du tourisme d'affaires de la Vienne.
- **Définir un budget** pour mettre en œuvre le plan d'action commercial et la création des outils de conquête.

AXE STRATÉGIQUE 4

Mieux structurer les filières de pleine nature

LES ENJEUX

.....

- Bien que le département de la Vienne ne soit pas identifié comme une destination de loisirs nature de référence, il est nécessaire de structurer son offre "loisirs Nature, Itinérance, slow tourisme" en travaillant sur des outils communs, pour concrétiser la "mise en tourisme", la mise en marché de cette filière, tout en développant les offres "Expériences Famille".
- Faire de l'itinérance douce terrestre un vecteur de découverte des patrimoines de la Vienne.
- Développer une offre de "pôles multi-activités" sur terre et sur eau, à destination des familles, des sportifs aventureux, locaux comme touristes, individuels et groupes...



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 9

Mettre en tourisme les grands itinéraires de randonnées (pédestre, vélo,...) de la Vienne

Premières propositions d'actions :

- **Créer un réseau de points d'étapes ou aires de services sur les grands itinéraires :**
L'Européloroute V3, la Véloroute V94 future route Épicurienne, la Véloroute V41, variante du chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle à vélo, projets de liaisons intermédiaires reliant l'EV3 à l'EV6, les 4 GRP, les 7 GR, le chemin de Saint-Martin,...

Il conviendrait d'étudier, avec les EPCI, l'opportunité et/ou la faisabilité d'un déploiement sur ces grands itinéraires d'espaces équipés et de services de type points d'étape (en déterminer le nombre, les localisations, le type d'équipements, le coût,...), et ce dans une logique de développement durable : toilettes, poubelles, point d'eau potable, tables de pique-nique, abris, points info, station de gonflage, recharge VAE, wifi, foodtruck,... (aires de services tous les 20/30 km / Halte - Repos tous les 10 km environ).

- Poursuivre le déploiement de labels existants tels que " Accueil Vélo ", " Rando Accueil ",...
- **Déployer des éco compteurs sur les grands itinéraires** à des emplacements stratégiques afin d'en mesurer les fréquentations et les retombées économiques.
- **Proposer une offre vitrine de " séjours randonnée clé en main "** incluant une prestation d'hébergement, de la restauration, le portage des bagages, des entrées pour les sites de visite.
- **Développer un outil numérique de type web application ou carte numérique en ligne** (projet en cours ACAP) pour interpréter le

territoire, force de proposition de sentiers, de POI : bâti, naturel, villages,... et des activités avec géolocalisation (alimentée par le SIT) et en ligne sur les différents canaux utilisés par les visiteurs.

- **Travailler sur une signalétique d'animation et d'information à l'échelle du département et de ses territoires infra** avec possible intégration de QR Code permettant de rendre visibles les boucles et circuits alternatifs, de rythmer les parcours avec mention des distances, des commerces, des POI,... (offre croisée, connexions entre les activités de nature, les sites patrimoniaux et culturels,...).
- **Faire l'inventaire et accompagner les structures d'hébergement** (notamment des campings, meublés, gîtes,...) intéressées pour développer une prestation de location à la nuitée sur les grands itinéraires et axes de randonnées et proposer une offre de petits locatifs. Sensibiliser des hébergeurs à l'adaptation de leur offre (équipement, prestations, services,...).
- **Organiser et animer des rencontres régulières entre le Département, l'ACAP et l'ensemble des acteurs** pour veiller à une bonne homogénéité entre tracé structurant et boucles locales, au bon état du jalonnement ainsi qu'à la recherche continue d'amélioration des parcours.
- **Travailler sur les points de départ des randonnées (GR, GRP)** avec l'aménagement de zones de parkings bien identifiées, équipées avec le souci de sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques à adopter en milieu naturel : information sur les itinéraires (kilométrage, durée, niveaux de difficulté, patrimoines et paysages à découvrir), numéros d'urgence, guide des bonnes pratiques pour le visiteur (ou QR Code vers des contenus textes, images, vidéos,... pour informer les publics et délivrer des messages positifs),... les aires de services (de type Camping-Car Park) et les aires de stationnement,...

