

Isabelle pour le tourisme et l'attractivité.

COMMISSION TOURISME, ATTRACTIVITE

31. Schéma départemental touristique 2023-2028

Isabelle BARREAU : Ce rapport propose le vote du Schéma départemental touristique 2023-2028 qui vous a été présenté en Commission générale hier. Pour rappel, il s'agit de trois grands défis avec des axes stratégiques et des objectifs opérationnels dont vous avez forcément vu le détail et que nous vous avons expliqués parfaitement hier. Nous vous proposons de prendre acte du bilan du précédent schéma et d'approuver le futur schéma.

Alain PICHON : Merci Isabelle. Je vous propose donc de prendre acte. Il faut quand même voter ? Attendez, nous prenons acte, mais nous votons. Y a-t-il des avis contraires sur le rapport 31 ? Des abstentions ? Il est adopté.

DEPARTEMENT DE LA VIENNE

DELIBERATION DU CONSEIL
DEPARTEMENTAL

Séance du 16 décembre 2022

SCHEMA DEPARTEMENTAL TOURISTIQUE 2023-2028

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
La Commission Tourisme, Attractivité s'étant réunie,

Le Conseil Départemental de la Vienne, en séance publique le 16 décembre 2022 à l'Hôtel du Département à Poitiers, le quorum étant atteint, Alain PICHON, Isabelle BARREAU, Sandrine BARRAUD, Jean-Olivier GEOFFROY, Valérie DAUGE, Benoît COQUELET, Marie-Jeanne BELLAMY, Marie-Renée DESROSES, Gérard HERBERT, Jérôme NEVEUX et Francis GOMEZ ne prenant pas part à la délibération,

Au bénéfice des considérations mentionnées dans le rapport,

Après en avoir délibéré et voté,

PREND ACTE du bilan du plan départemental touristique 2018-2021, joint en annexe 1, et du diagnostic touristique du département, joint en annexe 2,

DECIDE d'approuver le schéma départemental touristique 2023-2028, joint en annexe 3.

ADOPTÉ

Le Président du Conseil Départemental,



Alain PICHON

Date de télétransmission au Contrôle de Légalité	20/12/2022
Identifiant de la télétransmission	086-228600011-20221216-000000000007014-DE
Date de publication	22/12/2022



Bilan du Plan de développement touristique 2018-2021



Méthodologie

Le Conseil Départemental a adopté, par délibération du 9 mars 2018, son Plan de développement touristique pour les années 2018 à 2021, avec 4 axes majeurs :

- Renforcer les liens institutionnels,
- Conforter et élargir l'offre départementale,
- Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité,
- Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique.

Ce plan de développement touristique arrivant à échéance, il convient d'en faire le bilan avant de lancer une réflexion concertée avec les acteurs du tourisme en vue de l'élaboration du nouveau schéma d'aménagement touristique.

Le bilan du Plan de développement touristique 2018-2021, présenté dans ce document, a été établi selon la méthodologie détaillée ci-dessous.

La Direction Culture et Tourisme (DCT) du Département de la Vienne a tout d'abord collecté, auprès des Directions concernées (DJS, SEML Patrimoniale, Mission Parc du Futuroscope - Palais des Congrès, DAEE) et de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) des éléments permettant de faire le bilan technique du Plan 2018-2021.

Une concertation, sous forme d'entretiens individuels, a également été réalisée auprès des partenaires principaux du Département. Ainsi, ces entretiens ont été menés en bilatéral par la DCT et l'ACAP auprès des Offices de Tourisme et des grands acteurs touristiques du département afin de connaître leur avis concernant l'action départementale menée depuis 2018.

Des entretiens ont été réalisés avec les 23 partenaires suivants : la responsable du service Tourisme et de l'Office de Tourisme du Civraisien en Poitou, le chargé de mission Développement Touristique de la Communauté Urbaine de Grand Poitiers, la Cheffe de service Tourisme du site de Poitiers et la Chargée de mission Tourisme, innovation et numérique de la Région Nouvelle-Aquitaine, le Directeur de l'Office de Tourisme et du Thermalisme de La Roche-Posay, la responsable de la communication, du tourisme, de la vie associative de la Communauté de Communes des Vallées du Clain, le Directeur de l'Office de Tourisme Sud Vienne Poitou, la Directrice de l'Office de Tourisme de Grand Châtelerault, la Directrice de l'Office de Tourisme du Pays Loudunais, le Directeur de Terre de Dragons, le Directeur de l'EPCC Abbaye de Saint-Savin, la responsable du service Tourisme de la Communauté de Communes du Haut-Poitou et un conseiller en séjours de l'Office de Tourisme du Haut-Poitou, le Président et la gestionnaire des Gîtes de France de la Vienne, le responsable opérationnel et la coordinatrice du Club Tourisme d'Affaires, le Directeur du Center Parcs Domaine du Bois aux Daims, le Président de Sites et Cie, le Président du Club des Hébergeurs de la Vienne et le référent Tourisme, Hôtellerie, Restauration à la CCI de la Vienne, le Directeur Général de Destination Nature, le Président et la coordinatrice de l'UDOTSI, l'Assistante de Direction des Géants du Ciel, le Président de l'UMIH86, le Président du Directoire du Futuroscope, le Directeur du Village Flottant de Pressac, le Directeur du Domaine de Roiffé, la Directrice de l'Office de Tourisme Communautaire de Grand Poitiers.

Afin de pouvoir présenter un bilan synthétique et opérationnel, la DCT a synthétisé l'ensemble des données recueillies sous la forme de :

- 12 infographies thématiques : organisation territoriale, outils départementaux, chiffres clés, grands projets, itinérance douce, Poitou-produits locaux et circuits courts, filières et clientèles cibles, qualification de l'offre, communication (deux infographies), commercialisation, crise sanitaire ;
- 5 infographies « paroles aux acteurs » sur les thématiques suivantes : communication, organisation territoriale, itinérance douce et tourisme vert, outils départementaux, plans de relance.

La DCT a également réalisé un bilan fiche à fiche à partir de l'ensemble des données recueillies, au sein duquel a été intégré le bilan fiche à fiche réalisé par l'ACAP pour les actions dont elle avait la responsabilité.

Table des matières

Méthodologie.....	2
Infographies thématiques.....	5
Infographies Paroles aux acteurs du Tourisme.....	17
Axe 1 : Renforcer les liens institutionnels.....	22
Fiche Action n°1 : Redéfinir la gouvernance touristique afin d'intégrer les Offices de Tourisme et les EPCI dans le dialogue partenarial renforcé.	22
Fiche Action n°2 : Mettre en place et partager un intranet accessible aux prestataires.....	24
Fiche Action n°3 : Fédérer les professionnels du tourisme.....	25
Fiche Action n°4 : Accompagner les territoires pour leur structuration touristique	67
Fiche Action n°5 : Mener des actions de promotion et de communication avec les EPCI.....	26
Fiche Action n°6 : Développer des projets interdépartementaux de promotion avec les départements limitrophes.....	27
Axe 2 : Conforter et élargir l'offre départementale.....	28
Fiche Action n°7 : Poursuivre l'accompagnement du Futuroscope et des sites dans leur développement. .	28
Fiche Action n°8 : Poursuivre l'investissement départemental de créations d'équipements structurants ..	33
Fiche Action n°9 : Accompagner les porteurs de projet privés et publics dans le développement de leurs activités pour tenir les promesses de la destination.	34
Fiche Action n°14 : Inciter les prestataires au développement de projets numériques innovants.	34
Fiche Action n°10 : Accompagner les sites touristiques du département dans le développement de leur approche de sécurité et du label « Sécuri-Site ».	35
Fiche Action n°11 : Offrir des hébergements de qualité autour du Futuroscope et de Poitiers.	36
Fiche Action n°12 : Développer le maillage du territoire en proposant des séjours clé en main thématiques ou pluriactivités.....	37
Fiche Action n°13 : Sensibiliser les acteurs à la digitalisation.....	38
Fiche Action n°15 : Soutenir le développement de l'activité touristique de la destination Pays du Futuroscope en hors saison.	39
Fiche Action n°16 : Développer le Tourisme d'Affaires	40
Fiche Action n°17 : Promouvoir, de façon partenariale si besoin, les manifestations, notamment celles en lien avec la culture et le patrimoine.	41
Fiche Action n°18 : Développer et promouvoir l'itinérance douce.	42
Fiche Action n°19 : Privilégier les circuits-courts.....	45
Fiche Action n°20 : Sensibiliser les artisans et producteurs de notre département à l'importance de la mise en tourisme de leurs activités.....	45
Fiche Action n°21 : Développer l'intermodalité	47
Fiche Action n°22 : Développer un réseau départemental de greeters « ambassadeurs bénévoles du territoire »	48
Fiche Action n°23 : Mettre en place un pass touristique.	49
Fiche Action n°24 : Développer la formation des acteurs touristiques.....	50
Fiche Action n°25 : Veiller à la montée en gamme de tous types d'hébergements touristiques en milieu rural.....	36

Fiche Action n°26 : Améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap.....	36
Fiche Action n°27 : Poursuivre les actions de valorisation du territoire départemental.	51
Fiche Action n°28 : Mettre en avant le bien-être, filière touristique porteuse	52
Axe 3 : Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité	53
Fiche Action n°29 : Offrir une expérience touristique personnalisée via internet (créer une place de marché).....	53
Fiche Action n°30 : Développer les échanges entre les canaux numériques d'information et de commercialisation	54
Fiche Action n°31 : Privilégier les campagnes d'affichage ciblées en y associant des outils de mesure de résultats	54
Fiche Action n°32 : Faire des habitants de la Vienne les premiers ambassadeurs de notre destination.....	56
Fiche Action n°33 : Développer des offres croisées combinant billet d'avion à destination de l'aéroport de Poitiers-Biard ou billet de train à destination de Poitiers et billet de réduction pour les grands sites identitaires de la destination Pays du Futuroscope.....	58
Fiche Action n°34 : Faire de la marque « Poitou » l'identité territoriale fédératrice des collectivités et de leurs territoires.....	59
Fiche Action n°35 : Inscrire la clientèle dans un contact régulier avec le territoire et la richesse de son offre touristique notamment grâce aux nouveaux usages du numérique.	62
Fiche Action n°36 : Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de fidélisation.	64
Fiche Action n°37 : Réévaluer les outils de communication papier face à l'essor du numérique.....	65
Axe 4 : Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique	67
Fiche Action n°38 : Mutualiser les données collectées par tous les acteurs, les analyser et les partager	67
Fiche Action n°39 : Réaliser une veille stratégique active	67
Liste des annexes fournies par l'ACAP	69

Infographies thématiques



DÉVELOPPER UNE NOUVELLE ORGANISATION TERRITORIALE

1^{ER} SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL 2018-2021

- Ecriture d'un 1^{er} schéma sur 4 ans
- Un Copil créé pour le suivi du Plan
- Un plan d'actions en 4 axes et 39 fiches actions



CRÉATION D'UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION



- 1^{er} SADI départemental regroupant le Département, l'ACAP, les 8 QT et les 7 EPCI
- 5 jours de formation en commun
- 1 comité technique, des groupes de travail thématiques

RÉORGANISATION DE L'ACAP

- Révision des statuts de l'ACAP avec l'intégration des EPCI dans le conseil d'administration
- 2 audits réalisés et 1 étude sur la fonction commercialisation
- 1 réorganisation pour introduire de l'agilité de fonctionnement



ORGANISATION D'UN CLUB PRO TOURISME



- Instance regroupant tous les QT et les EPCI
- 1 réunion mensuelle
- Animation reprise par l'ACAP en 2020

Bilan du Plan de développement Tourisme 2018-2021



- FA n°1
- FA n°3
- FA n°4
- FA n°24

METTRE EN ŒUVRE DES OUTILS NUMÉRIQUES AU SERVICE DU TOURISME

CRÉATION D'UN OBSERVATOIRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL

- Réinternalisation de l'Observatoire touristique au sein du Département
- Un espace sur le site lavienne86.fr
- Création d'un groupe de travail Observatoire avec les OT et les EPCI
- Réalisation d'enquêtes et d'études
- Travail en lien avec les Observatoires départementaux et régional de la Nouvelle-Aquitaine



RÔLE DE L'OBSERVATOIRE



- Réaliser un état des lieux de l'offre touristique départementale (hébergement, sites et activités...) et du profil de la clientèle touristique
- Suivre l'activité touristique dans la Vienne
- Permettre une meilleure connaissance de l'écosystème touristique
- Quantifier le poids économique du Tourisme
- Orienter les politiques publiques (notamment le plan de relance Tourisme)

CRÉATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Création d'une base de données touristiques à l'échelle départementale
- Intégration au réseau SirtaQUI piloté par le CRT Nouvelle-Aquitaine
- Mutualisation des informations et lien avec DATATourisme
- Un pilotage par le Département et l'ACAP
- 5 OT intégrés et 3 OT en cours d'intégration
- plus de 50 personnes formées en 2020 et 2021



CRÉATION D'UN ESPACE PRO



- Création d'un espace Pro sur le site tourisme-vienne.com
- Une boîte à outils pour les professionnels du tourisme
- Des ressources COVID-19
- Organisation régulière de webinaires et replays
- Un espace Observatoire départemental du Tourisme

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°2
FA n°13
FA n°24
FA n°38
FA n°39

OBJECTIFS ET CHIFFRES CLÉS DU TOURISME

1 MILLIARD € DE CONSOMMATION TOURISTIQUE*



Objectif atteint

- 578M€ de retombées économiques directes
- 277€ de budget moyen par séjour et par personne
- 75€ de budget moyen par nuit et par personne en 2019 (source BVA)



*SOURCE CRT NA



Objectif atteint



DURÉE DE SÉJOUR EN PROGRESSION

- La durée moyenne de séjour dans la Vienne est passée de 2,5 jours en 2016 à 3,7 jours en 2019
- 2,1M de séjours
- 7,7M de nuitées en 2019 (source BVA)

MEILLEUR CONNAISSANCE DE NOTRE CLIENTÈLE

- 57% des séjours réalisés en famille
- 51% des visiteurs ont entre 26 et 55 ans
- 90% des séjours pour motif personnel
- 72% utilisent un hébergement marchand en 2019 (source BVA)



CARACTÉRISTIQUES DU TOURISME DANS LA VIENNE



- 86% des touristes en séjour ne visitent que la Vienne
- 64% des nuitées entre mai et octobre
- 1/3 des nuitées réalisées par des néo-aquitains et 11% de franciliens en 2019 (source BVA)

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°38
FA n°39

POURSUIVRE LA POLITIQUE DE GRANDS PROJETS ET DU SOUTIEN AUX INVESTISSEMENTS

CRÉATION DE L'ARENA

- 20 M€ HT, un engagement fort du Département
- 6075 places pour 23 concerts par an
- 1372 places assises en mode séminaire pour 18 dates annuelles
- Un total de 110 dates par an dont 45 dates pour le Futuroscope et 24 rendez-vous sportifs
- Ouverture 22 mai 2022



CRÉATION DE L'HISTORIAL DU POITOU

- 7,2M€ dont 2,7M€ financés par le Département
- 40 000 visiteurs par an
- Un parcours de visite immersif, interactif et ludique
- Ouverture avril 2022

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DU FUTUROSCOPE

- Un développement à venir de 200M€
- 6 attractions majeures avec 1000 visiteurs par heure
- 2 concepts hôteliers
- 1 parc aqualudique
- Objectif : 300 futurs emplois directs
- Objectif : 2,5M visiteurs par an (+35%)



SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'ABBAYE DE ST SAVIN

- Création d'un compagnon de visite interactif et ludique pour une visite numérique et immersive au Moyen-Âge

DÉVELOPPER L'ITINÉRANCE DOUCE

CRÉATION D'UN SCHÉMA RANDO ET MOBILITÉS DOUCES

- Schéma 2021-2025
- Un plan d'action qui vise 3 axes majeurs : la promotion, l'infrastructure et la mobilité
- Développement des itinéraires cyclo, pédestres, équestres et en milieu aquatique



CRÉATION DE GRANDS ITINÉRAIRES



- La Scandibérique est la partie française de l'Eurovélo3. Ouverte en juin 2019, elle traverse la Vienne sur 116km à travers 25 communes.
- Inauguré en juin 2018, le Chemin de Ligugé s'étend sur 170km entre Ligugé et Candé-St-Martin et complète les 3 chemins de St Martin existants pour une boucle de 500km d'itinérance douce.
- Travail en cours sur la Vienne à Vélo "Châtelleraut - Fontevraud"

LA VIENNE LAURÉATE DE L'APPEL À PROJET

- Décembre 2020, l'ADF lance un nouvel appel à projet Vélo et Fromages
- La Vienne y répond avec 6 boucles ou itinéraires répartis sur l'ensemble du département
- Chaque trace sécurisée et balisée passe par au moins 3 sites fromagers et propose la visite de sites d'intérêt particulier (naturels, patrimoniaux ou de loisirs)
- Sortie du guide en juin 2021



DÉVELOPPEMENT D'ACTIONS DE PROMOTION



- Pour la 1ère fois en 2020, un stand "Itinérance douce et Sports de Nature" est présent au Salon pour répondre à cette demande touristique en développement
- Promotion commune des grands itinéraires avec les départements limitrophes

**Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021**



FA n°6
FA n°18
FA n°19
FA n°20

DÉVELOPPER LA MARQUE POITOU, LES PRODUITS LOCAUX ET LES CIRCUITS COURTS

DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE POITOU

- Créée en 2016 par les Départements des Deux-Sèvres et de la Vienne
- Une gouvernance collective par les 2 départements (CCI, ADT, asso. maires, Chambres d'Agri., Chambres des Métiers)
- Un signe d'appartenance territoriale et 261 adhérents



LE POITOU DANS LES SALONS

- Au Salon International de l'Agriculture, un stand Poitou chaque année depuis 2018 : mini-marché de producteurs, dégustation de produits, petits-déjeuners pour les éleveurs 86 et 79 chaque jour, organisation d'un bus pour les adhérents non exposants et d'un bus pour le grand public.
- Un stand Poitou dans d'autres salons : Salon des Maires de la Vienne, La ferme s'invite, Salon Proxi'Loisirs, salon des voyages....

