



Diagnostic touristique 2022 de la Vienne

SOMMAIRE



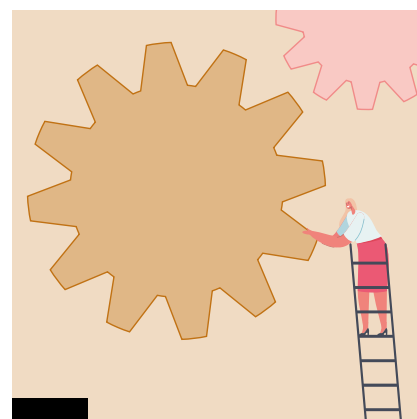
4

Pourquoi un schéma ?



6

Une offre touristique riche et variée à structurer



9

Un accompagnement au service des acteurs et des territoires



9

Clarifier la gouvernance et l'organisation des politiques publiques pour produire un vademecum



11

Des contextes multiples à prendre en compte



12

Identité et positionnement touristiques de la Vienne



14

Les déterminants d'une direction marketing à définir et mettre en œuvre

POURQUOI UN SCHÉMA ?



ART L132-1 DU CODE DU TOURISME

"Dans chaque département, le conseil départemental établit, en tant que de besoin, un schéma d'aménagement touristique départemental. Ce schéma prend en compte les orientations définies par le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs."

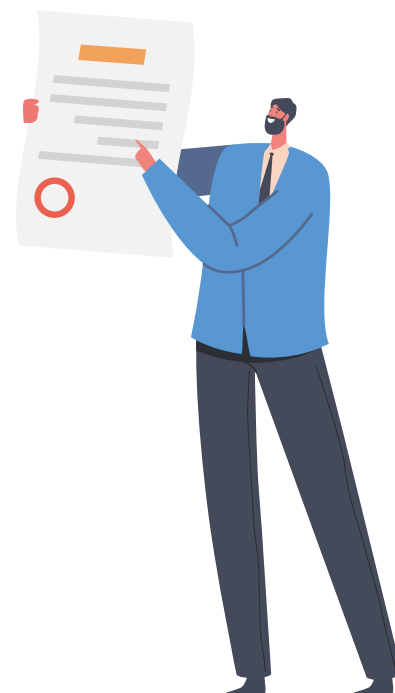
LES OBJECTIFS

OBJECTIFS DU PLAN TOURISME 2018-2021

- Affirmer la poursuite de l'action départementale en matière de tourisme suite à la loi NOTRe.
- Permettre au Département de continuer à jouer pleinement son rôle d'accompagnateur de l'émergence d'une offre touristique de qualité.

OBJECTIFS DU SCHÉMA TOURISME 2023-2028

- Conforter le Département dans son rôle de coordinateur territorial et de facilitateur du développement touristique.
- Faire de la Vienne LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands.
- Fédérer les acteurs autour des grands objectifs opérationnels définis collectivement, à atteindre à l'échelle départementale.



LA MÉTHODE DE TRAVAIL

Évaluation

- Écriture du bilan du Plan 2018-2021 par les Directions du Département et l'ACAP.
- Des entretiens avec 23 acteurs du tourisme menés par la Direction de la Culture et du Tourisme et par l'ACAP.



Diagnostic

- Diagnostic de l'existant réalisé par le bureau d'étude, l'ACAP et les Directions du Département

Concertation

- Concertation dans le cadre de l'étude sur l'identité et le positionnement touristiques :
 - » 30 entretiens stratégiques
 - » 2 jours pour découvrir 10 sites touristiques
 - » un bilan d'image avec 1470 personnes sondées
 - » 3 ateliers avec une vingtaine d'acteurs à chaque fois
- Concertation en vue de l'écriture du Schéma départemental touristique :
 - » 3 jours pour rencontrer 13 sites touristiques
 - » 7 ateliers thématiques
 - » 4 séminaires en commun
- Concertation sur le Tourisme d'Affaires :
 - » 1 séminaire réunissant 45 acteurs du tourisme



UNE OFFRE TOURISTIQUE RICHE ET VARIÉE À STRUCTURER



+ DE 30
PARCOURS
TERRA AVENTURA

Deux socles primordiaux

1

OFFRES LUDIQUES

LA LUDIFICATION DES OFFRES À RENFORCER ET COORDONNER POUR DONNER À LA VIENNE UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

29
OFFRES
EXPÉRIENCES
FAMILLE

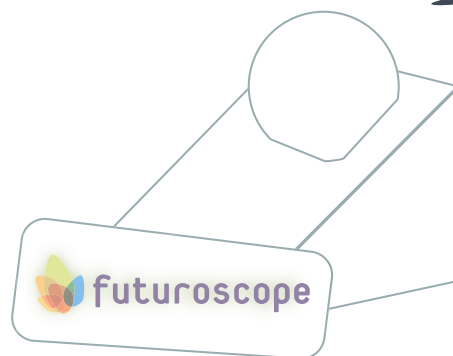


**COMPAGNON
DE VISITE**
DE L'ABBAYE
DE SAINT-SAVIN



**NOMBREUSES
OFFRES**

Terre de Dragons,
Monument game,
Escape game...