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 10

Proposer la mise en tourisme des " Stations Sports Nature en Vienne " labélisées par la CDESI

Premières propositions d'actions :

- **Évaluer et développer les potentialités de mise en tourisme des sites labellisés " Station Sports Nature en Vienne " pour les positionner comme de véritables camps de base et " stations ", ludiques, familiales, sportives mais aussi symbole de tourisme durable :**
 - » Base de loisirs de Moncontour,
 - » Base de loisirs de Vauchiron à Lusignan,
 - » Parc de loisirs de Guesnes,
 - » Base de loisirs de Saint-Cyr,
 - » Centre de Plein Air de Lathus,
 - » ...

Ces stations sports nature / camps de base offrent un **panel d'activités et de services** (à dimensionner en fonction des sites) et sont **le terrain de jeux ou le point de départ possible d'activités libres ou encadrées** (terrestres, nautiques, initiation à l'environnement comme la zone humide de la forêt de Scévilles à Monts-sur-Guesnes, baignade/plage aménagée en milieu naturel,...).

Ces stations sont aussi des **outils au service de l'itinérance (vélo, pédestre,...)** : point info, aire d'étapes, café vélo, petite restauration/boissons en période estivale, équipements d'accueil, vestiaires/sanitaires, location de matériel, de vélos à assistance électrique, atelier de réparation, label Accueil Vélo,... (cf. objectif opérationnel n°9).

Certaines peuvent même proposer de l'hébergement illustrant le concept de station familiale et ludique.

Il conviendrait de veiller :

- Au fait que 3 voire 4 activités au minimum puissent être proposées (pas de mono activité) par " base/station loisirs nature " (l'observation de la faune et de la flore y compris).
- A thématiser les équipements pour leur donner une spécificité propre et ne pas les positionner en concurrence.
- A inviter des prestataires à s'impliquer dans une Base loisirs Nature, à privilégier une logique d'appel à projet.
- Au respect des normes HQE (excellence environnementale/développement écoresponsable), à l'adaptation à tous types de publics (y compris le public en situation de handicap), " critérisation " des lieux d'implantation.
- A privilégier les fournisseurs locaux, les circuits courts.
- A l'adhésion de la structure au dispositif " Expériences Famille ".
- A la réalisation d'une étude de faisabilité qui devra déterminer le programme opérationnel, le coût d'aménagement des sites (modernisation/requalification ou création).



DÉFI 2

AGIR POUR UN TOURISME RESPONSABLE & ÉQUILIBRÉ



AXE STRATÉGIQUE 5

Créer une offre de
tourisme identitaire
valorisant

l'agritourisme/l'œnotourisme,
les circuits courts,
les savoir-faire locaux et
l'artisanat,...

LES ENJEUX

.....

- Valoriser les produits locaux d'excellence pour favoriser le " consommer local " auprès des clientèles.
- Mieux organiser les visites chez les producteurs et être en mesure de proposer une réelle offre coordonnée (une offre existante à mieux structurer).
- Mettre en avant une histoire à raconter, une expérience client à renforcer, préalable à tout développement de cette filière avec une déclinaison du dispositif " Expériences Famille " et un maillage des offres.
- Trouver des synergies entre les différents acteurs de " l'art de vivre " (savoir-faire, agritourisme/œnotourisme, artisanat, culture) en favorisant la déambulation et les circuits découvertes.



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 11

Structurer, organiser et animer une offre d'excellence produits du terroir / agritourisme / œnotourisme / artisanat

Premières propositions d'actions :