2 BOUTIQUES

- Maison du Tourisme et du Terroir à Poitiers
- Comptoir du Poitou à Center Parcs
- Valorisation et commercialisation des artisans et producteurs de la Vienne : 99 producteurs référencés dont 39 adhérents à la marque Poitou (+30% depuis 2018) pour un total de 832 produits référencés
- Animation et développement de la filière Terroir avec une sélection méthodique des producteurs intégrés en boutique



OPÉRATIONS DE VALORISATION



- Chroniques "Vivons Poitou" sur France Bleu Poitou
- Jeu-concours sur les réseaux sociaux : "Les Saveurs du Poitou en fête" en fin d'année, "Le Poitou fleurit bon l'artisanat" au printemps et avec les sites touristiques l'été.
- Présence de la marque lors d'événements culturels, sportifs ou touristiques : Vélo swing et petits pois, match Poitiers Basket 86, showroom de Bordeaux
- Un budget communication de 7300 € par an en moyenne depuis 2018

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°34

ACCOMPAGNER LES FILIÈRES ET CIBLER LES CLIENTÈLES

ACCOMPAGNEMENT DE LA FILIÈRE AFFAIRES

- 1 club "Tourisme d'affaires au pays du Futuroscope" regroupant 33 membres
- 1 état des lieux de la filière réalisé en 2020
- Une offre multiple et bien répartie dans la Vienne : un réel levier d'attractivité et de compétitivité à travailler



ACCOMPAGNEMENT DE LA FILIÈRE BIEN-ÊTRE



- 2 aspects présents dans la Vienne : le thermalisme avec La Roche-Posay et le thermalisme avec des offres de spa, massage (etc) réparties sur le département
- La clientèle curiste : elle représente 200 000 nuitées annuelles, c'est une clientèle touristique à travailler

FOCUS SUR LA FAMILLE

- La clientèle cible du département de la Vienne : parents, ou grands-parents avec des enfants, locaux ou en séjour
- 2020 : lancement par l'ACAP de l'appel à projet Expériences Famille
- 17 Expériences famille retenues pour 2021
- 12 Expériences famille supplémentaires retenues pour 2022



MEILLEUR CIBLAGE DES AUTRES CLIENTÈLES



- Les autres clientèles identifiées dans le cadre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'information sont : les Futuroscopeurs, les camping-caristes, les randonneurs, les curistes, la clientèle affaires, les locaux, les géocacheurs Terra Aventura (35 parcours en Vienne)
- Une étude fine de la clientèle touristique et du fonctionnement de l'écosystème touristique territorial à mener en 2022

**Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021**



FA n°16
FA n°21
FA n°28
FA n°36

QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

L'ACAP EN CHARGE DE LA LABELLISATION

- Gestion, animation et promotion des marques et labels nationaux



QUALIFICATION DES OFFRES



- L'ACAP accompagne et conseille les collectivités et les prestataires pour leur labellisation et classement : classement des meublés de tourisme et marque Tourisme et Handicap
- Evaluation de la pertinence des labels départementaux : les labels Qualité Vienne et Qualité Pando ne sont pas renouvelés

GÎTES DE FRANCE

- Assure la promotion et la commercialisation de ses adhérents
- Un processus d'autonomisation des Gîtes de France est achevé depuis début 2022 suite à l'audit sur la réorganisation de l'ACAP
- Les Gîtes de France ont repris la main sur leur commercialisation



MONTÉE EN GAMME DES HEBERGEMENTS



- Objectif non réalisé
- Pas de subvention et pas d'ingénierie consacrée au sujet

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FAn°4
FAn°10
FAn°11
FAn°25
FAn°26
FAn°27

RÉORGANISER ET DÉVELOPPER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DU TOURISME

ORGANISATION DU SALON PROXI' LOISIRS

- 2 salons organisés en 2018 et 2020
- 185 stands en 2020 versus 150 en 2018
- 5000 visiteurs en 2020 (période Covid19) versus 8000 visiteurs en 2018
- 84% des exposants satisfaits et très satisfaits en moyenne



LES PLANS DE COM'



- Des plans de communication co-construits et mutualisés avec les professionnels, les territoires et le Département
- Promotion des manifestations en lien avec la culture et le patrimoine (festivals)
- Stratégie de communication organisée en fonction du cycle de séjour des voyageurs
- Plusieurs plans de communication ont été réalisés par l'ACAP sur divers supports : web, tale, radio, showroom, affichage (campagne métro, bus...)

RÉÉVALUER LES OUTILS DE COMMUNICATION PAPIER



- Révision du magazine Tourisme en Vienne dès 2018
- Repositionnement dans un esprit de magazine de voyage (réduction du nombre de pages et de tirage)
- Abandon de différents supports papier : Guide des hébergements, Passeports
- Développement d'une stratégie éditoriale numérique en complément du rédactionnel papier

*Bilan du
Plan de développement Touristique
2018-2021*



FA n°5
FA n°17
FA n°31
FA n°37

AMÉLIORER LA COMMUNICATION ET L'ACCUEIL

AMÉLIORER LES CONDITIONS D'ACCUEIL

- Un 1er Schéma de signalétique voté en 2017 est en cours de révision
- Révision à prévoir dans le cadre du futur Schéma touristique départemental
- Réflexion sur l'accueil des différentes clientèles dans le cadre du SADI



LES HABITANTS : 1ERS AMBASSADEURS



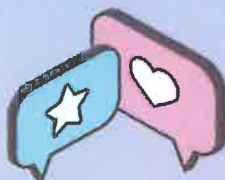
- Poursuite des actions de la Direction de la Communication du Département en direction des habitants : jeux sur les réseaux sociaux, concours photos...
- Action non menée : développement d'un réseau de gîteurs "ambassadeurs bénévoles de la Vienne"

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE

- Réalisation d'un audit sur la stratégie marketing et numérique touristique du Département
- Définition d'une feuille de route pour l'ACAP : définir une ligne éditoriale, réaliser un nouveau site, déployer une stratégie médias sociaux ambitieuse



FIDÉLISER LA CLIENTÈLE



- Mise en place d'un SiT qui améliorera la gestion de la relation clientèle des OT et de l'ACAP quand il sera développé

RÉORGANISER LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

RÉORGANISATION DU SERVICE COMMERCIALISATION

- Suite aux audits réalisés sur l'organisation de l'ACAP, le service commercialisation est devenu Service Mise en marché :
 - accompagnement et conseil auprès des acteurs touristiques pour l'optimisation de leurs mises en marché
 - une partie service réceptif groupe et vente de billetterie grand public



RÉÉVALUATION DU PROJET DE PLACE DE MARCHÉ



- Réévaluation nécessaire du projet au vu :
 - du retour des autres départements de la région Nouvelle-Aquitaine sur l'efficacité de ces outils
 - du bilan de l'étude de stratégie marketing

SÉJOURS CLÉ EN MAIN

- Objectif non réalisé



LES OFFRES CROISÉES

- Objectif non réalisé



*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°12
FA n°15
FA n°23
FA n°29
FA n°33

FOCUS COVID-19

ÊTRE RÉACTIF FACE À LA CRISE SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE



PLANS DE RELANCE DEPARTEMENTAUX 2020 ET 2021

- Un budget de 750 000 € voté en 2020 et 473 000 € voté en 2021
- Une campagne de chèques tourisme "La Vienne vous invite"
- L'achat de billetterie pour 10 sites touristiques
- Une campagne de communication spécifique
- La création de parcours ludiques et immersifs portés par l'ACAP
- L'organisation d'un festival "Musik en Suites" porté par le CHV et attribution d'une subvention

BILAN DES PLANS



- L'ensemble des acteurs touristiques a pu bénéficier d'une attractivité accrue.
- L'attractivité de la Vienne s'est élargie à de nouveaux départements français.
- Les principales clientèles sont issues du nord de la France, de la région parisienne et du grand Ouest.
- Le budget moyen par séjour est de 713 € en 2020 et 757 € en 2021 pour un ménage bénéficiaire d'un chèque de 120 €.
- 1 800 séjours réalisés par 6 355 personnes (3 727 adultes et 2 626 enfants) au total.
- 10 000 dossiers à gérer par l'ACAP sur l'ensemble du dispositif.

SOUTIEN AUX PROS

Fort accompagnement des professionnels :

- réunions hebdomadaires avec les OT et EPCI
- baromètres mensuels auprès des prestataires touristiques pour analyser leurs pertes et leurs besoins
- outil de visioconférence à disposition
- page web dédiée aux informations Covid : aides, réglementation, initiatives et mise en place d'une "hotline"
- webinaires proposés aux professionnels, réalisation d'un guide des mesures sanitaires par filière





*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°38
FA n°39

Infographies Paroles aux acteurs



Paroles aux acteurs !

RÉORGANISER ET DÉVELOPPER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DU TOURISME

LES PLANS DE COM'


"L'ACAP réalise déjà un gros travail de communication. Le panel d'action est très large : influenceurs, réseau de diffusion, campagnes météo, d'affichage, sites internet."
OT Pays Loudunais, EPCI Vallées du Clain, Groupe Destinations Nature, CU Grand Poitiers, EPCC de Saint Savin

"Des actions de com' sont mutualisées ponctuellement avec l'ACAP et le CRT lorsque c'est possible financièrement"
Sites et Compagnie, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais, CdC. Civraisien en Poitou

"Nous relayons les informations sur les campagnes de communication de l'ACAP auprès de nos prestataires"
OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais

"La mutualisation des campagnes de communication doit être accentuée"
OT Sud Vienne Poitou, EPCI Haut Poitou, Terre De Dragons

"Il faut faire tourner les visuels pour que chaque territoire soit représenté"
OT La Roche Posay, EPCI Haut Poitou, CU Grand Poitiers



RÉÉVALUER LES OUTILS DE COMMUNICATION PAPIER

"De belles réflexions sont en cours : moins de brochures, plus optimisées."
CdC Civraisien en Poitou

"La communication papier est encombrante et n'est pas durable."
Club des Hébergeurs de la Vienne

LES ACTIONS A POURSUIVRE

"Un positionnement clair avec un message commun et un logo unique doit être mis en avant pour plus de cohérence dans la communication."
OT La Roche Posay, Club des Hébergeurs de la Vienne, Groupe Destinations Nature, CU Grand Poitiers, OT Haut Poitou

"Une communication politique reste à faire plus régulièrement"
OT Grand Chatellerault

"La Vienne doit mettre en avant la diversité de ses offres."
Center Parcs, Sites et compagnie, Domaine de Roiffe

"La communication doit être réalisée par clientèle, en lien avec les prestataires pour plus d'efficacité."
OT Grand Chatellerault, Club Tourisme d'Affaires

"De nouvelles actions permettent le renouvellement de la communication : témoignages, influenceurs thématiques, émissions de télévision, actions sur les réseaux sociaux, showroom, salons..."
Sites et compagnie, Center Parcs, EPCI Vallées du Clain, OT Pays Loudunais, OT Civraisien en Poitou, EPCI et OT Haut Poitou

Bilan du Plan de développement Tourisme 2018-2021



Paroles aux acteurs !

DÉVELOPPER L'ITINÉRANCE DOUCE

CRÉATION D'UN SCHÉMA RANDO ET MOBILITÉS DOUCES

"La randonnée est un thème qui se développe, notamment la randonnée cycliste"

Région Nouvelle-Aquitaine

"Cette offre est émergente mais pas ou peu valorisée. La mise en tourisme des itinéraires est à réaliser"

CU Grand Poitiers

"L'itinérance fluviale semble moins développée. La thématique canoë doit être développée"

CdC Civraisien en Poitou, OT La Roche Posay, OT Grand Châtellerault

"Il y a un vrai potentiel dans le département"

Domaine de Roiffé



CRÉATION D'ITINÉRAIRES



"Le déploiement de la Scandibérique, la réponse à l'appel à projet Vélo et Fromages et la création de boucles cyclistes sont des actions qui rendent le cyclotourisme en Vienne de plus en plus visible."

Région Nouvelle-Aquitaine

"L'offre cyclotourisme est la plus connue : la Scandibérique, les chemins de St Martin, les itinéraires Vélo et Fromages, la Voie verte, la Vélo Francette"

CdC Civraisien en Poitou, EPC de St Savin, EPCI Haut Poitou, Gîtes de France, OT La Roche-Posay, OT Sud Vienne Poitou, EPCI Vallées du Clain

"Pour une prise d'ampleur, il faut beaucoup plus de sécurité et plus d'itinéraires (pas seulement les grands itinéraires)."

OT Grand Poitiers

"Je n'ai pas une bonne connaissance de l'offre d'itinérance douce"

Gîtes de France, Village Flottant de Pressac

DÉVELOPPEMENT D'ACTIONS DE PROMOTION

"Le territoire est à proximité d'autres grands itinéraires (l'Indre à Vélo, la Loire à Vélo, la Brenne à vélo), il faut capter cette clientèle"

OT La Roche Posay

"Le département possède de grands axes d'itinérance mais il s'agit de capter les flux et travailler pour garder la clientèle"

OT Pays Loudunais

"Un travail de storytelling est à inventer avec de la production de contenus (plus largement sur le slow tourisme)"

EPCI Vallées du Clain

Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021



Paroles aux acteurs !

DES OUTILS AU SERVICE DU TOURISME

CRÉATION D'UN OBSERVATOIRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL

"Cette création était nécessaire, c'est un bon début. Il faut poursuivre la dynamique." OT La Roche Posay

"Des publications, des restitutions d'analyses, d'enquêtes, d'études doivent être réalisées plus fréquemment."

Sites et Compagnie, OT Grand Châtellerauld, EPCC de St Savin

"Les baromètres réalisés en 2020 durant la crise Covid ont été satisfaisants et complémentaires des webinaires de l'ACAP."

OT Sud Vienne Poitou, CU Grand Poitiers

"Un accompagnement par l'Observatoire est nécessaire pour les prestataires afin notamment de déterminer et de suivre des indicateurs."

OT Sud Vienne Poitou, Club des Hébergeurs de la Vienne, Club Tourisme d'Affaires

"L'Observatoire doit se développer pour recueillir les données sur les tendances à venir, la mutation des comportements clientèles, le poids économique du tourisme Loisirs et Affaires, le panier moyen, le parcours client, les bilans de saison par catégorie d'activité..."

OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais, Club Tourisme d'Affaires, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, OT Civraisien en Poitou, CU Grand Poitiers, Domaine de Roiffé

"Le Futuroscope et le Département doivent travailler ensemble sur une nouvelle étude d'impact"

Le Futuroscope



CRÉATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

"Le Système d'Information Touristique (SIT) est un vrai plus et un sujet important"

Club Tourisme d'Affaires, Groupe Destinations Nature,

"Nous sommes ravis de l'avancement du déploiement du SIT"

OT Grand Châtellerauld

"Nous nous félicitons de l'intégration prochaine de l'OT"

CU Grand Poitiers

"L'enjeu du SIT est important pour le partage de données, la qualification, la segmentation de clientèle et pour les actions de communication et de promotion"

OT Haut Poitou, OT Pays Loudunais, OT Sud Vienne Poitou

"J'ai une connaissance peu précise du SIT."