Nouvelles attractions et son plan de développement
Hôtels et restaurants thématiques



UNE OFFRE MILIEU DE GAMME EN
**DÉCALAGE AVEC
LES ATTENTES**
DE LA CLIENTÈLE



PAS ASSEZ
DE SERVICES

2

UN PARC D'HÉBERGEMENTS À QUALIFIER

une offre
haut de gamme 5★
en hôtellerie
et hôtellerie de plein air
INEXISTANTE



**OFFRE PAS
ASSEZ ADAPTÉE**
AUX BESOINS DES FAMILLES



Trois filières identifiées à structurer

1

UN PATRIMOINE RICHE À VALORISER



Culinaire et savoir faire, agritourisme, œnotourisme et artisanat
Culturel
Naturel
Monumental et bâti

2

UNE FILIÈRE DE PLEINE NATURE À METTRE EN TOURISME

5 sites
Espace Naturels Sensibles

Réserves naturelles régionale et nationale



Bases de baignade à qualifier

35 espaces, sites et itinéraires labellisés Sports Nature en Vienne

Randonnées (pédestre, cyclotourisme...)

3

UNE FILIÈRE TOURISME D'AFFAIRES PRIORITAIRE À STRUCTURER À L'ÉCHELLE DÉPARTEMENTALE

• Nombreux équipements

• Offre incentive

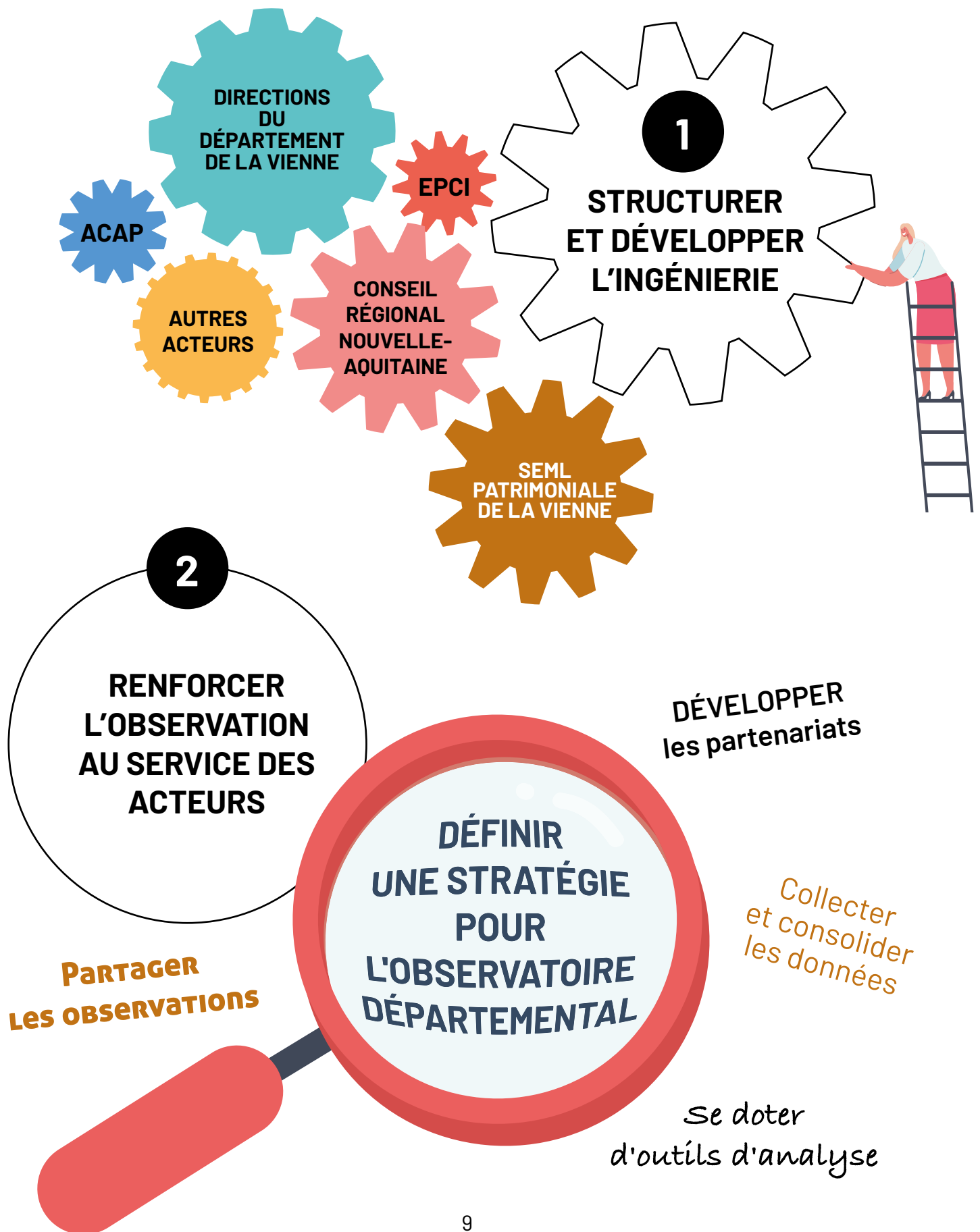
• Hébergement



• Club Tourisme d'Affaires créé en 2014

• Offre de services complémentaires à développer

UN ACCOMPAGNEMENT AU SERVICE DES ACTEURS ET DES TERRITOIRES



CLARIFIER

LA GOUVERNANCE ET L'ORGANISATION
DES POLITIQUES PUBLIQUES

POUR PRODUIRE UN VADEMECUM



UN GUIDE DU
QUI FAIT QUOI
POUR MIEUX
ACCOMPAGNER
LES **PROJETS**
TOURISTIQUES

DES CONTEXTES MULTIPLES À PRENDRE EN COMPTE

Contexte environnemental

- Attentes client en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)
- Impact environnemental du tourisme
- Impact du changement climatique sur les activités touristiques

CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- Inflation
- Coût de l'énergie
- Difficultés de recrutement

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME

CONTEXTE SANITAIRE

Covid19

Cadre de vie

- Couverture numérique
- Couverture en téléphonie mobile
- Mobilités décarbonnée et sur le dernier kilomètre
- Qualité du cadre de vie

IDENTITÉ ET POSITIONNEMENT TOURISTIQUES DE LA VIENNE

CARACTÉRISTIQUES IDENTITAIRES

- des expériences ludiques
- un ADN campagne
- le slow tourisme
- le partage
- et les rencontres
- le sens de l'accueil

GRANDS
CONSTATS

VALEURS DU DÉPARTEMENT

- Campagne
- Humaine
- Familiale