- **Inventorier** avec l'aide de la Direction de l'Agriculture, de l'Eau et de l'Environnement (DAEE), **les exploitations, les producteurs, les viticulteurs qui pourraient être volontaires dans la mise en oeuvre d'un produit touristique** (parallèlement, inclure dans la démarche le référencement des artisans d'art).
- **Parallèlement, créer un groupe de travail** (ACAP, Direction de l'Agriculture, de l'Eau et de l'Environnement (DAEE), EPCI, offices de tourisme, producteurs/agriculteurs, Chambre d'Agriculture, Chambre des Métiers et de l'Artisanat, CCI,...) pour :
 - » **Construire et définir collectivement une offre Agritourisme/Art de Vivre de référence**, déterminer des critères, construire un récit commun, proposer une collection de visites et de circuits, renforcer le lien entre le produit et la destination, développer les liens entre producteurs et hébergeurs/restaurateurs pour favoriser la mise en valeur des produits locaux (expérimentation en cours).
 - » **Bâtir une offre immersive et expérientielle** qui permette de sentir, goûter/déguster, toucher, comprendre,... (espace d'interprétation, histoire de la ferme/du domaine viticole, les techniques de production, présentation des vins, des fruits et légumes,..., les techniques de création pour l'artisanat,...), travailler sur un mobilier d'accueil commun... Adapter l'offre aux familles (offre ludique, ateliers du goût,...).
- **Proposer des circuits favorisant l'immersion et l'expérientiel...** avec des étapes découverte – des visites – une signalétique spécifique – des rencontres sur des sentiers de randonnée (à pied, à cheval et en VTT,...) à l'instar des parcours labélisés " Vélo & Fromages ".
- **Sur le volet œnotourisme, accompagner le déploiement du label Vignobles & Découvertes** (Loudunais, Haut Poitou).
- **Rédiger un cahier des charges, aboutir à un engagement des prestataires** (sur les conditions d'accueil, les horaires, durée et périodes d'ouverture, les aménagements des locaux, les outils de médiation, le contenu de visite/dégustation, vente...).
- **Soutenir les événements** en lien avec la thématique " Terroir, produits, savoir-faire ".
- Le groupe de travail pourrait évoluer à terme vers un **Club des Professionnels du Goût et des Métiers d'Art de la Vienne** qui regrouperait des producteurs, fermes, viticulteurs, restaurateurs et hébergeurs, les offices de tourisme, l'ACAP, la Direction de l'Agriculture,...



AXE STRATÉGIQUE 6

S'inscrire dans des démarches de responsabilité sociale et environnementale

(labels et certifications environnementaux, protection de la biodiversité, critères d'éco-conditionnalité, attractivité, bien-être, emplois touristiques,...)



LES ENJEUX

.....

- S'inscrire dans une politique plus vertueuse en matière environnementale et sociétale dans le champs du tourisme. Agir pour un tourisme durable et faire converger les enjeux de croissance et de durabilité.
- Anticiper et agir pour limiter les impacts sur les ressources et la biodiversité des sites naturels et des équipements touristiques.
- Sensibiliser, mobiliser les acteurs publics et privés et accélérer la transition écologique de l'offre touristique (circuits courts, labels, certifications, économies d'énergie, matériaux durables...) en lien avec la politique régionale.

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

.....

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 12

Agir pour un tourisme responsable

Premières propositions d'actions :

- Mobiliser les acteurs privés et publics du tourisme du département, dont l'ACAP, vers des démarches de responsabilité sociale et environnementale : transition énergétique, enjeux liés à l'eau, anticipation des impacts du changement climatique, économie circulaire,...
- Créer les conditions d'un partage d'expériences entre les acteurs.
- Pour aller encore plus loin, définir et appliquer des critères d'éco-conditionnalité dans les règlements d'intervention pour tout projet touristique sur le département. **Formaliser un cadre référentiel de l'écoresponsabilité touristique de la Vienne en lien avec la politique régionale.** Tout porteur de projet devra intégrer dans son programme une dimension écoresponsable (matériaux durables, économies d'énergie, gestion de l'eau et des déchets, bornes de recharge électriques, approvisionnement en circuits courts et bio, labels, certification,...).
- Continuer le développement et la valorisation des espaces naturels sensibles (inscrit dans le Plan Climat : SEVE).

AXE STRATÉGIQUE 7

Poursuivre le développement d'une offre de transports alternative à la voiture et renforcer l'offre d'écomobilité



LES ENJEUX

- En cohérence avec le plan climat (SEVE : Stratégie Engagements de la Vienne pour l'Environnement) et la stratégie régionale " Néo Terra ", conforter l'image d'un département de tourisme durable en apportant aux visiteurs des services adaptés notamment en termes de mobilité.
- Développer une offre de services de déplacements alternatifs à l'automobile et être acteur de la mobilité de sa clientèle.
- Favoriser chez le grand public (habitants comme touristes) de bonnes pratiques de mobilité durable et une découverte " plus douce " des richesses de la Vienne.
- Coordonner, à l'échelle départementale, les besoins identifiés et hiérarchisés à l'échelle de chaque EPCI et participer à l'optimisation des liens physiques entre les différents grands pôles départementaux et les infrastructures de transports en commun :
 - » Poitiers-Futuroscope (Parc, Arena, Palais des Congrès,...)
 - » Poitiers-Aéroport, centre-ville/gare,
 - » Poitiers-Base de loisirs de Saint-Cyr,... Chauvigny, Lusignan,...
 - » Poitiers-Center Parcs
 - » ...
- Proposer une adaptation à un usage touristique des transports en commun et expérimenter des services qui puissent servir aux locaux et aux visiteurs (horaires et cadencements adaptés, réseau de bus attractif et performant, transport à la demande/navettes spécifiques, location de voitures électriques,...), développer les modes actifs (vélo, marche à pied,... flotte de vélos à assistance électrique), organiser la multimodalité pour les visiteurs sans moyen de transport,...
- Favoriser l'information sur les déplacements durables, notamment pour les itinérants pédestres et cyclistes.