Center Parcs, Terre de Dragons, EPCC de Saint-Savin

1ER SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION (SADI)

"Les groupes de travail thématiques issus du travail d'élaboration du SADI départemental sont utiles pour nourrir la réflexion sur l'accueil des différentes clientèles"

EPCI Vallées du Clain, OT Pays Loudunais, OT Civraisien en Poitou, OT Haut Poitou, CU Grand Poitiers

"Le travail en commun donne un historique commun. La structuration et la coopération sont très positives. Des points sur l'avancée des différents groupes de travail doivent être organisés plus régulièrement."

CU Grand Poitiers

"J'ai une connaissance peu précise du SADI départemental."

Center Parcs, Groupe Destinations Nature, Géants du Ciel, Terre de Dragons, EPCC de Saint-Savin, Cites de France, Village flottant de Pressac



Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021



Paroles aux acteurs !

DÉVELOPPER UNE NOUVELLE ORGANISATION TERRITORIALE

L'ORGANISATION DES ACTEURS PUBLICS



"Il y a beaucoup plus de lien entre la Région et le Département. Les territoires se sont organisés dans le cadre du Club Pro Tourisme avec une animation par l'ACAP et une participation du Département."
Région Nouvelle-Aquitaine

"L'organisation territoriale s'est améliorée, le Club Pro Tourisme permet de nombreux travaux en commun et de la concertation."

OT La Roche Posay, OT Sud Vienne Poitou, OT Civralsien en Poitou, EPCI et OT Haut Poitou

"Il y a une mise en place d'un écosystème, ce n'est plus une organisation en silo."

OT Grand Châtelleraut

"Les réunions du Club Pro Tourisme permettent la fédération des acteurs et de bien trouver sa place dans l'organisation territoriale."

CU Grand Poitiers, OT Pays Loudunais, OT Haut Poitou

"Le travail en commun dans le cadre du SADI a permis la formation de divers groupes de travail communs. Cette ouverture a permis l'ouverture avec le CRT et d'autres départements."

CU Grand Poitiers, Région Nouvelle-Aquitaine

"Un rapprochement politique sur le tourisme aurait un intérêt. Dans le cadre du Plan Tourisme 2018-2021, le COPIL ne s'est réuni que deux fois."

CU Grand Poitiers

"Les territoires pourraient inviter l'ACAP et le Département pour des rencontres avec les équipes et certains acteurs pour créer du lien."

OT Sud Vienne Poitou



LA MISE EN SYNERGIE DES ACTEURS PRIVÉS

"La question de la mise en réseau des grands sites et des hébergements est importante."

Club des Hébergeurs de la Vienne

"Les interconnexions possibles avec les grands acteurs sont à développer"

Le Futuroscope

"Etant nouvellement arrivé dans mes fonctions et avec la crise sanitaire, je n'ai pas encore découvert l'ensemble des sites et activités du territoire. Une mise en réseau est nécessaire."

Terre de Dragons, Center Parcs

"Des visites sur sites pourraient être organisées pour échanger sur les projets des uns et des autres."

Domaine de Roiffe

"La question de la diffusion de l'information est importante. Une réunion annuelle de présentation des projets en cours à destination des acteurs touristiques serait souhaitable."

Center Parcs, Sites et compagnie, Club des Hébergeurs de la Vienne, Géants du Ciel

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



Paroles aux acteurs !

FOCUS COVID-19

**ÊTRE RÉACTIF FACE À LA CRISE
SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE**



PLAN DE RELANCE 2020

*"Le Plan a été monté en peu de temps et s'est montré
efficace. Ce fut une belle opération."*

OT La Roche Posay, CU Grand Poitiers

*"La communication était bien visible, elle a su montrer
la diversité des offres."*

Center Parcs, Région Nouvelle-Aquitaine, CdC Civaissien en Poitou

*"Le Plan a été très positif, les prestataires étaient très enthousiastes à
la démarche"*

OT Grand Châtelleraut, EPCC de St Savin

"Le département a fait beaucoup pour le grand public"

Club Tourisme d'Affaires



BILAN DU PLAN

*"Les offices de tourisme ont eu peu de retours des
professionnels du tourisme"*

OT La Roche-Posay, OT Sud Vienne Poitou, OT Grand
Châtelleraut, OT Haut Poitou

"Les grands sites ont bien été impactés par le Plan"

Geants du Ciel, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, Terre de Dragons, CdC
Civaissien en Poitou, Cdc Vallées du Clain, CU Grand Poitiers

*"Ce Plan a donné un beau signal au tissu touristique départemental. Les
prestataires ont apprécié l'action du Département"*

CU Grand Poitiers, OT Grand Châtelleraut

*"Les bons résultats de la saison 2020 ne sont pas forcément attribuables
uniquement au plan de communication."*

Groupe Destinations Nature

*"Il faut reconduire l'achat de billetterie aux sites. Les gratuités enfants
permettent d'attirer les parents."*

Sites et compagnie

"Les 2 sites obligatoires permettent aux touristes de sortir du Futuroscope."

UMIH 86



PLAN DE RELANCE 2021

*"Il est nécessaire de faire perdurer les mesures
incitatives afin de rendre le département attractif."*

Club des Hébergeurs de la Vienne

*"Il faudrait imaginer un plan de relance spécifique au Tourisme
d'Affaires."*

Club Tourisme d'Affaires

*"Le Plan 2021 sera apprécié et fonctionnera sûrement plutôt pour cet
été"*

Cdc Civaissien en Poitou

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*

Axe 1 : Renforcer les liens institutionnels

Fiche Action n°1 : Redéfinir la gouvernance touristique afin d'intégrer les Offices de Tourisme et les EPCI dans le dialogue partenarial renforcé.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Clarifier le rôle des différentes institutions touristiques pour assurer une meilleure cohérence de l'organisation et des politiques touristiques de notre département.
- Permettre aux institutions touristiques de travailler en bonne intelligence.

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne – DCT

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les professionnels du Tourisme, les organisations départementales (UDOTSI, Relais départemental des Gîtes de France...), les chambres consulaires (Chambre de Commerce et d'Industrie, Chambre des Métiers et de l'Artisanat...), le Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine, le CRT Nouvelle-Aquitaine, la MONA

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Une convention d'objectifs et de moyens a été signée en 2017 entre le Département et l'ACAP. Cette convention est reconduite par voie d'avenant afin de préciser chaque année les objectifs et les missions attendus.

Il conviendra de reprendre cette convention dans le cadre de la mise en place du futur Schéma d'aménagement touristique 2022-2028.

Parallèlement à la convention d'objectifs et de moyens, des conventions spécifiques sont signées entre le Département et l'ACAP pour des opérations précises telles que :

- o L'organisation, tous les 2 ans, du salon Proxi'Loisirs,
- o La mise en œuvre des plans de relance en 2020 et 2021.

Un audit de l'ACAP a été réalisé par la Chambre Régionale des Comptes en 2018.

Des bureaux d'études ont également été missionnés pour mener deux audits, organisationnel et juridique et fiscal de l'ACAP, entre juillet et septembre 2018.

Suite aux conclusions de ces audits et au travail mené par les services départementaux (Direction Culture et Tourisme et Mission Juridique), les enjeux suivants ont été mis en évidence en 2018 :

- o Sécuriser juridiquement et fiscalement l'ACAP et le Département,
- o Mieux maîtriser le budget alloué à l'ACAP et mieux le piloter,
- o Permettre à l'ACAP d'avoir la capacité à mettre en œuvre ses missions et en particulier le plan de développement touristique.

Suite à ces audits, un certain nombre de mesures ont été mises en œuvre pour résoudre les problèmes identifiés.

Il reste cependant encore à résoudre la problématique du fort déficit sur les activités lucratives de l'ACAP.

- Mise en place d'un Comité de Pilotage Tourisme, composé de Conseillers Départementaux, du Président de l'ACAP, du Président et du Vice-Président en charge du Tourisme de chaque EPCI, afin de suivre l'avancée du Plan Tourisme voté en mars 2018.
- Poursuite des réunions du Club Pro Tourisme initié en 2017 par les Offices de Tourisme et regroupant les Directeurs des Offices de Tourisme, l'ACAP, le Département de la Vienne, la MONA
- Elaboration conjointe par le Département, l'ACAP, les territoires (EPCI et OPT) d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) départemental, avec le soutien de la Mission des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA)

Résultats de l'action :

- Suite à la réalisation de l'étude organisationnelle et de l'étude juridique, fiscale et comptable :
 - o Révision en novembre 2018, des statuts de l'ACAP en 2018 pour intégrer les représentants des territoires (les Présidents des EPCI, les maires des communes touristiques et des stations classées de tourisme) dans le Conseil d'Administration.
 - o Abandon par l'ACAP de l'activité commerciale à destination des Individuels et conservation de l'activité « groupes » uniquement pour les grands comptes.
 - o Définition d'un objectif d'équilibre des activités lucratives de l'ACAP
- Dans le cadre de la mise en place du SADI départemental :
 - o Mise en place de groupes de travail

→ Action à poursuivre

Fiche Action n°2 : Mettre en place et partager un intranet accessible aux prestataires

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Offrir aux prestataires touristiques un outils web fonctionnel leur apportant des informations et des outils concrets les aidant dans la bonne pratique de leur activité.

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes de 2.0 et 2.2 non fournies)

Dernière réunion interne : 15/10/20

Réalisations/outils :

1. Benchmark des sites 'Pro' des autres ADT : analyses / recommandations - *Annexe n°2.0*
2. Pré-réalisation de tableaux de résultats (tableaux de bord avec nombre de sessions, nombre de pages vues, etc) – *Annexes n°2.1, 2.2 et 2.3*
3. Réflexion sur la possibilité de création d'un Comité Technique avec les EPCI – *dernière page de l'Annexe n°2.0*
4. Dernière mise à jour du projet de site Web en date du 10/08/20 - *Annexe n°2.4*

Etat/Statut : 'non réalisé' - 'bloqué' en 2019 depuis la décision prise par le Bureau de l'ACAP suite à l'avis du Club Poitou Pro Tourisme (action non prioritaire liée au SIT et à la préparation du salon Proxi'Loisirs)

Fiche Action n°3 : Fédérer les professionnels du tourisme

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire connaître la richesse de l'offre territoriale à l'ensemble des acteurs.
- Constituer et faire partager une chaîne de valeur permettant d'assurer la cohésion et la qualité de l'offre.
- Développer les offres commerciales croisées entre les différents acteurs et leurs sites.

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Tableau de bord type 'planning annuel' des actions menées à destination du réseau des prestataires (animation réseau prestataires). Ex : journées Terra Aventura — *Annexes n°3.0, 3.1 et 3.2*

Etat/Statut : 'suivi', à compiler au suivi de la qualification de l'offre auprès des professionnels, pour ex 'Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d'Affaires' indiquant le nombre de participants, cf FA n°16. Développer le tourisme d'affaires - *Annexes n°16.4 et 16.5*

Fiche Action n°5 : Mener des actions de promotion et de communication avec les EPCI

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire connaître la richesse de l'offre territoriale à l'ensemble des acteurs.
- Constituer et faire partager une chaîne de valeur permettant d'assurer la cohésion et la qualité de l'offre.
- Développer les offres commerciales croisées entre les différents acteurs et leurs sites.

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Travail en amont sur les actions de promotion et de communication avec le SADI - *Annexes n°5.0*

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°6 : Développer des projets interdépartementaux de promotion avec les départements limitrophes

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Augmenter l'impact des actions de promotion en mutualisant les moyens sur thématiques communes
- Attirer les clientèles des départements limitrophes

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Direction de la Communication – DAEE - DCT

Descriptif de l'action :

Public cible : les clientèles des départements limitrophes

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Création de l'Eurovéloroute n°3 ou Scandibérique, assurant la continuité de l'EV3 entre l'Indre et Loire et la Charente.
- Création du Chemin de Ligugé : édition d'un topoguide/beau livre sur le Chemin de Ligugé. Pose de 7 panneaux touristiques dont un en Indre et Loire, à Candes-Saint-Martin.
- Création de six boucles Vélo et fromages dans le cadre d'un partenariat avec les guides Petit Futé et l'Association des départements de France pour la promotion de la randonnée gourmande.
- Association de l'Office de Tourisme du Thouarsais à l'élaboration du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) de la Vienne pour prendre en compte les interrelations et complémentarités entre le Loudunais et ce territoire.
- Invitation des Deux-Sèvres au salon Proxi'Loisirs et présence des Offices de Tourisme des territoires voisins du Département (Sud Touraine et Nord Charente)
- Participation au Salon International de l'Agriculture à Paris en 2018, 2019 et 2020 : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (1ère édition)

Axe 2 : Conforter et élargir l'offre départementale

Fiche Action n°7 : Poursuivre l'accompagnement du Futuroscope et des sites dans leur développement.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Proposer de façon continue une offre renouvelée de qualité afin de satisfaire au mieux les clientèles et de les fidéliser
- Développer et enrichir l'offre afin d'augmenter la fréquentation et le chiffre d'affaires

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

1-Descriptif de l'action : Accompagner le Futuroscope dans leur plan de développement (SEML Patrimoniale – Grands Projets)

Public cible : le Parc du Futuroscope

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Création d'une structure de financement d'un programme de 100 millions d'€ pour le développement du Futuroscope 2.
- Livraison prévue entre 2022 et 2024 de 4 équipements (2 hôtels, 1 parc aquatique et 1 piazza)

Résultats attendus de l'action :

- Développement espéré de la fréquentation du Futuroscope à hauteur de 2,4 millions de visites
- Création de 400 emplois en ETP

Reste à mener :

- Investissements à poursuivre

2-Descriptif de l'action : Mise en place d'un plan de relance touristique (DCT)

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire sans précédent. La veille menée par l'observatoire départemental du tourisme sur l'impact de cette crise sanitaire sur l'activité des acteurs du tourisme a mis en évidence :

- une perte importante et immédiate de chiffre d'affaires (estimée par une majorité à -70% pour mars et avril par rapport à la même période en 2019) ;
- des difficultés financières (paiement des charges et manque de trésorerie notamment) immédiates et qui pourraient se révéler durables (avec un impact sur les futurs investissements) ;
- une forte inquiétude des acteurs de la filière quant à leur capacité de reprise.

Face à cette situation, le Département de la Vienne a souhaité marquer son soutien aux acteurs du tourisme.

Public cible : grand public

Durée de l'action : durée du plan de juillet 2020 à fin 2021

Réalisations :

- Vote, par le Conseil Départemental d'un plan de relance le 3 juillet 2020 de 550 000 € avec la mise en place allant jusqu'aux vacances de la Toussaint :
 - o d'un « chèque Tourisme » de 120 € à destination des touristes. Ce "chèque Tourisme" 120 € permettait le remboursement, pour deux personnes minimum et sous conditions d'achat, de deux nuitées (en hôtel, meublé de tourisme, chambre d'hôtes, habitation légère de loisir), d'entrées dans deux sites payants et d'un repas dans un restaurant traditionnel (hors fast-food et sandwicherie),
 - o d'un "chèque Tourisme" de 50 € à destination des excursionnistes et habitants de la Vienne. Ce "chèque Tourisme" de 50 € permettait le remboursement, pour deux personnes minimum et sous conditions d'achat, d'entrées dans deux sites payants et d'un repas dans un restaurant traditionnel (hors fast-food et sandwicherie).
 - o d'un « chèque Randonnée » de 60 €. Ce chèque « Randonnée » permettait le remboursement, pour deux personnes minimum, d'au moins deux nuits dans un hébergement de la Vienne et un repas en restaurant (hors fast-food et sandwicherie) remboursement sur présentation de factures),
 - o d'achat de billetterie enfants auprès des sites majeurs de la Vienne afin de dynamiser de manière immédiate leurs chiffres d'affaires.
- Devant le succès de ce plan de relance, le Conseil Départemental a voté une prolongation de ce dispositif le 18 septembre 2020 avec une enveloppe de 200 000 €, afin de poursuivre ces actions jusqu'au 30 novembre 2020.
- La mise en œuvre de ces mesures a été confiée à l'ACAP.

Résultats de l'action :

Chèques Tourisme : 1 887 bénéficiaires ont été remboursés pour un montant de 199 350€.