DEUX MARQUES EXISTANTES NON FÉDÉRATRICES ET INSUFFISAMMENT EFFICACES EN MATIÈRE D'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

LA VIENNE
PAYS
DU **FUTUROSCOPE**

- un potentiel pour porter l'image et l'attractivité de la destination
- cohérence avec le ludique et la famille
- une notoriété
- marque trop restrictive
- confusion site et destination
- difficulté de fédération



- une démarche de niche pour valoriser le terroir
- périmètre géographique non spécifique à la Vienne
- évoque une partie de l'offre touristique sans la dimension famille
- difficulté de fédération

une **AMBITION** et une **PROMESSE PARTAGÉES**



"Faire de la Vienne
LA destination par excellence en France
qui rassemble petits et grands."

"Des expériences ludiques à vivre
et partager avec ses proches."



**Une marque de destination
à travailler**

*dans sa dimension
de marketing touristique :*

LA VIENNE

LES DÉTERMINANTS D'UNE **DIRECTION MARKETING** A DÉFINIR ET METTRE EN ŒUVRE

Forces



- Une clientèle cible bien identifiée
- Un ADN solide et différenciant autour du ludique
- Une situation géographique favorable, une bonne accessibilité
- Une destination à dimension humaine, accueillante
- 2 locomotives : le Futuroscope et Center Parcs
- Une offre touristique et événementielle riche et diversifiée
- Un bon rapport qualité/prix
- De nombreux équipements pour le Tourisme d'Affaires

Opportunités



- Le Futuroscope, un vecteur de forte exposition médiatique
- Les pratiques touristiques en recherche de proximité et avec des attentes fortes en matière de RSE et Tourisme durable
- Des pros qui souhaitent être accompagnés pour faire évoluer leur offre et leur mise en marché

Faiblesses

- Un déficit d'image et de notoriété
- Une partie de l'offre de visites et d'activités peu en adéquation avec les attentes clients (immersive, ludique...)
- Une offre d'hébergements à qualifier (qualitative, thématisée, durable...)
- Une filière Tourisme d'Affaires à structurer
- Des outils marketing, communication et commercialisation obsolètes
- Une observation à développer





crédit : ivector sur stock.adobe.com



Département de la Vienne

Direction Culture et Tourisme

Place Aristide Briand

CS 80319 - 86008 Poitiers

05 49 55 66 00

■ lavienne86.fr