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 13

Favoriser les déplacements touristiques à faible impact environnemental

Premières propositions d'actions :

DÉFI 3

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ET LA COORDINATION DES POLITIQUES PUBLIQUES



AXE STRATÉGIQUE 8

Améliorer la gouvernance en redéfinissant les rôles et les missions de chacun

LES ENJEUX

- Mieux coordonner les politiques touristiques et créer les conditions de l'excellence touristique.
- Appréhender les besoins et les nécessités d'évolution des ressources techniques, financières et humaines de l'ACAP pour créer un écosystème touristique vertueux s'appuyant sur les ressources existantes et nécessaires à l'avenir, pour réussir la promotion, la mise en marché, le développement touristique et la mise en œuvre du schéma départemental touristique 2023-2028. Une organisation au service des défis et des projets touristiques du département.
- Redéfinir les contours de l'organisation et des actions de l'ACAP au travers des grandes missions suivantes : Accompagnement/Ingénierie/ Développement et Promotion... , ses statuts, et adapter le contenu de la convention d'objectifs et de moyens qui lie l'ACAP au Département dans le cadre d'un dialogue de gestion.

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 14

Redéfinir le cercle vertueux de la gouvernance touristique

Premières propositions d'actions :

- **Établir un guide du " qui fait quoi ? "** récapitulant les rôles et les missions de chacune des parties (ACAP/services du Département (développement territorial, économique : tourisme-culture, sport, agriculture-eau-environnement,...), CRNA, CRT, EPCI, OTSI, Ville et Pays d'Art et d'Histoire,...) **et créer un catalogue de services partagés** : liste des services proposés aux socio-professionnels, aux investisseurs, aux porteurs de projets,... par les différents organismes ou collectivités.
- S'appuyer sur les audits internes réalisés en 2018 et les préconisations qui en ont découlé et, si besoin, se faire accompagner par un cabinet spécialisé afin de **réaliser une démarche de progrès interne à l'ACAP qui doit permettre de mieux affecter, de réaffecter et/ou de réadapter les missions, de définir les nouveaux besoins potentiels en personnel**. Relever les obstacles au développement et à la réalisation des actions préconisées dans le cadre du nouveau Schéma départemental touristique.

AXE STRATÉGIQUE 9

Mieux piloter la politique touristique grâce à une observation et une prospective renforcées

LES ENJEUX

.....

- Faire du triptyque observation/prospective /évaluation, la pierre angulaire du pilotage de la politique touristique départementale pour suivre l'évolution de l'offre et de la demande des hébergements touristiques, définir le poids économique et social des filières prioritaires, mesurer les impacts environnementaux et leurs évolutions, analyser et définir les besoins des clientèles touristiques, mettre en place une veille stratégique et prospective, évaluer l'efficacité des actions engagées dans le cadre du schéma, orienter les investissements...
- Capitaliser sur l'observation, la prospective et l'évaluation pour anticiper, organiser et structurer le développement touristique de la Vienne.
- Mobiliser cette information au service des porteurs de projets, des élus et acteurs touristiques du territoire.



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

.....

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 15

Renforcer l'Observatoire du tourisme départemental

Premières propositions d'actions :

- **Mettre en place une stratégie départementale d'observation.**
- **Créer une véritable " cellule d'observation "** alimentée par les différents partenaires et acteurs du tourisme de la Vienne, plateforme de collecte et d'analyse des données statistiques.
Conforter les partenariats notamment avec le CRTNA, Grand Poitiers, Grand Châtellerauld, les autres EPCI, la CCI, les Offices de Tourisme, les sites de visites : cohérence, complémentarité des données produites entre les différents acteurs et échelons territoriaux et partage des méthodologies.
- **Consolider les moyens humains qualifiés** dédiés à l'observation touristique.
- **Enrichir et diversifier les outils, les méthodes, les indicateurs, les critères** (en intégrant des critères liés aux enjeux du développement durable, aux éléments de RSE,...) pour améliorer la fiabilisation de l'observation.
- **Engager une étude thématique par an** en fonction des enjeux identifiés dans le schéma.