Achat de billetterie enfants aux sites touristiques :

- billets DéfiPlanet' : 1 350
- billets Vallée des Singes : 2 284
- billets Futuroscope : 1 906
- billets Cormenier : 450
- billets Planète Crocodiles : 1 120
- billets Géants du Ciel : 908
- billets Tour Forteresse Monthoiron : 1 349
- billets Center Parcs : 400
- billets Abbaye de Saint-Savin : 80
- billets Forteresse d'Angles-Sur-L'Anglin : 186.
- 78 160 € ont été consommés sur les 80 000 € qui avaient été affectés à l'achat de billetterie.

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le plan de relance Tourisme mis en en place en 2020 pour soutenir les acteurs touristiques a rencontré un succès très important auprès des touristes.

Cela a permis à l'ensemble des acteurs touristiques de bénéficier d'une attractivité accrue quelle que soit leur taille et leur situation géographique.

Toujours très impactés par un contexte sanitaire et économique toujours dégradé, les acteurs touristiques étaient en attente d'un nouveau soutien du Département en 2021.

C'est pourquoi un Plan de relance touristique départemental 2021 a été voté afin de poursuivre le soutien à la consommation touristique et la promotion de la destination Vienne pour un montant de 473 500 €.

Ce plan de relance 2021 s'appuyait sur les propositions de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) et du Club des Hébergements de la Vienne. Il prévoyait ainsi la reconduction de 1 000 « chèques Tourisme » de 120 € et la mise en œuvre d'une campagne de communication spécifique au plan de relance touristique.

La mise en œuvre de ce plan de relance a été déléguée à l'ACAP qui en a présenté le bilan suivant :

- « Chèque Tourisme » de 120 € : 755 bénéficiaires ont été remboursés pour un montant de 90 600 € (bilan au 15 novembre 2021).
- Au niveau de la communication spécifique :
 - a. L'ACAP a organisé et tenu un show-room « La Vienne vous invite » entre le 21 juin et le 4 juillet 2021 à Bordeaux. Plusieurs partenaires ont été associés à ce show-room.
 - b. L'ACAP a relancé une campagne de communication « La Vienne vous invite » associée au « chèque Tourisme ».
 - c. L'ACAP a amorcé un début de réflexion sur la refonte du dispositif « ambassadeurs de la Vienne »
- Soutien au développement de filières et accompagnement des acteurs (23 900 €) :

Promotion du dispositif « expérience famille » : bilan présenté par l'ACAP

Présentation du dispositif :

1ère édition en 2021 :

17 expériences famille lauréates

3 coups de cœur du jury :

- Les 6 Veaux d'Or - Musée archéologique de Civaux
- Le mystère du chevalier inconnu – Château de Ternay
- Parcours en forêt – Bain de Forêt

Des retours sur la communication très satisfaisants de la part des Offices de Tourisme et des prestataires - Une première édition réussie

Les objectifs de cette communication :

- faire connaître ce nouveau dispositif auprès des prestataires Expériences Famille ;
- faire connaître les offres expériences auprès d'un public de proximité ;
- faire émerger les offres familles de proximité en parallèle des locomotives du territoire.

Les actions menées auprès des partenaires ont été les suivantes :

- Une newsletter pro pour présenter le dispositif et partager le dossier d'appel à projets en octobre 2020 : 28,30% d'ouverture (237 emails envoyés)
- Création d'une charte logo (logo Expériences Famille et Coup de Cœur) partagée à l'ensemble des partenaires par email et mise à disposition dans l'espace dédié sur le site pro
- Une campagne photos et vidéos Expériences Famille (avec des familles en figurants !) réalisée par l'agence Zébrelle :
- Un reportage photos pour chacune des 17 expériences famille
- Une vidéo pour chacun des 3 coups de cœur
- Stickers Coup de Cœur remis aux 3 Expériences concernés

Les actions à destination du grand public ont été les suivantes :

- Actions Presse
 - Affichage sur le réseau mis à disposition par le Département
 - Publicités Presse (magazine Tendances, le 7 été, ...)
 - Actions digitales
-
- Projet de développement de parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu en ligne : part de subvention demandée au Département : 203 600 €.

Le bilan fourni par l'ACAP est le suivant :

Depuis quelques mois et à la proposition des professionnels du tourisme, l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) étudie les modalités de création d'un jeu vidéo au service de la valorisation des patrimoines de la Vienne.

Alors que le tour de table des financeurs est maintenant très avancé, le lancement opérationnel du projet se dessine.

L'origine du projet

L'idée de créer des parcours ludiques immersifs pour valoriser les patrimoines de la Vienne a été lancée en décembre 2020 à l'occasion d'une rencontre associant une délégation de l'UMIH de la Vienne (Union des Métiers de l'Industrie de l'Hôtellerie) et les représentants élus du Département de la Vienne, de Grand Poitiers, de la Région Nouvelle Aquitaine, ainsi que les représentants de l'Etat.

L'UMIH a proposé de développer un jeu vidéo sur smartphone qui invite à l'itinérance et la redécouverte ludique du patrimoine. L'ensemble des partenaires présents ont décidé d'initier ce projet et ont désigné un porteur technique du projet : l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou.

Le projet

Le cœur du projet : développer dans une application mobile des parcours composés de jeux de pistes utilisant la technologie de la réalité augmentée.

L'application sera disponible sur les environnements Android et Apple, et disponible en trois langues (français, anglais, espagnol).

Les parcours seront payants (le prix n'est aujourd'hui pas arrêté).

L'idée première est de favoriser la circulation des flux de visiteurs sur le département en proposant des circuits qui offrent une médiation du patrimoine innovante. L'ambition est aussi, en complément, de stimuler la fréquentation dans les cœurs de ville via des interactions ludiques entre joueurs et commerces.

Ce projet s'inscrit aussi dans une logique de diversification des expériences touristiques, en s'ouvrant à des clientèles spécifiques pour lesquelles les offres adaptées étaient finalement peu nombreuses : adolescents et jeunes adultes, mais aussi les gamers, dont les passages annuels à Poitiers pour la "Gamers Assembly", événement majeur du e-sport français, trouveront un prolongement naturel sur les territoires. C'est aussi un moyen pour les locaux de se prêter à une relecture active et ludique de leur environnement quotidien.

L'ambition du projet

Ce projet est né de l'ambition partagée par les professionnels du tourisme, le Département de la Vienne, Grand Poitiers, la Région et l'Etat d'engager un projet résolument ambitieux et innovant pour appuyer la reprise économique du tourisme.

Le projet est au croisement de plusieurs enjeux :

- Renforcer la connexion entre le Futuroscope et le tissu culturel et touristique du territoire, et plus généralement faciliter la circulation des flux sur le territoire départemental ;
- Connecter des sites patrimoniaux hérités de différentes époques via un jeu dont le concept repose sur l'exploration de l'Histoire ;
- Adosser la médiation patrimoniale, via la gamification, à une marque mondiale du jeu vidéo. Il est en effet attendu de cette association que la puissance de la marque constitue à la fois un atout de promotion majeur et un gage de qualité de l'expérience ludique, qui facilitera l'acte d'achat des parcours ;
- Proposer une expérience ludique qui repose, sur un modèle freemium, sur des parcours payants de type "escape game de plein air en réalité augmentée", et des fonctionnalités gratuites, permettant d'aller à la rencontre des sites vernaculaires et des commerces ;
- Capitaliser sur le 2e événement e-sport de France, la Gamers Assembly, en connectant le monde du jeu, et ceux de l'héritage culturel et de la valorisation touristique.

Les partenaires financeurs et techniques du projet

Le Département de la Vienne est le premier financeur de l'opération.

La Communauté Urbaine de Grand Poitiers s'est inscrite dès le début des réflexions dans ce projet et devrait se positionner comme un des cofinanceurs majeurs.

Le Conseil Régional de Nouvelle Aquitaine a d'ores et déjà attribué une subvention à hauteur de 90.000€, le projet comptant parmi les lauréats de l'appel à projet "Tourisme, Culture et Numérique" lancé au printemps 2021.

L'Etat, au titre du FNADT (Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire) a également notifié son souhait de contribuer financièrement au projet, dans sa programmation de crédits 2021.

Par ailleurs, des recettes commerciales issues de la vente des différents parcours viendront, au fur et à mesure de leurs lancements, consolider la capacité financière à développer de nouveaux parcours.

Côté "partenaires techniques", on citera en premier lieu l'UMIH86, qui est l'instigatrice du projet. Le Futuroscope a également souligné le caractère particulièrement novateur de ce projet et envisage une contribution très opérationnelle (dont le périmètre n'est à ce jour pas encore défini). Enfin la Gamers Assembly s'est également positionnée comme un soutien affirmé du projet.

Fiche Action n°8 : Poursuivre l'investissement départemental de créations d'équipements structurants

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

Contribuer au développement de l'offre touristique par l'investissement direct du Département
Proposer et créer de nouvelles offres : Historial du Poitou, Arena-Futuroscope, ...

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible :

- Château de Monts-sur-Guesnes : public familial (SEML Patrimoniale)
- Arena-Futuroscope : spectateurs passionnés de sport, culture dans un rayon de 150 à 200 km autour du Futuroscope, visiteurs du parc du Futuroscope, professionnels dans le cadre de salons et expositions techniques. (Grands Projets)

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Château de Monts-sur-Guesnes (dénommé précédemment Historial du Poitou) : Création d'une structure de financement pour la réalisation du Château de Monts-sur-Guesnes et travaux de restauration des anciennes écuries.
- Arena-Futuroscope : équipements d'une capacité maximale de 5200 places en configuration sport et 6000 places en configuration spectacle, avril 2020 début de la pose de la couverture et du second œuvre, fin du gros œuvre en mars 2021.

Résultats de l'action :

- Château de Monts-sur-Guesnes : le Château sera le 6e Historial en France, offrant ainsi à la Vienne un nouveau site touristique majeur à vocation pédagogique et ludique avec, pour objectif, d'accueillir 40 000 visiteurs par an.
- Arena-Futuroscope : équipement pouvant accueillir des événements sportif, culturel ainsi que des salons professionnels, accueil d'un spectacle du parc du Futuroscope sur la période estivale.

Reste à mener :

- Château de Monts-sur-Guesnes : ouverture au public le 26 mai 2022
- Arena-Futuroscope : ouverture au public le 9 mai 2022

Fiche Action n°9 : Accompagner les porteurs de projet privés et publics dans le développement de leurs activités pour tenir les promesses de la destination.

Liée à la :

Fiche Action n°14 : Inciter les prestataires au développement de projets numériques innovants.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Favoriser et faciliter les investissements des porteurs de projets en offrant un accompagnement structuré et efficace
- Enrichir et renouveler l'offre touristique départementale
- Ancrer le département de la Vienne dans le numérique et ses technologies innovantes afin d'offrir aux touristes de nouvelles expériences de visites et de permettre aux prestataires d'enrichir leurs offres

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne
DCT

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les porteurs de projets publics ou privés

Durée de l'action : 2018-2021

Réalisations :

- Participation au financement du compagnon de visite numérique mis en place par l'Abbaye de Saint-Savin-sur-Gartempe en 2019 à hauteur de 100 000 €.
- Participation au financement de la réhabilitation du logis abbatial de Saint-Savin-sur-Gartempe à hauteur de 200 000 €.
- Suivi du projet d'aménagement du quartier du Palais à Poitiers.
- Etude par l'ACAP des modalités de création d'un jeu vidéo sous forme de parcours ludiques immersifs pour valoriser les patrimoines de la Vienne.

Résultats de l'action :

- Le compagnon de visite numérique mis en place à l'Abbaye de Saint-Savin a été très apprécié par les visiteurs dès son lancement en juillet 2019.

Reste à mener :

- Accompagnement d'autres acteurs dans le développement de leur offre.
- Finalisation par l'ACAP de la mise en place du jeu vidéo immersif (financement de la création du jeu à hauteur de 203 000 € dans le cadre du plan de relance touristique départemental 2021).

Fiche Action n°10 : Accompagner les sites touristiques du département dans le développement de leur approche de sécurité et du label « Sécuri-Site ».

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Garantir la sécurité des publics
- Véhiculer une image sécuritaire grâce au logo national « Sécuri-Site »

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les sites touristiques

Durée de l'action : 2018-2021

Réalisations :

- Action non menée
- Label géré par la Préfecture de la Vienne

Fiche Action n°11 : Offrir des hébergements de qualité autour du Futuroscope et de Poitiers.

Liée aux :

Fiche Action n°25 : Veiller à la montée en gamme de tous types d'hébergements touristiques en milieu rural.

Fiche Action n°26 : Améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire monter en gamme le parc d'hébergements autour du Futuroscope
- Garantir aux clientèles des prestations de qualité quel que soit le type d'hébergement choisi
- Accentuer la mise en avant de l'offre touristique accessible aux personnes en situation de handicap dans la Vienne et monter ainsi l'implication réelle du département dans l'accueil de ces publics à besoins spécifiques.

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes 25.1 et n°26.0 non fournies)

Dernière réunion interne : 03/05/2019

Réalisations/outils :

1. Attention pour la fiche n°11 l'ACAP n'a pas la compétence pour le classement des hôtels et hébergements de plein air
2. Suivi de la montée en gamme des hébergements sur 2018/2019/2020 – Annexe n°25.1

Etat/Statut : 'suivi'

Compte-tenu d'un arrêt maladie prolongé d'une des collaboratrices de l'ACAP, le service administratif a été réduit au minimum pendant cette période (mais l'animation et la labellisation ont été poursuivis - cf. Annexe n° 26.0 'contrat de prestation de service' Rachel Rivault) puis reprise du service qualité & filière par la nouvelle responsable recrutée en août 2020

Fiche Action n°12 : Développer le maillage du territoire en proposant des séjours clé en main thématiques ou pluriactivités.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Mettre en avant la densité de l'offre touristique départementale, via la mise en place de séjours clé en main représentatifs de la richesse de cette offre
- Fidéliser les clientèles

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Projection préalable (2019) : position d'accompagnement / conseil avec les EPCI qui auront des packages à commercialiser – en attente de la place de marché

Etat/Statut : 'non réalisé' – le Cabinet Transverse préconise l'arrêt des réservations hébergements 2020 pour la clientèle individuelle donc l'ACAP n'a plus la possibilité de proposer des packages depuis le 1^{er} janvier 2020 (NB : le package n'est pas dans la tendance du marché). De plus, le compte-rendu de l'étude du cabinet UNIGO met en stand-by la place de marché qui n'apparaît pas comme une priorité, aussi, le Conseil Départemental a statué sur le fait de ne pas financer et donc de ne pas aboutir à la réalisation de la place de marché.