AXE STRATÉGIQUE 10

Développer l'ingénierie au service des acteurs

LES ENJEUX

.....

- Conforter une ingénierie de projet à destination des territoires, des socio-professionnels du département, des porteurs de projets.
- Se concentrer sur l'accompagnement de projets structurants à même de faire évoluer l'offre quantitativement et qualitativement, créateurs d'emplois, générateurs de retombées économiques, répondant à une carence identifiée qu'il s'agisse de projets endogènes ou exogènes.

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

.....

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 16

Renforcer l'ingénierie touristique à l'échelle départementale

Premières propositions d'actions :

- **Consolider, au sein de l'ACAP, une ingénierie de projets au service des territoires, des socio-professionnels, des porteurs de projets, des opérateurs, des chaînes et groupes du tourisme,...**
Conforter les moyens humains qualifiés au

sein de l'ACAP dédiés au développement et à l'ingénierie touristique.

En fonction de l'importance des projets et de leurs thématiques, de l'ampleur des besoins, l'ACAP ne peut intervenir sur tous les fronts et doit articuler ses interventions avec les autres intervenants en la matière : binôme ACAP/Services du Département, Collectivités locales, Offices de Tourisme, Consulaires,...

La SEML Patrimoniale continuera d'accompagner les " grands projets " et les projets transversaux et/ou supra-destinations.

- **Définir des critères d'évaluation garantissant la qualité de chaque projet** d'un point de vue économique, commercial, social, environnemental, juridique, financier... **et mettre en place des outils d'accompagnement.**
- **Développer l'accompagnement personnalisé des socio-professionnels et des porteurs de projets publics et privés** en s'appuyant sur une plateforme de services de l'ACAP : accompagnement d'études, pré-diagnostics, expertise projet, recherches d'aides à l'investissement,...
- **Présélectionner les sites " à potentiel "** faisant consensus pour un projet de développement afin de positionner le département de la Vienne comme force de propositions et facilitateur vis à vis d'investisseurs.

AXE STRATÉGIQUE 11



Adopter un nouveau plan marketing à partir de la stratégie de Marque et repenser la mise en marché

LES ENJEUX

.....



- A partir du nouveau positionnement et de l'ambition " Faire de la Vienne LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands " décliner le fil conducteur à suivre par l'ensemble des partenaires et des territoires et applicable à toutes les actions. Créer de l'attractivité par de nouvelles expériences et de nouveaux contenus (gamme de produits).
- Conforter ou se doter de nouveaux outils et supports pour fidéliser les clientèles existantes et en séduire de nouvelles (bassins émetteurs de proximité, en priorité les habitants de la Vienne et des départements limitrophes, l'Île de France), sans négliger les clientèles plus lointaines à forte valeur ajoutée pour les filières identitaires (art de vivre, gastronomie, affaires, itinérance, outdoor,...).
- Privilégier la concertation et la mutualisation avec les collectivités et structures partenaires pour concevoir ces nouveaux outils en totale complémentarité.

MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 17

Repenser les actions marketing et s'appuyer sur une communication image/produit

Premières propositions d'actions :