Fiche Action n°13 : Sensibiliser les acteurs à la digitalisation.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire prendre conscience aux prestataires de l'importance du numérique et de sa bonne utilisation pour impacter positivement leurs activités et augmenter, d'une façon globale, la notoriété de notre destination

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes de 13.5 à 13.8 non fournies)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Tableau de suivi des prestataires signataires de la convention pour les bornes Wifi – *Annexe n°13.0*
2. Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de connexions par prestataires, par mois, durées de connexions, nationalités des visiteurs, etc.) – *Annexes n°13.1, 13.2A, 13.2B et 13.3*
3. Listing des formations numériques dispensées par la MONA (à destination des OT et de l'ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants, etc.), chambres des métiers (artisans) – *Annexe n°13.4*
4. Rôle de sensibilisation avec le futur service de mise en marché (formation à enclencher pour le personnel) + réflexion sur tableau de bord de suivi des prestataires sensibilisés (type planning, réflexion à engager lors de la mise en place) – *Annexes n°13.5 à 13.8 ► Synthèses d'une méthodologie appliquée pour 'accompagnement mise en marché' auprès de 4 prestataires (avec sensibilisation à ladigitalisation / préconisations).*
5. Le plan de formation pour le service de mise en marché a été enclenché au deuxième semestre 2020

Etat/Statut : 'bloqué' – en attente des conventions de Grand Poitiers et du pays Loudunais

Fiche Action n°15 : Soutenir le développement de l'activité touristique de la destination Pays du Futuroscope en hors saison.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer une offre accessible toute l'année pour augmenter la fréquentation touristique de notre destination et les retombées économiques

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : semaine du 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Définition de la période hors saison ► période comprise entre novembre (fin de la période des vacances de la Toussaint) et mars(juste avant les vacances de printemps).
2. Recensement 'état des lieux' des sites ouverts en hors saison, en cours – *Annexe n°15.0*
3. Tableau comparatif des packages vendus en 2019 par rapport à 2018 – *Annexes n°15.1, 15.2 et 15.3*

Etat/Statut : 'arrêt' - pas de ressources humaines dédiées

Fiche Action n°16 : Développer le Tourisme d’Affaires

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer et structurer l’offre « Affaires » dans la Vienne afin d’accroître le Tourisme d’Affaires et, de façon induite, la fréquentation touristique notamment en hors-saison

Porteur de l’action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L’ACTION FOURNI PAR L’ACAP :

(NB : Annexes 16.5A, 16.5B, 16.15, 16.19 non fournies)

Dernière réunion interne : 16/11/2020

Réalisations/outils :

1. Animation du Club Tourisme d’Affaires, mise en place d’actions dédiées (mise à jour et édition de la brochure, promotion, workshop, participation salon SO Evénements à Bordeaux, organisation eductours, partenariat Crédit Agricole Touraine Poitou en cours, etc) – Annexes n°16.0, 16.1, 16.2 et 16.3
2. Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d’Affaires indiquant le nombre de participants – Annexes 16.4, 16.5A et 16.5B
3. Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, top 5 des pages les plus vues, etc sur le site internet du Tourisme d’Affaires ‘seminaires-poitiers-futuroscope’ et nombre de publications, personnes touchées, etc sur la page Facebook du Club Tourisme d’Affaires) – Annexes n°16.6 à 16.15
4. Mise en place d’une enquête réalisée dans le but de produire un audit de la filière Tourisme d’affaires pour le département et réalisation de l’audit – Annexe n°16.16A et 16.16B ‘extrait’ (les résultats complets de l’audit sont disponibles sur simple demande / document de 85 pages)
5. Réalisation et envoi d’un questionnaire pour la proposition d’eductours sur le Tourisme d’Affaires – Annexe n°16.17
Suite à cela, 3 eductours ont eu lieu en fin d’année 2019 : SAFT - 1 novembre 2019 – 2 personnes, SPIE - 14 novembre 2019 – 2 personnes, SKIPPAGE – 13 janvier 2020 – 1 personne. A savoir, 4 eductours ont dû être reportés puis annulés en raison du 1^{er} confinement.
6. Comme pour 2019, participation au salon So Evènements à Bordeaux les 8 et 9 septembre 2020 – Annexe n°16.19
De ce salon a découlé un eductour Charente/Vienne (4 participants)

Etat/Statut : ‘suivi’

Suite à la démission de la personne en charge de la filière Tourisme d’affaires en début d’année 2019, la reprise et le suivi ont été attribuées au directeur adjoint, cependant, les missions qui lui incombent déjà ne lui permettent pas d’y consacrer un temps équivalent – Annexe n° 16.18

Fin août 2020 : recrutement d’une nouvelle responsable au service qualité & filière qui reprend l’animation du tourisme d’affaires

Fiche Action n°17 : Promouvoir, de façon partenariale si besoin, les manifestations, notamment celles en lien avec la culture et le patrimoine.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Afficher clairement l'ambition de la Vienne d'être une terre de manifestations et de festivals reconnue, notamment au niveau de la culture et du patrimoine, autant par les habitants que par les touristes

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

Réalisations :

- Des mesures Flux Vision, réalisées lors du festival Les Heures Vagabondes 2018, ont montré que 30% des spectateurs du festival provenaient d'autres départements que la Vienne. Cependant, il y a un manque de diagnostic sur le sujet.

Fiche Action n°18 : Développer et promouvoir l'itinérance douce.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire de la Vienne une destination connue et reconnue pour son offre randonnée de qualité et répondre ainsi à une demande touristique en développement
- La demande touristique en matière de randonnée augmente de façon importante et l'enjeu économique qui en découle est considérable.
- Afin de répondre à l'évolution des nouvelles pratiques des touristes, il est essentiel de développer l'offre en matière de randonnées, notamment en créant de nouveaux itinéraires de qualité qui feront de la Vienne une destination reconnue dans ce domaine.
- Le Tourisme Vert, ou Tourisme de nature, apporte une forte valeur ajoutée à l'image d'un territoire tel que celui de la Vienne qui dispose d'atouts non négligeables par son offre d'une grande diversité en espaces et en sites, mais également en activités dites de nature.
- Face aux nouvelles attentes et exigences des clientèles et plus particulièrement avec la crise sanitaire traversée actuellement, la spécificité « nature et environnement préservé » devient un atout incontestable pour les destinations touristiques.

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

DAEE – DCT - Direction de la Communication

1-Descriptif de l'action : Développer l'itinérance douce

Public cible : Les randonneurs pédestres, cyclo, équestres, et fluviaux.

Durée de l'action : à moyen terme

Réalisations :

- Création de l'Eurovéloroute n°3 ou Scandibérique,
- Création du Chemin de Ligugé,
- Etat des lieux – diagnostic des anciennes voies ferrées propriétés du Département et définition d'une stratégie pour chaque ligne
- Elaboration et mise en œuvre de la feuille de route pour la randonnée en Vienne 2018-2020
- Élaboration du Schéma la Vienne à vélo et rando, schéma départemental de la randonnée et des mobilités douces 2020-2025,
- Mise en tourisme de la randonnée (recensement des acteurs touristiques le long des tracés : sites, restaurateurs, hébergements, services...)
- Réponse à l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau » lancé par l'Assemblée des Départements de France (ADF).

Résultats de l'action :

- Communication sur les sites du Département et de l'ACAP des prestataires ;
- Édition d'un topoguide/beau livre sur le Chemin de Ligugé ;
- Travail partenarial avec les prestataires pour envisager une évolution de l'offre adaptée aux besoins des randonneurs,
- Développement du Label Accueil vélo auprès des prestataires de l'EV3.
- Le Département a été lauréat de l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau ». Six parcours, de 18 à 61 km, ont ainsi été labellisés et répertoriés dans le guide touristique Petit Futé 2021 « Vélo & Fromages, la France sur un plateau ».

Reste à mener :

- Évaluation du nombre de randonneurs par le biais d'une étude à effectuer auprès des prestataires, notamment des hébergeurs.
- Sensibilisation des acteurs touristiques aux différents labels, références utiles pour les randonneurs.
- Développement des campagnes d'attribution des labels
- Développement des randonnées fluviales et équestres
- Développement de la communication autour de l'itinérance douce en Vienne

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le Département de la Vienne a connu un véritable développement en matière de randonnées, fort de sa volonté politique, désormais structurée via « La Vienne à vélo et rando, schéma départemental de la randonnée et des mobilités douces ».

Ce développement est un enjeu majeur en termes d'attrait touristique, notamment au regard des nouvelles pratiques qui émanent depuis quelques années des touristes avides de plein air et de « tourisme vert », phénomène aujourd'hui accentué par la situation sanitaire.

Il pourrait être intégré dans la construction et le déploiement d'une offre globale de tourisme vert (voir fiche dédiée).

2-Descriptif de l'action : Développer le Tourisme Vert (DAEE, DCT, DJS)

Public cible : tous, du touriste à l'habitant de la Vienne.

Durée de l'action : En cours, à développer

Réalisations :

- Mise en place de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI) fin 2018.
- Plan SEVE (La stratégie et les Engagements de la Vienne pour l'Environnement) dans lequel s'intègrent dorénavant les ENS
- Développement de l'ouverture au public des Espaces Naturels Sensibles (ENS) :
 - o Aménagement sur 4 ENS de sentiers accessibles aux personnes en situation de handicap équipés en supports pédagogiques de sensibilisation au patrimoine naturel présent
 - o Organisation de sorties nature gratuites pour le grand public sur les 5 ENS
- Actions pour la randonnées (voir fiche dédiée)

Résultats de l'action :

- Recensement des sites d'activités de pleine nature via la CDESI
- Labélisation de 14 sites activité de nature
- Ouverture de nouveaux sites Espaces Naturels Sensibles : 4 ENS équipés en sentiers nature, XXX(à compléter) visiteurs lors des sorties grand public sur les ENS

Reste à mener :

- Nouvelle signalisation de l'ensemble des Espaces Naturels Sensibles
- Finalisation des aménagements en cours d'ENS
- Développer les sorties nature pour le grand public dans les ENS en renforçant largement l'information du grand public, des centres aérés, et des écoles primaires sur ces sorties, créant une offre destinée à un public à dimension sociale, et en particulier aux personnes en situation de handicap

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le développement du tourisme vert pourrait être un axe important du prochain plan tourisme, grâce aux actions thématiques menées durant la durée du présent plan et aux réflexions, projets et motivations exprimées par les acteurs du territoire.

Le tourisme vert en Vienne pourrait reposer sur le concept d'un **patrimoine de la Vienne**, regroupant ses **composantes naturelles, historiques et culturelles**, et notamment :

- Les **paysages** de la Vienne qui contribuent à l'attractivité notamment touristique du territoire, ainsi qu'à son identité. Il est souligné l'élaboration en cours de l'atlas des paysages de la Vienne par le Département avec une animation de ce projet par le CAUE86 et un appui technique du Conservatoire d'Espaces Naturels. Des actions pour l'amélioration de la qualité des paysages sont en cours, par exemple le Plan Arbres du Département pour la plantation de haies vergers et autres éléments arborés, et d'autres actions sont en phase d'émergence. L'inscription ou le classement de certains paysages remarquables, notamment les vallées, peut être éventuellement un outil pour contribuer à la mise en tourisme (labellisation, démarches qualité, signalétique, ...)
- Les **sites naturels remarquables** pouvant constituer des sites « phares » à l'échelle locale (ENS dont le nombre est en augmentation, Réserve naturelle nationale du Pinail, forêts domaniales, sites des collectivités locales, du Conservatoire d'Espaces Naturels, lac et Réserve ornithologique de Saint Cyr, lac de Châtellerault, val de Gartempe...). Ils se complètent de sites naturels davantage ordinaires, qui contribuent également à la qualité du cadre de vie lors d'un séjour touristique.
- Les activités d'**agri-tourisme** valorisant le patrimoine culinaire et bâti agricole, les productions agricoles locales et les savoir-faire des producteurs locaux de la Vienne en y associant les activités artisanales des métiers de bouche et acteurs de la restauration.
- Les **activités et services de tourisme vert**, publiques (ENS, sentiers de randonnées, sites de sports de pleine nature, ...) et privés (hébergements éco-responsables, activités en lien avec la nature et l'environnement, ...). Une réflexion pourrait également être menée sur le développement du tourisme aquatique, en lien avec le rétablissement des continuités écologiques et ainsi que prévu dans le plan SEVE et en cohérence avec le Schéma Départemental de l'Eau.

Le développement du tourisme vert pourrait reposer sur les étapes suivantes :

- **Recensement** des composantes du patrimoine, sites, services, actions et programmes en cours, et intégration dans le **SIT** (Système d'information touristique)
- Création et animation d'un **réseau des acteurs locaux** du tourisme vert, qui actuellement se connaissent peu ou pas, et n'ont pas l'occasion d'échanger collectivement sur la question du tourisme vert
- Définition d'une **stratégie qualitative** de développement, à partir notamment de la **Marque Poitou** et du concept de **Slow Tourisme**, en concertation avec les acteurs locaux
- **Mise en tourisme** intégrant valorisation des sites et services de tourisme vert (signalétique, applications numériques, sites internet, ...), développement des sites et services, structuration d'offres de séjours, et promotion
- **Suivi et évaluation** (nombre de visiteurs, retombées économiques, ...)

Fiche Action n°19 : Privilégier les circuits-courts

Liée à la :

Fiche Action n°20 : Sensibiliser les artisans et producteurs de notre département à l'importance de la mise en tourisme de leurs activités.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser les produits locaux et faire découvrir aux touristes la richesse de la gastronomie de la Vienne
- Développer une offre de visite structurée et variée afin de doter la Vienne d'une image Terroir

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DAEE, Direction de la Communication, DCT

Descriptif de l'action :

Public cible : Tous les publics sont concernés, du touriste à l'habitant de la Vienne

Durée de l'action : sur le long terme, considérant qu'il faut toujours développer l'offre.

Réalisations :

- Recensement des restaurateurs répondant à la charte d'engagement créée par la commission Hébergements de l'ACAP.
- Conception de paniers terroir gourmand commercialisés par l'Acap auprès des hébergeurs pour leur clientèle ou en boutique....
- Réponse à l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau » lancé par l'Assemblée des Départements de France (ADF) afin de pouvoir valoriser les productions laitières et fromagères de la Vienne.

Résultats de l'action :

- Mise en valeur des restaurateurs sur les supports de communication
- Le Département a été lauréat de l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau ». Six parcours ont ainsi été labellisés et répertoriés dans le guide touristique Petit Futé 2021 « Vélo & Fromages, la France sur un plateau ». Ces six parcours proposent 24 haltes fromagères et gourmandes.

Reste à mener :

- Intégrer un volet agritourisme au SIT avec recensement de l'offre (producteurs locaux et services proposés)
- Travailler sur des offres attractives le long des itinéraires de randonnées (Scandibérique et Chemin de Ligugé notamment) sur des thématiques circuits courts et alimentation locale qui sont recherchées aujourd'hui par les randonneurs.

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Il serait opportun d'intégrer le patrimoine culinaire, les produits agricoles locaux, l'artisanat agricole des terroirs et l'agri-tourisme dans le développement global d'offres de tourisme vert.

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 03/12/2020

Réalisations/outils :

1. Mise en place d'un process interne avec réalisation d'un tableau de bord pour le suivi du nombre de paniers vendus en commandes groupées et individuelles – Annexes n°19.0 à 19.3
2. Tableaux de bord 'suivi des statistiques du site internet boutique terroir' avec indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, etc.) – Annexes n°19.4 à 19.7
3. Mise en place d'actions de dynamisation des ventes auprès des collectivités et des entreprises pour les commandes groupées (plaquette dédiée aux commandes groupées + participation aux BNI + relationnel de la responsable boutiques pour développer les commandes groupées) – Annexe n°19.8
4. Recensement des producteurs déjà ouverts au public + recensement des différentes formes d'ouverture (questionnaire + état des lieux) – Annexes n°19.9 et 19.10
5. Etude et travail sur la charte élaborée par la commission Hébergements et terroir qui existait auparavant – Annexe n°19.11
6. Benchmark sur les chartes comparables déployées sur d'autres territoires – Annexe n°19.12
7. Etude / projet aménagement des deux boutiques – Annexe n°19.13 et 19.14
8. Création du logo 'Le Comptoir du Poitou' – Annexe n°19.15
9. Nouvelle plaquette 2020 dédiée aux commandes groupées pour les fêtes de fin d'année – Annexe n°19.16

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°21 : Développer l'intermodalité

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Offrir un meilleur service aux touristes arrivant dans la Vienne, par avion ou en train, et leur permettre de se déplacer aisément dans le département durant leurs séjours

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'en stand by'

- changement de direction chez Renault et pas d'approche non plus d'engagée par rapport aux VAE (pas de réflexion infra)
- pas de ressources humaines dédiées

Fiche Action n°22 : Développer un réseau départemental de greeters « ambassadeurs bénévoles du territoire »

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Structurer et développer l'offre de « greeters » afin d'en optimiser la visibilité et de répondre à une demande touristique forte

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'bloqué'

- décision prise par le bureau suite à l'avis du Club Pro Tourisme (action non prioritaire pour les OT
- concurrence avec les guides conférenciers, visites proposées par les OT, ..., réflexion à engager)

Fiche Action n°23 : Mettre en place un pass touristique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser l'offre touristique du département
- Faciliter, pour les clientèles, l'accès aux sites de visites de la Vienne et leur donner envie de découvrir plusieurs sites.

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☒ ACAP

☒ EPCI

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- Action non menée

Fiche Action n°24 : Développer la formation des acteurs touristiques.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer une offre toujours plus qualitative et en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexe 24.0 non fournie)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Formation Tourisme & handicap pour les OT et l'ACAP (financement UDOTSI) 28-29-30/10/2019 – *Annexe 24.0*
2. Formation SADI pour les OT et ACAP organisée par la MONA (mise en place SADI à l'échelle du département de la Vienne) 25 et 26/11/2019 – *Annexe n°24.1*
3. Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS) – *Annexen°24.2 – pour plus de précisions Cf FA n°36. Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de commercialisation*
4. En lien avec la fiche action n°13 point 3.listing des formations numériques dispensées par la MONA (OT, ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants,...), Chambres des métiers (artisans) – *Cf. FA n°13. Sensibiliser les acteurs à la digitalisation - Annexe n°13.4*
5. Formation 'porteurs de projets' animées par les Gîtes de France – *Annexe n°25.0 Guide porteur de projet GDF*
6. Deuxième session de formation SADI organisée par la MONA les 19 et 20/03/2020 – *Annexe 24.3 – pour plus de précisions Cf FA n°5.Actions de promotion et de communication avec les EPCI*

Etat/Statut : 'suivi', précision l'ACAP n'est plus organisme de formation

Fiche Action n°27 : Poursuivre les actions de valorisation du territoire départemental.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Renforcer la visibilité de la qualité des prestations touristiques proposées dans la Vienne afin d'accroître la notoriété de la destination
- Répondre aux attentes des clientèles de plus en plus exigeantes et les fidéliser

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les visiteurs de la Vienne

Durée de l'action : durée du Plan 2018-2021

Réalisations :

- Evaluation de la pertinence des labels départementaux et notamment du label Qualité Vienne

Résultats de l'action :

- Abandon progressif des labels départementaux
- Petites Cités de Caractère® et Villes et Villages Fleuris : délégation de l'action à l'ACAP dans le cadre de sa convention d'objectifs et de moyens et au CAUE pour le label Villes et Villages Fleuris à partir de 2022

Fiche Action n°28 : Mettre en avant le bien-être, filière touristique porteuse

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser la Vienne comme destination de bien-être

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Une rubrique dédiée au bien-être sur le site Web de l'ACAP – *Annexe n°28.0*

Etat/Statut : 'suivi'

Axe 3 : Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité

Fiche Action n°29 : Offrir une expérience touristique personnalisée via internet (créer une place de marché).

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Renforcer l'accès à l'offre touristique départementale en la rendant plus visible et en augmenter ainsi la commercialisation
- Développer une place de marché départementale en lien avec les places de marché déjà créées en Offices de Tourisme

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- Un benchmarking a été réalisé dans le cadre des réunions de réseau de la Région Nouvelle-Aquitaine. Suite aux premiers constats faits par les départements voisins, la question de l'efficacité de ce type d'outil reste entière.
- L'étude menée par le Cabinet UNIGO pour accompagner le Département de la Vienne dans la définition de sa stratégie numérique conseillait de ne pas investir dans ce type d'outil départemental sans étude préalable vis-à-vis d'autres solutions comme, par exemple, un partenariat avec le Futuroscope et d'autres grands sites. Cette étude mettait également en avant que les outils de l'ACAP et des partenaires n'étaient pas au niveau pour permettre un parcours client digitalisé optimal.

Résultats de l'action :

- La création d'une place de marché n'a pas été réalisée

Fiche Action n°30 : Développer les échanges entre les canaux numériques d'information et de commercialisation

Liée à la :

Fiche Action n°31 : Privilégier les campagnes d'affichage ciblées en y associant des outils de mesure de résultats

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Etre en adéquation avec l'évolution des modes de consommation touristique : adapter les canaux de consultation à l'utilisation du smartphone
- Poursuivre et étendre les campagnes d'affichage en les ciblant et en les thématissant afin de renforcer leur impact et élargir les bassins de clientèles.

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

Direction de la Communication

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- 2018 :
 - Mars : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon de l'Agriculture & Proxi'Loisirs
 - De septembre 2017 à juin 2018 : organisation d'un concours photos sur les paysages en pays loudunais en partenariat avec la Province de Jujuy
 - Juin : Inauguration du chemin de Ligugé avec le Raid Saint Martin, couverture de l'événement et mise en avant de l'itinéraire sur les réseaux sociaux
 - Juillet/août : Les Heures Vagabondes
 - Septembre : Instameet avec la communauté Igers Poitiers à l'Hôtel du Département et la Préfecture
- 2019 :
 - Janvier et février : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon des Voyages & Salon de l'Agriculture
 - De janvier à juin : promotion du chemin de Ligugé par le biais du Raid Saint Martin
 - Juin : inauguration de la Scandibérique avec l'organisation d'un instameet avec la présence de plusieurs instagrameurs locaux
 - Juillet/août : Les Heures Vagabondes
- 2020 :
 - Janvier à mars : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon des Voyages, Salon de l'Agriculture et Proxi'Loisirs
 - Mai/juin 2020 : promotion de plusieurs touristiques du département après le déconfinement (Futuroscope, Vallée des Singes, Sanxay, Charroux, etc.)
 - Juillet à octobre : relais de la campagne la Vienne vous invite sur Facebook, Twitter, Instagram et le site internet du Département
 - Juillet à septembre : concours photos organisé dans le cadre de l'opération "la Vienne vous invite", mise en avant des photos sur les réseaux sociaux du Département en septembre 2020
 - Août : chroniques randonnées et musées de la Vienne diffusées chaque semaine sur la page Facebook du Département

- Couverture de la pose de la 1ère pierre de l’Arena Futuroscope avec la présence de Franky Zapata, relais de l’événement sur les réseaux sociaux par plusieurs instagrameurs locaux et l’invité Brico, basketteur freestyle + passage à ZeroGravity
- Couverture du passage du Tour de France dans la Vienne avec des focus sur Boivre-la-Vallée, Chauvigny, Montmorillon et Lathus-Saint-Rémy
- Novembre-décembre : concours “les Saveurs du Poitou en fête” sur la page du Département avec relais sur le Facebook de la marque Poitou
- 2021 :
 - Promotion de plusieurs sites ou adhérents Poitou de la Vienne à l’occasion de journées internationales/mondiales (journée du fromage, du livre, etc.)
 - De janvier à juin : promotion du chemin de Ligugé par le biais du Raid Saint Martin
 - Depuis février : promotion des Espaces Naturels Sensibles du département
 - Depuis mars : promotion des itinéraires de randonnées/vélo (chemin de Ligugé/Scandibérique) et du site randonnees-vienne.com
 - Avril : concours “Le Poitou fleure bon l’artisanat” sur la page Facebook Poitou avec relais sur les canaux de la marque et du Département

Résultats de l’action :

- Département
 - Stats différents réseaux sociaux D86 (au 21/04/21)
 - Facebook : 22 428 abonnés
 - Instagram : 4 500 abonnés
 - Twitter : 9 300 abonnés
 - Chiffres des événements touristiques en 2020
 - Salon des Voyages : 41 publications (dont 14 concours/tirages au sort en amont de l’événement), + de 280 000 personnes touchées
 - Proxi’Loisirs : 57 publications (dont 8 concours/tirages au sort en amont de l’événement), + de 160 000 personnes touchées
 - La Vienne vous invite : 78 publications (dont un concours photos), + de 400 000 personnes touchées

Reste à mener :

- Réseaux sociaux
 - Crossposter les communications sur certaines thématiques (Raid Saint Martin/Chemin de Ligugé, Scandibérique, Sports Nature, ENS, etc.)
 - Mettre plus en avant influenceurs sur réseaux D86 + ACAP (partage stories, posts, etc.)

Fiche Action n°32 : Faire des habitants de la Vienne les premiers ambassadeurs de notre destination

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer le sentiment d'appartenance des habitants de la Vienne à leur département afin qu'ils en soient les premiers ambassadeurs et qu'ils participent à l'accroissement de sa notoriété
- Accroître la visibilité de notre destination grâce à l'accueil d'influenceurs

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

1-Descriptif de l'action : Actions à destination des habitants de la Vienne (Direction de la Communication, DCT)

Public cible : les habitants de la Vienne

Réalisations :

- Organisation du salon Proxi'Loisirs en mars 2018 et mars 2020 afin de développer la connaissance de l'offre touristique départementale par les habitants de la Vienne
- Mise en place, dans le cadre du Volet Tourisme du Plan de relance départemental lié à la crise sanitaire de la COVID-19, de conditions tarifaires intéressantes à destination des habitants de la Vienne afin de les encourager à (re)découvrir leur département durant la saison estivale et jusqu'à la fin des vacances de la Toussaint. Cette action a été nommée "La Vienne vous invite" avec une communication dédiée:
 - Affichage
 - Flyers
 - Dérouleurs
 - Goodies (pin's)
 - Cartes postales
 - Communication sur événements 2020 : Tour de France, Tour Poitou-Charentes, Sport et Collection
 - Publications sur les réseaux sociaux (relais affichage, vidéos, concours...)
- Réseaux sociaux @departement86
 - Mise en place de concours photos sur Facebook et/ou Instagram par le Département (Proxi Loisirs en 2018, Salon des Voyages en 2019, la Vienne vous Invite en 2020...)
 - Mise en avant de photos Instagram via le hashtag #departement86 dans le magazine de la Vienne

■ Opération Futuroscope spécial Vienne (offre réservée aux habitants de la Vienne) sur la période de février à avril

Résultats de l'action :

- Réseaux sociaux @departement86
 - Participations aux concours photos : 90 participants pour #lePoitouvudenhaut (Instagram), environ 30 pour le Salon des Voyages (2019, Facebook), + de 1000 pour la Vienne vous invite (Instagram + Facebook)
 - 14 photos Instagram #departement86 mises en avant dans le magazine de la Vienne depuis septembre 2019

- Bilan des bénéficiaires du Volet Tourisme du Plan de relance départemental :
 - Chèques tourisme (chiffres fin août 2020) :
 - Offre 120 € : 3 000 inscrits (100%)
 - Offre 60 € : 165 inscrits (100%)
 - Offre 50 € : 1 852 inscrits sur un potentiel de 2000
 - Billetterie offre "La Vienne invite les enfants" (inscrits: 2793) :
 - Billets Défi Planet : 1 350 (100%)
 - Billets Vallée des singes : 2 284 (100%)
 - Billets Futuroscope: 1 839 sur 2300 (80%)
 - Billets Cormenier : 450 (100%)
 - Billets Planète des crocodiles : 1 093 sur 1 600 (68%)
 - Billets Géants du ciel : 908 (100%)
 - Billets Tours Forteresse Monthoiron : 1 349 (100%)
 - Billets Center Parcs : 400 (100%)
 - Billets Abbaye de St-Savin : 80 (100%)
 - Billets Forteresse d'Angles : 186 (100%)
 - Tourisme solidaire (Futuroscope) : 3 000 places distribuées mi-août 2020 (100%)

Reste à mener :

- Réseaux sociaux @departement86 : poursuivre la valorisation des photos publiées sur le hashtag #departement86 mais aussi #poitou avec des publications à la une sur Facebook

2-Descriptif de l'action : Développer la notoriété de la destination auprès des influenceurs

Réalisations :

- Instameets :
 - #Instalep86 organisé avec la communauté Igers Poitiers en septembre 2018 à la Préfecture/Hôtel du Département pour les journées du patrimoine (176 publications sur Instagram)
 - Inauguration de la Scandibérique en juin 2019 à Bonnes/Valdivienne, événement photo organisé par le Département et l'ACAP avec la participation d'une quinzaine d'instagrammeurs (pas de retombées chiffrables)
- Invitation d'un instagrammeur à Sport & Collection 2019 & 2020 puis relais de ses contenus publiés sur Instagram (photo, stories)
- Invitation de 3 instagrammeurs locaux à la pose de la 1ère pierre de l'Arena Futuroscope en août 2020 et de l'influenceur basket freestyle "Brisco" (133K abonnés sur Instagram)

Fiche Action n°33 : Développer des offres croisées combinant billet d'avion à destination de l'aéroport de Poitiers-Biard ou billet de train à destination de Poitiers et billet de réduction pour les grands sites identitaires de la destination Pays du Futuroscope.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser la Vienne comme destination de bien-être

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'en stand by'

– lié à la place de marché, outils technologiques, pas de visibilité billetterie 2020, incertitude opérateurs aéroport

Fiche Action n°34 : Faire de la marque « Poitou » l'identité territoriale fédératrice des collectivités et de leurs territoires.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Créer une cohésion entre tous les acteurs touristiques
- Attirer de nouvelles clientèles

Porteur de l'action :

- ☒ Département de la Vienne ☐ ACAP ☐ EPCI
DAEE – Direction de la Communication – DCT

Public cible : Habitants et touristes

Durée de l'action : Sur le long terme, toujours en développement

Réalisations :

- Communication lors des manifestations auxquelles participe le Département où sont conviés les artisans producteurs signataires sur la charte à présenter leurs produits : Proxi'Loisirs, Bourse aux échanges...

Visibilité Poitou sur 36 événements en 2018-2019-2020 avec 3 événements phares :

Salon International de l'Agriculture à Paris

2018 :

14 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**.

Du 24 février au 4 mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (1ère édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs adhérents à la marque, à la fédération des boulangers et aux missions tourisme des 2 départements.

2019 :

18 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**.

Du 23 février au 3 mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (2^e édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs et artisans et sites touristiques, adhérents à la marque aux missions tourisme des 2 départements. Boutique du Terroir. Jeu-concours sur les RS.

2020 :

19 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**. Mini-marché de producteurs présents au salon organisé par le CD86.

Du 21 février au 1^{er} mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (3^e édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs et artisans et sites touristiques, adhérents à la marque aux missions tourisme des 2 départements.

Invitations sur RS à venir sur une journée auprès des adhérents Poitou et du grand public.

Organisation de petits-déjeuners chaque jour. Présence de Chefs. Animations Poitou.

Salon Proxi'Loisirs à Poitiers

2018 :

Du 9 au 11 mars : **Salon Proxi'Loisirs à Poitiers** : présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

2020 :

Du 6 au 8 mars : **Salon Proxi'Loisirs à Poitiers** : présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs et artisans 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

La Ferme S'invite à Poitiers

2018 :

Du 21 au 23 septembre : **La Ferme s'invite à Poitiers**. Présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

2019 :

Du 8 au 10 novembre : **La Ferme s'invite à Poitiers**. Présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

Petit-déjeuner Poitou organisé pour les agriculteurs du salon.

Création de stands dédiés à la marque

Création de supports : banderoles, dérouleurs, flags, photobooth...

Réalisation de supports : plaquettes, flyers, cartes postales ...

Réalisation de goodies : tabliers, chèches, gobelets, mugs, parapluies, stylos, crayons de bois, autocollants, ballons, sacoches, t-shirts, sacs ...

Communication dans le magazine de la Vienne en décembre 2018, 2019 et 2020

Communication digitale :

Mise à jour du site web par le CD79

Jeux sur les RS par le CD86 :

- 2018 : Instagram : Concours photos "Le Poitou vu d'en haut"
- 2019 : Facebook : Invitation au SIA par la mobilisation de 2 bus (adhérents + grand public)
- 2020 + 2021 : jeux-concours Facebook "les Saveurs du Poitou en fête" (novembre/décembre 2020), "Le Poitou fleure bon l'artisanat" (avril/mai 2021)

Été 2019 et 2020 : "Vivons Poitou" sur France Bleu Poitou : chroniques mettant en avant les adhérents Poitou

Résultats :

Chiffres réseaux sociaux pour les opérations-événements Poitou-Département en 2020 (Facebook, Twitter & Instagram) :

- Salon des Voyages : 41 publications (dont 14 concours/tirages au sort en amont de l'événement), + de 280 000 personnes touchées
- Salon International de l'Agriculture : 104 publications (comptes D86 + Poitou - dont un concours/tirage au sort en amont de l'événement avec + 30K personnes atteintes et 366 participations), + de 300 000 personnes touchées
- Proxi'Loisirs : 57 publications (dont 8 concours/tirages au sort en amont de l'événement), + de 160 000 personnes touchées
- Un jour, un partenaire (présentation d'adhérents de la marque Poitou pendant le confinement) : 17 publications, + de 18 000 personnes atteintes
- Relais podcasts Vivons Poitou (France Bleu Poitou) : 38 publications, + de 40 000 personnes touchées
- Les saveurs du Poitou en fête (concours/tirages au sort) : 33 publications, + de 120 000 personnes touchées

Nombre d'abonnés réseaux sociaux Poitou (au 21/04/21) :

- Facebook : 2 695
- Instagram : 1 034
- Twitter : 1 207

Budget Poitou :

2018 Impression et objets publicitaires : 8 473,23 €

2019 Impression et objets publicitaires : 6 045,40 €

2020 Impression et objets publicitaires : 7 523,40 €

Résultats de l'action :

- Mise en communication de la marque sur les événements.
- Promotion de la marque à travers ses adhérents
- Visibilité des adhérents et de leurs savoir-faire...

Reste à mener :

- Faire une évaluation de la notoriété de la marque et continuer à la développer.
- Réseaux sociaux : développer les différents canaux avec une animation renforcée en dehors des événements phares type Salon de l'Agriculture

Fiche Action n°35 : Inscrire la clientèle dans un contact régulier avec le territoire et la richesse de son offre touristique notamment grâce aux nouveaux usages du numérique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Conforter le chiffre d'affaires issu de l'économie touristique
- Véhiculer une image positive de la destination grâce aux clients fidèles

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne
DCT

☒ ACAP

☐ EPCI

1-Descriptif de l'action : Déployer un système d'information touristique à l'échelle départementale

Public cible : les Offices de Tourisme, les EPCI, les prestataires touristiques, la clientèle dans le cadre du module Accueil

Durée de l'action : 4 ans (durée du marché)

Réalisations :

- Mise en œuvre d'un marché public pour le choix du prestataire,
- Contrat avec la Société propriétaire du Progiciel qui a été retenue,
- Etablissement de la convention qui cadre le bon fonctionnement du SIT à l'échelle départementale,
- Reprise des données de l'ACAP (dont les données pour le Civraisien en Poitou et les Vallées du Clain), du Pays Loudunais, du Haut-Poitou, du Sud Vienne Poitou,
- Organisation de trois Comités Techniques,
- Organisation de 3 journées de formation à destination des Offices de Tourisme pour qu'ils sachent saisir dans le SIT,
- Définition de trois profils de connexion (Gestionnaires, Utilisateurs, Stagiaires) et attribution aux personnels des Offices de Tourisme selon leurs souhaits.