- **Élaborer un récit basé sur les valeurs socles de la Vienne, notre ambition " Faire de la Vienne LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands " et la promesse client : " Vivre une multitude d'expériences uniques à partager, pour se retrouver soi et ses proches ".**
- **Construire une stratégie marketing gagnante déclinée par filière** (sites de visite, nature, itinérance, terroir et gastronomie, patrimoine culturel, tourisme urbain, affaires,...), **par cible et par saison. Créer un univers bien spécifique, travailler son contenu, ses produits et décliner ses outils pour séduire de nouvelles clientèles.**
- Inventorier, sélectionner et/ou créer le contenu et les offres en lien avec le positionnement retenu et **transformer le " storytelling " en expériences à vivre pour les visiteurs.**
Privilégier une communication " image/valeur/produits ", **jouer sur une gamme restreinte de séjours " image/produit "** valorisant les thèmes marqueurs, **les " best of " du 86** et porter le message : " Le 86 se vit aussi à l'automne, en hiver ".
- **Adapter les moyens, les outils et les supports :**
 - » **Renforcer le picture marketing** et créer de la valeur par l'image.
 - » **Relooker et refondre le site internet** " Tourisme-Vienne.com " au niveau du webdesign et de la partie rédactionnelle (en cours de réalisation).
- **Rendre encore plus performant le référencement de la Vienne et ses filières touristiques sur le net** (référencement naturel et payant, " rayonnance " sociale et blog). Optimiser le positionnement sur des expressions clés et contenus ciblés en développant le trafic qualifié.
- **Consolider la stratégie social media et la prise de parole de la Vienne dans les réseaux sociaux.** Accélérer la prise de contact avec le client/visiteur, communiquer/dialoguer avec lui sur les différentes plateformes et le transformer en clients contributeurs.
- **Renforcer la politique de relations presse** à l'échelle de la Vienne afin de créer du " buzz " autour de ses filières incontournables et de sites remarquables, de ses produits touristiques, de ses évènementiels,...
- **Déployer le système de place de marché** sur lequel travaille l'ACAP.



AXE STRATÉGIQUE 12

Coordonner et contractualiser les partenariats avec les acteurs publics et privés

LES ENJEUX

.....

- Créer un écosystème touristique vertueux pour réussir la mise en œuvre du Schéma départemental touristique 2023-2028 de la Vienne (mutualisation des idées, des moyens, des stratégies, des projets).
- Conforter le rôle du Département dans un rôle de coordination et de structuration des actions du tourisme par le biais de son " bras armé " l'ACAP.
- Privilégier une politique de contractualisation qui permettra de définir le niveau d'intervention du Conseil Départemental projet par projet (appui technique/ingénierie, modalités de mise en œuvre et de financement,...) mais aussi de chacun des partenaires (Europe/État, Région, Agglomération, Communes ou Communautés de Communes, partenaires privés,...).
- Mieux accompagner les entreprises et les acteurs du tourisme, développer une offre toujours plus qualitative et en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques.



MODE OPÉRATOIRE - LEVIERS À ACTIVER

OBJECTIF OPÉRATIONNEL 18

Conduire une politique de Contractualisation et d'Appels à Projets

Premières propositions d'actions :

- **Recenser l'ensemble des liens, collaborations** entre l'échelon départemental et les échelons locaux dans le domaine du tourisme.
- **Définir de façon concertée les éventuels nouveaux sujets de partenariat et de soutien** entre le Département et l'ACAP (conformément au Schéma) et les territoires.
- **Adopter une politique d'appel à projets** et identifier les projets de développement touristique structurants susceptibles de contractualisation avec le Département. **Contractualiser par voie de convention sur 3 ans entre l'échelon départemental (CD86-ACAP) et l'échelon local (Collectivité/OT).**



OBJECTIF OPÉRATIONNEL 19

Renforcer le mode collaboratif des acteurs du tourisme de la Vienne

Premières propositions d'actions :

- **Animer et, au besoin, créer des comités techniques départementaux** associant les offices de tourisme ou/et des professionnels.
- **Développer des Eductours/journées découvertes** de sites afin de renforcer la connaissance de l'offre Touristique du département pour l'ensemble des personnels des Offices de Tourisme, des prestataires d'activités/hébergeurs,...
- **Sonder les prestataires touristiques afin de connaître leurs besoins et attentes** en matière d'accompagnement, de formation et mettre en place un programme de formations-actions.
- **Créer un rendez-vous tous les ans de type Assises du Tourisme** afin de faire un bilan et de tracer les pistes d'évolution de la stratégie départementale à court et moyen terme (plénière, ateliers, tables rondes, conférences, trophées du tourisme,...) et **organiser, en complément, des temps d'échanges avec et entre socioprofessionnels** : ateliers thématiques, interventions de grands témoins ou d'experts sur des thématiques et filières particulières, cycles de rencontres, bilans touristiques saisonniers, innovation et prospective,...



crédit : ivector sur stock.adobe.com | Imprimé par nos soins



Département de la Vienne
Direction de la Culture et du Tourisme
Place Aristide Briand
CS 80319 - 86008 Poitiers
05 49 55 66 00
■ lavienne86.fr