Résultats de l'action :

- 30 personnes dans les Offices de Tourisme de formées

Reste à mener :

- Reprise des données de Grand Châtelleraut, La Roche-Posay, Grand Poitiers,
- Signature de la convention entre le Département de la Vienne, l'ACAP et chaque organisme Contributeur ou Partenaire du SIT départemental (Offices de Tourisme, EPCI...),
- Etablissement de la commission départementale Gestion Relation Clients regroupant l'ACAP et les OT pour les actions de communication communes.
- Mise en place de l'extranet Votre Information Touristique (V.I.T) à destination des prestataires touristiques afin qu'ils puissent mettre à jour leurs informations,
- Mise en place d'une communication sur le SIT départemental sur le site internet de l'ACAP et sur le site internet du Département de la Vienne,
- Structuration du module Accueil du Progiciel en Comité Technique afin de pouvoir en extraire des statistiques significatives au niveau infra-départemental et départemental,
- Organisation d'une nouvelle journée de formation à la saisie dans le progiciel.

2-Descriptif de l'action : Animer le réseau des utilisateurs du SIT

Public cible : les Offices de Tourisme, les EPCI, les prestataires touristiques

Réalisations :

- Animation d'un COTECH SIT
- Réalisation de petites formations thématiques sur l'utilisation du logiciel
- L'ACAP est missionnée par le Département, dans le cadre notamment de sa convention d'objectif et de moyen, pour réaliser l'animation du SIT

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Développer une culture de la Gestion Relation Client à l'échelle départementale

Développer l'appropriation du SIT départemental par l'ensemble des acteurs touristiques du département

Fiche Action n°36 : Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de fidélisation.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Conforter le chiffre d'affaires issu de l'économie touristique
- Véhiculer une image positive de la destination grâce aux clients fidèles

Porteur de l'action :

☐ Département de la Vienne

☒ ACAP

☐ EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexe 36.6, 36.7, 36.8, 36.12 non fournies)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Etude 'diagnostic et préconisations' (état des lieux, benchmark de ce qui peut être fait par les autres ADT, sollicitation des prestataires), 'actions de communication 2020' qui entre dans le projet Famille et 'réflexion sur la mise en place' (cahier des charges, comité de pilotage, etc) – *Annexe n°36.0*
2. Recherche d'idées appels à projet dans les autres ADT (*recherches effectuées archivées à l'ACAP*)
3. Présentation au Club Poitou Pro Tourisme en janvier, aux directeurs des OT le 25/04 et au Bureau de l'ACAP le 13/05 – *présentation de l'Annexe n°36.0*
4. Création d'un comité de pilotage – *page 29 de l'Annexe n°36.0*
5. Réalisation d'un appel à projet 'expérience Famille' pour l'ACAP – *Annexe n°36.1*
6. Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS) – *Cf. FA n°24. Développer la formation des acteurs touristiques - Annexe n°24.2*
7. Volet communication :
 - Réalisation de campagnes photos/vidéos orientées famille pour déploiement 2020 – *Annexes 36.2 à 36.6*
 - Refonte du site web 'paysdufuturoscope.com' orienté destination famille – *Annexe n°36.7*
 - Rubrique dédiée dans le magazine Tourisme en Vienne 2020 – *Annexe n°36.8*
 - Rubrique famille dans le dossier de presse – *Annexe n°36.9*
 - Ciblage des familles dans les actions de communication – *Annexe n°36.10 campagne métro exemple Center Parcs*
8. Volet présentation aux pros :
 - Présentation de l'appel à projets « Expériences Famille » aux professionnels du Tourisme le 6 mars 2020 (jour d'installation de PROXI'LOISIRS) – *Annexe n°36.11*
 - Lancement de l'appel à projets le 30 septembre et relance le 5 octobre (date de clôture pour l'envoi des dossiers le 31 octobre) – *Annexes 36.12, 36.13 et 36.14*
 - Étude des dossiers en novembre par le COTECH pour vote qui devrait avoir lieu en décembre

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°37 : Réévaluer les outils de communication papier face à l'essor du numérique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Repenser et qualifier la communication touristique papier de la Vienne, via des supports qui se démarquent, pour accroître la notoriété de la destination.
- Poursuivre et étendre les campagnes d'affichage en les ciblant et en les thématissant afin de renforcer leur impact et d'élargir les bassins de clientèles.

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne ☒ ACAP ☐ EPCI
DCT – Direction de la Communication

1-Descriptif de l'action : Evaluer la pertinence des supports de communication papier départementaux

Public cible : tout type de clientèle

Réalisations :

- Etat des lieux des éditions papier réalisées par l'ACAP : plan des 6 Villes d'Histoire, les passeports touristiques, la mini-carte, la carte touristique, le guide des manifestations, le guide des hébergements, la brochure des sites insolites, le magazine Tourisme en Vienne,

Résultats de l'action :

- Arrêt de l'édition des passeports touristiques, de la mini-carte, du guide des manifestations, du guide des hébergements

2-Descriptif de l'action : Améliorer la communication numérique

Public cible : tout type de clientèle

Réalisations :

- Réalisation d'une étude par le Cabinet Unigo sur la stratégie marketing numérique. Le but de cette étude était de fournir au Département et à l'ACAP des fiches actions très opérationnelles pour la mise en œuvre de la stratégie numérique et marketing touristique à l'échelle départementale.

Dans le cadre de cette étude :

- a. Des entretiens individuels ont été menés par Nicolas Barret, du Cabinet Unigo, avec les EPCI, les institutionnels du Tourisme et des sites.
- b. Une journée « Pitch day » a été organisée le 22 novembre 2019 en présence des EPCI, institutionnels du Tourisme et des sites. Lors de cette journée, des praticiens du marketing numérique (Oui.Sncf, agitateurs-chuchoteurs, We Like Travel...) sont intervenus.
- c. Un rendu de cette étude a été fait par le Cabinet Unigo le vendredi 6 mars 2020 au salon Proxi'Loisirs, lors de la journée consacrée aux professionnels.

Résultats de l'action :

- L'étude menée par le Cabinet UNIGO a permis de mettre en avant que :
 - a. La marque « Pays du Futuroscope » semble fédératrice pour un grand nombre d'acteurs touristiques du département
 - b. La communication faite par l'ACAP et le Département avec les EPCI peut parfois être manquer de clarté (de trop nombreux logos sur les visuels de communication par exemple)
 - c. Les sites Internet de l'ACAP sont obsolètes

Reste à mener :

- Réalisation d'une étude de notoriété sur la marque « Pays du Futuroscope » afin de réaliser un bilan d'image pour évaluer la manière dont la destination est perçue auprès de ses visiteurs et de réaliser un baromètre de notoriété et d'image.

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Réflexion déjà engagée en 2018 (cf rapport convention d'objectifs et de moyens), réactualisation 2019 effectuée, comparatif 2019/2018 communiqué à la Direction du Tourisme – *Annexe n°37.0*
Compte tenu de la date de réalisation de ce bilan, impossibilité de déterminer l'état des stocks existants au 31 décembre. La crise Covid a freiné la distribution des brochures, le tourisme en Vienne en version française par exemple a été édité en grosse quantité pour le salon Proxi'loisirs mais n'a pas pu être écoulé par la suite à cause de la crise.
2. Papier issu de forêts gérées de façon durable (PEFC)

Etat/Statut : 'suivi'

Axe 4 : Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique

Fiche Action n°4 : Accompagner les territoires pour leur structuration touristique

Liée aux fiches action :

Fiche Action n°38 : Mutualiser les données collectées par tous les acteurs, les analyser et les partager

Fiche Action n°39 : Réaliser une veille stratégique active

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Mettre en place un Observatoire touristique partagé permettant un suivi de l'activité touristique dans la Vienne et l'élaboration de diagnostic de territoire à plusieurs échelles
- Réaliser une veille stratégique active permettant d'anticiper les mutations du secteur touristique et de mettre en lumière les opportunités de développement
- Etre une aide à la décision pour les élus départementaux, les EPCI et les porteurs de projets
- Accompagner les professionnels dans leurs choix stratégiques
- Améliorer la collecte et la transmission des données en collaboration avec l'Observatoire régional du tourisme

Porteur de l'action :

☒ Département de la Vienne

☐ ACAP

☐ EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : Les élus départementaux, l'ACAP, les EPCI, les professionnels du Tourisme, le CRT, la presse locale et nationale

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Internalisation de l'Observatoire touristique départemental au 01/01/2018 au sein du Département, Direction Culture Tourisme
- Signature de conventions de partenariat avec les 7 EPCI et les 8 OT de la Vienne pour la collecte de données de fréquentations des OT et des sites et festivals de leur territoire
- Mise en place d'un groupe de travail « Club Observatoire » avec les référents observatoire des 7 EPCI/OT de la Vienne et La Roche-Posay, ainsi que l'ACAP pour échanger les bonnes pratiques et faire un retour sur les analyses menées par les Observatoires régional et départemental
- Participation de l'Observatoire départemental au groupe de travail G12-Observatoire réunissant les 12 départements de la région Nouvelle-Aquitaine, en lien avec le CRT
- Mise en place d'une veille stratégique relative à la pandémie de covid-19 avec la création d'un baromètre mensuel à partir de début mai 2020

- L'Observatoire a mis en place un espace sur le site du Département pour diffuser les bilans annuels, les conjonctures estivales, les études et analyses réalisées ainsi que les chiffres clés du Tourisme dans la Vienne

Résultats de l'action :

- Le groupe de travail Observatoire départemental s'est réuni en 2018 et 2019 et une rencontre est organisée tous les trimestres depuis 2020
- Les référents Observatoire des territoires réalisent la collecte de la fréquentation des sites principaux de leur territoire notamment durant la période estivale
- L'Observatoire a produit des Bilans annuels, des bilans de saison touristique, des suivis annuels de la demande touristique dans la Vienne, des études de conjoncture, basés notamment sur des données fournies par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine
- Les résultats mensuels du baromètre ont permis d'identifier les besoins des acteurs du tourisme dans le contexte de la pandémie. Un plan de relance post Covid a été voté pour booster l'été et l'automne 2020 et 2021

Reste à mener :

- L'Observatoire départemental doit développer une stratégie collaborative avec les acteurs publics et privés.
- Une planification des diffusions d'information devra être effectuée, au regard des besoins des élus départementaux et des demandes de la presse locale et nationale
- Les EPCI/OT doivent vitaminer leur Observatoire territorial avec le soutien de l'Observatoire départemental

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le centre de ressources statistiques doit étoffer son offre de données afin de répondre aux besoins multiples (des élus, des porteurs de projet, de la presse).

Un travail en collaboration étroite doit être opéré avec l'ACAP :

- En matière de communication en direction de la presse et du grand public
- Sur les études réalisées (étude des filières Affaire et Bien-être notamment)

Le déploiement total du SIT et son utilisation par les acteurs du tourisme de la Vienne permettra l'obtention de données statistiques multiples (données mises à jour sur l'offre d'hébergement, de sites, d'activité etc., données de fréquentation).

Ce SIT sera à terme une ressource importante pour fiabiliser les données de l'Observatoire

Liste des annexes fournies par l'ACAP en téléchargement sur le site lavienne86.fr

Fiche Action 2 :

Annexe n°2.0 – Benchmark des sites 'Pro' des autres ADT : analyses / recommandations

Annexes n°2.1, 2.2, 2.3 - Pré-réalisation de tableaux de résultats (tableaux de bord avec nombre de sessions, nombre de pages vues, etc)

Annexe n°2.4 – Projet site web

Fiche Action 3 :

Annexes n°3.0, 3.1, 3.2 - Tableau de bord type 'planning annuel' des actions menées à destination du réseau des prestataires (animation réseau prestataires).

Fiche Action 5 :

Annexe n°5.0 - Travail en amont sur les actions de promotion et de communication avec le SADI

Fiche Action 13 :

Annexe n°13.0 - Tableau de suivi des prestataires signataires de la convention pour les bornes Wifi

Annexes n°13.1, 13.2A, 13.2B, 13.3 - Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de connexions par prestataires, par mois, durées de connexions, nationalités des visiteurs, etc.)

Annexe n°13.4 - Listing des formations numériques dispensées par la MONA (à destination des OT et de l'ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants, etc.), chambres des métiers (artisans)

Annexes 13.5 à 13.8 - Rôle de sensibilisation avec le futur service de mise en marché + réflexion sur tableau de bord de suivi des prestataires sensibilisés

Fiche Action 15 :

Annexe n°15.0 - Recensement 'état des lieux' des sites ouverts en hors saison

Annexes n°15.1, 15.2, 15.3 - Tableau comparatif des packages vendus en 2019 par rapport à 2018

Fiche Action 16 :

Annexes n°16.0, 16.1, 16.2, 16.3 - Animation du Club Tourisme d'Affaires, mise en place d'actions dédiées (mise à jour et édition de la brochure, promotion, workshop, participation salon SO Evénements à Bordeaux, organisation eductours, partenariat Crédit Agricole Touraine Poitou en cours, etc)

Annexes n°16.4, 16.5, 16.5A, 16.5B - Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d'Affaires indiquant le nombre de participants

Annexes n°16.12A, 16.12B, 16.13A, 16.13B, 16.14A, 16.14B, 16.6, 16.7A, 16.7B, 16.8A, 16.8B, 16.9, 16.15 - Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, top 5 des pages les plus vues, etc sur le site internet du Tourisme d'Affaires 'seminaires-poitiers-futuroscope' et nombre de publications, personnes touchées, etc sur la page Facebook du Club Tourisme d'Affaires)

Annexe n°16.16 – Questionnaire Tourisme d'Affaires

Annexes n°16.16A, 16.16B - Mise en place d'une enquête réalisée dans le but de produire un audit de la filière Tourisme d'affaires pour le département et réalisation de l'audit

Annexe n°16.17 - Réalisation et envoi d'un questionnaire pour la proposition d'éductours sur le Tourisme d'Affaires

Annexe n°16.18 – Comptabilité analytique 2019 Poste 2.2.3 Club Tourisme d'Affaires

Annexe n°16.19 - Comme pour 2019, participation au salon So Evénements à Bordeaux les 8 et 9 septembre 2020

Fiche Action 19 :

Annexes n°19.0, 19.1A, 19.1B 19.3A, 19.3B - Mise en place d'un process interne avec réalisation d'un tableau de bord pour le suivi du nombre de paniers vendus en commandes groupées et individuelles

Annexe n°19.4 à 19.7 - Tableaux de bord 'suivi des statistiques du site internet boutique terroir' avec indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, etc.)

Annexe n°19.8 - plaquette dédiée aux commandes groupées

Annexe n°19.9, 19.10 - Recensement des producteurs déjà ouverts au public + recensement des différentes formes d'ouverture (questionnaire + état des lieux)

Annexe n°19.11 - Etude et travail sur la charte élaborée par la commission Hébergements et terroir qui existait auparavant

Annexe n°19.12 - Benchmark sur les chartes comparables déployées sur d'autres territoires

Annexe n°19.13, 19.14 - Etude / projet aménagement des deux boutiques

Annexe n°19.15 - Création du logo 'Le Comptoir du Poitou'

Annexe n°19.16 - Nouvelle plaquette 2020 dédiée aux commandes groupées pour les fêtes de fin d'année

Fiche Action 24 :

Annexe n°24.0 - Formation Tourisme & handicap pour les OT et l'ACAP (financement UDOTSI) 28-29-30/10/2019

Annexe n°24.1 - Formation SADI pour les OT et ACAP organisée par la MONA (mise en place SADI à l'échelle du département de la Vienne) 25 et 26/11/2019

Annexe n°24.2 - Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS)

Annexe n°24.3 – Convention de formation professionnelle avec la MONA

Fiche Action 25 :

Annexe n°25.0 - Guide porteur de projet GDF

Annexe n°25.1 – Suivi de la montée en gamme des hébergements sur 208/2019/2020

Fiche Action 26 :

Annexe 26.0 – Contrat de prestation de service

Fiche Action 28 :

Annexe n°28.0 - Rubrique dédiée au bien-être sur le site Web de l'ACAP

Fiche Action 36 :

Annexe n°36.0 - Etude 'diagnostic et préconisations' (état des lieux, benchmark de ce qui peut être fait par les autres ADT, sollicitation des prestataires), 'actions de communication 2020' qui entre dans le projet Famille et 'réflexion sur la mise en place' (cahier des charges, comité de pilotage, etc)

Annexe n°36.1 - Réalisation d'un appel à projet 'expérience Famille' pour l'ACAP

Annexes n°36.2 à 36.6 - Réalisation de campagnes photos/vidéos orientées famille pour déploiement 2020

Annexe n°36.7 - Refonte du site web 'paysdufuturoscope.com' orienté destination famille

Annexe n°36.8 - Rubrique dédiée dans le magazine Tourisme en Vienne 2020

Annexe n°36.9 - Rubrique famille dans le dossier de presse

Annexe n°36.10 – Campagne métro exemple Center Parcs

Annexe n°36.11 - Présentation de l'appel à projets « Expériences Famille » aux professionnels du Tourisme le 6 mars 2020

Annexes 36.12, 36.13, 36.14 - Lancement de l'appel à projets le 30 septembre et relance le 5 octobre (date de clôture pour l'envoi des dossiers le 31 octobre)

Fiche Action 37 :

Annexe n°37.0 - Réflexion déjà engagée en 2018 (cf rapport convention d'objectifs et de moyens), réactualisation 2019 effectuée, comparatif 2019/2018 communiqué à la Direction du Tourisme



DIAGNOSTIC TOURISTIQUE 2022 DE LA VIENNE

Introduction méthodologique

Depuis la création du Futuroscope, le Département porte une politique forte de développement et d'accompagnement de l'activité touristique, elle-même moteur du développement économique départemental et de l'attractivité territoriale. La Vienne bénéficie aujourd'hui d'un maillage dynamique de plus de 500 hébergements et de plus de 150 sites et activités touristiques qui génèrent des retombées économiques sur l'ensemble du territoire.

Afin de conforter son rôle de coordinateur et facilitateur du développement touristique, le Département de la Vienne a souhaité mettre en place un schéma départemental touristique pour la période 2023-2028 afin de soutenir le développement cohérent et structuré de cette activité sur l'ensemble de la destination départementale.

Un premier plan de développement touristique 2018-2021

Ce schéma fait suite à un premier plan de développement touristique 2018-2021 dont les objectifs principaux étaient d'affirmer la poursuite de l'action départementale en matière de tourisme suite à la loi NOTRe et de permettre au Département de continuer à jouer pleinement son rôle d'accompagnateur de l'émergence d'une offre touristique de qualité.

Si ce premier plan de développement touristique a permis de poser les prémices d'une structuration touristique départementale, le Département de la Vienne a souhaité d'un point de vue méthodologique réaliser, pour ce nouveau schéma d'aménagement touristique, une large concertation de l'ensemble des acteurs de ce secteur. Le Département s'est, pour cela, appuyé sur l'expertise du cabinet ProTourisme.

En effet, le tourisme étant une compétence partagée et une activité transversale à de nombreux domaines, cette concertation a ainsi permis de prendre en compte les besoins et les attentes des différents acteurs afin de proposer, dans le présent schéma d'aménagement touristique, des objectifs opérationnels en adéquation avec leurs préoccupations.

Une étude d'identité et du positionnement touristiques du département

Parallèlement à cette concertation des acteurs touristiques, le Département a confié à l'agence Bastille une mission d'accompagnement, entre octobre 2021 et mai 2022, pour mener une étude sur l'identité et le positionnement touristiques de la Vienne. En effet, dans un contexte touristique de plus en plus concurrentiel, la Vienne, en tant que destination touristique, doit aujourd'hui affirmer plus clairement son identité et ses caractéristiques afin de s'assurer un meilleur rayonnement et une perception positive de son image et ce, autant auprès des touristes que de sa population. Afin de mener à bien cette mission, l'agence Bastille a ainsi concerté, à travers 3 ateliers, un panel représentatif d'acteurs touristiques afin de définir les valeurs et les caractéristiques du tourisme dans la Vienne. Cette concertation a permis de faire ressortir la multitude d'expériences insolites, de jeu, d'amusement et de slow tourisme proposée. Cette caractéristique, associée à l'ADN campagne de la destination constitue un véritable marqueur fort et différenciant. Ce constat a permis d'aboutir à une ambition de la destination partagée avec les acteurs touristiques : « faire de la Vienne LA destination par excellence en France qui rassemble petits et grands ».

Le schéma départemental touristique : un document cadre pour tous les acteurs

Au travers de ces larges concertations, l'objectif du Département est de faire de ce nouveau schéma départemental touristique un document cadre de référence utilisable par les professionnels et permettant de fédérer ces derniers autour des grands objectifs opérationnels, définis collectivement, à atteindre à l'échelle départementale.

Toutefois, élaboré pour une durée de 6 ans, le présent document n'est pas figé et pourra évoluer au gré des mutations que pourrait connaître le secteur touristique durant cette période mais aussi selon l'évolution du contexte conjoncturel général.

En atteste la crise de la Covid-19 qui, débutée avant l'arrivée à échéance du premier plan de développement touristique, a demandé au Département de la Vienne une forte réactivité pour soutenir les acteurs touristiques à travers l'adoption d'un plan de relance spécifique.

Table des matières

Introduction méthodologique -----	p.2-3
<i>Un premier plan de développement touristique 2018-2021</i> -----	p.2
<i>Une étude d'identité et du positionnement touristiques du département</i> -----	p.2
<i>Le schéma départemental touristique : un document cadre pour tous les acteurs</i> -----	p.3
Infographies -----	p.6-15
1. L'offre touristique de la Vienne, une qualification et une structuration à renforcer -----	p.16-22
a. Une offre touristique riche et diversifiée ... -----	p.16-17
<i>Le développement touristique : une politique de l'offre</i> -----	p.16
<i>La ludification des offres : un marqueur fort du territoire</i> -----	p.16
<i>Une programmation événementielle riche facteur d'attractivité</i> -----	p.17
b. ... dont la structuration et la qualification sont à poursuivre -----	p.17-20
<i>Une structuration et une qualification de l'offre à renforcer</i> -----	p.17
<i>Des attentes fortes en ingénierie financière et technique par les acteurs du tourisme</i> -----	p.17
<i>Un acteur important du développement touristique dans la Vienne : la SEML Patrimonialep</i> -----	p.18
<i>Le patrimoine culinaire et agricole : un atout pour le département</i> -----	p.18
<i>Le Tourisme d'Affaires : un gisement de développement à structurer et organiser</i> -----	p.19
<i>Avec la mise en place en 2018 de la CDESI, le Département a cherché à consolider le secteur des sports de nature</i> -----	p.19
<i>Cette filière reste cependant à structurer et à mettre en tourisme</i> -----	p.20
<i>Une offre famille qui bénéficie du dispositif « Expériences Famille »</i> -----	p.20
<i>Nécessité de la mise en réseau des sites pour passer d'une logique de sites à une logique de destination</i> -----	p.20
<i>L'adaptation des horaires et des périodes d'ouverture pour proposer une offre 4 saisons</i> -----	p.20
c. L'importance d'un cadre de vie de qualité -----	p.21-22
<i>Un attachement à la question du cadre de vie</i> -----	p.21
<i>Une politique active d'aménagement numérique et d'amélioration du réseau mobile</i> -----	p.21
<i>La revitalisation des centre-bourgs et des centres anciens</i> -----	p.22
<i>Un Département engagé sur l'environnement (Plan S.E.V.E.) et la protection des espaces naturels</i> -----	p.22
2. Marketing et commercialisation et commercialisation -----	p.22-27
a. Marques et territoires : entre faible notoriété spontanée et déficit d'image, une empreinte de marketing territorial doit être créée pour compléter l'attractivité naturelle de sites touristiques emblématiques -----	p.22-24
<i>Les résultats de l'étude de marque et de notoriété du territoire</i> -----	p.23
<i>Les atouts majeurs qui servent l'image touristique de la Vienne (enquête CSA Research)</i> -----	p.23
<i>Un discours marketing territorial à structurer</i> -----	p.24
b. Un ADN de destination qui fait consensus, un positionnement et une promesse client à affiner en lien avec le travail marketing à conduire sur la marque touristique LA VIENNE -----	p.24-25
<i>La famille, cœur de cible de clientèle</i> -----	p.25
<i>Un ADN de destination RURAL, FAMILLE, HUMAIN, LUDIQUE</i> -----	p.25
c. Information-communication-promotion : des partis-pris qui évoluent, mais des outils collectifs manquent encore pour convertir des contacts en clients finaux -----	p.25-26
<i>La nécessité de passer d'une promotion centrée sur l'offre à une promotion centrée sur le client</i> -----	p.25
<i>Des opérations de promotion à l'échelle territoriale qui doivent être plus en cohérence</i> -----	p.26
<i>Un écosystème numérique touristique à consolider</i> -----	p.26

3.	Le tourisme dans la Vienne, un secteur contraint à l'agilité et à la résilience-----	p.27-30
a.	Les contextes environnemental, social et économique à prendre en compte-----	p.27-28
	<i>Un secteur économique en nécessité d'adaptation permanente. L'exemple de la crise</i>	
	<i>sanitaire-----</i>	<i>p.27</i>
	<i>L'impact du changement climatique sur les activités touristiques-----</i>	<i>p.28</i>
	<i>L'éco-responsabilité des acteurs-----</i>	<i>p.28</i>
b.	Faire de l'observation touristique une pierre angulaire au service de l'action touristique des	
	territoires, des professionnels et du Département-----	p.28-30
	<i>L'accompagnement de l'ensemble des acteurs pour une observation touristique performante</i>	
	<i>-----</i>	<i>p.28</i>
	<i>Le lancement d'une étude de clientèle de grande ampleur sur une année complète-----</i>	<i>p.29</i>
c.	Une gouvernance territoriale du tourisme-----	p.30-31
	Annexes-----	p32-p55
	Annexe 1 : Le dispositif Expériences Famille-----	p32
	Annexe 2 : Les parcours Terrà Aventura-----	p33
	Annexe 3 : Les hôtels dans la Vienne-----	p34-39
	Annexe 4 : les campings dans la Vienne-----	p40-45
	Annexe 5 : les meublés dans la Vienne-----	p46
	Annexe 6 : les chambres d'hôtes dans la Vienne-----	p47
	Annexe 7 : les villages vacances dans la Vienne-----	p48
	Annexe 8 : le patrimoine culturel-----	p49-50
	Annexe 9 : la filière de pleine nature-----	p51-52
	Annexe 10 : la filière tourisme d'affaires-----	p53
	Annexe 11 : la couverture numérique dans la Vienne-----	p53-54

POURQUOI UN SCHÉMA ?

1

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."



2

Les objectifs



Objectifs du premier Plan Tourisme 2019-2021

- 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 futur 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.

POURQUOI UN SCHÉMA ?

3

La méthode de travail

EVALUATION

-Écriture du Bilan du Plan 2018-2021 par les Directions départementales et l'ACAP.

-Des entretiens avec 23 acteurs du tourisme menés par la Direction Culture Tourisme et l'ACAP.

DIAGNOSTIC

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

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 d'aménagement 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

Retrouvez le Bilan du Plan et les comptes-rendus d'ateliers sur :
<https://www.lavienne86.fr/au-quotidien/tourisme-loisirs/strategie-touristique-departementale>

UNE OFFRE TOURISTIQUE RICHE ET VARIÉE À STRUCTURER

Deux socles primordiaux

1

La ludification des offres à renforcer et coordonner pour donner à la Vienne un avantage concurrentiel.

Plus de 30 parcours
Terra aventura

29 offres
Expériences Famille

Compagnon de visite de
l'Abbaye de Saint-Savin

OFFRES
LUDIQUES

Château de Monts sur
Guesnes

Hôtels et restaurants
thématisés
du Futuroscope

Nouvelles attractions du
Futuroscope et son plan de
développement

Nombreuses offres :

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

2

Un parc d'hébergement à qualifier



Une offre haut de gamme 5* en hôtellerie et
hôtellerie de plein air inexistante

Une offre milieu de gamme en décalage avec les attentes de la clientèle

Pas assez de services

Offre pas assez adaptée aux besoins
des familles

UNE OFFRE TOURISTIQUE RICHE ET VARIÉE À STRUCTURER

Trois filières identifiées à structurer

1

Un patrimoine riche à valoriser

Patrimoine Culinaire et savoir-faire
Agritourisme
Oenotourisme
Artisanat



Patrimoine Naturel

Patrimoine Culturel

2

Une filière de pleine nature à mettre en tourisme

5 sites Espace Naturels Sensibles

Bases de baignade à qualifier



Réserves régionale et nationale

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

Hébergement

Offre incentive

Club Tourisme d'Affaires
créé en 2014



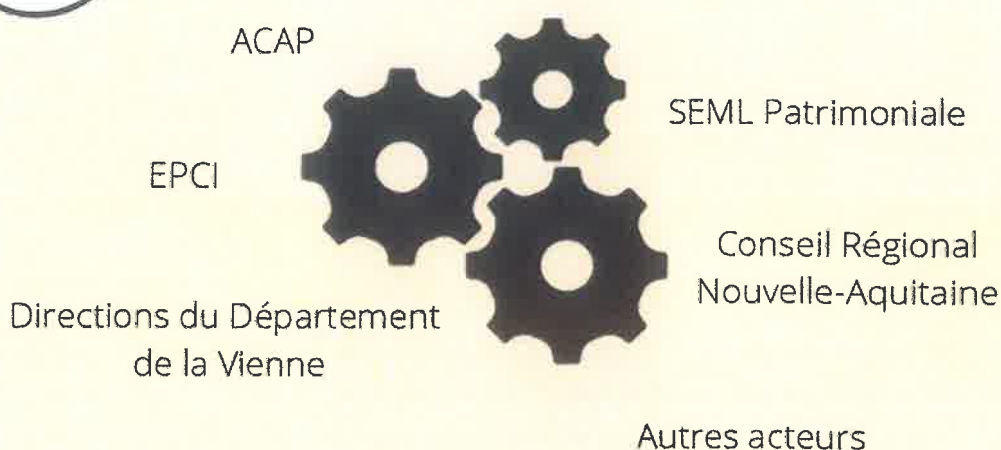
Nombreux équipements

Offre de services
complémentaires à
développer

UN ACCOMPAGNEMENT AU SERVICE DES ACTEURS ET DES TERRITOIRES

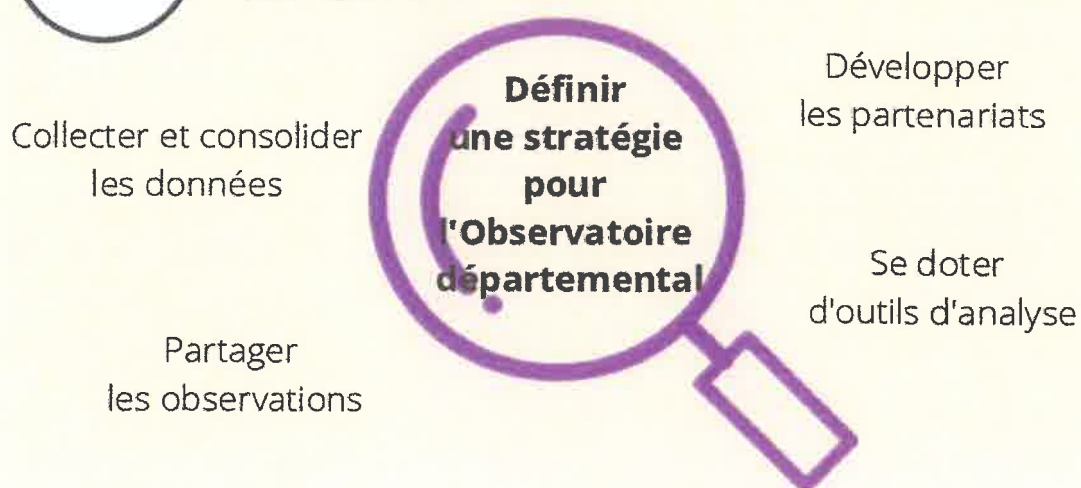
1

Structurer et développer l'ingénierie



2

Renforcer l'observation au service des acteurs



**CLARIFIER LA GOUVERNANCE ET
L'ORGANISATION
DES POLITIQUES PUBLIQUES POUR PRODUIRE
UN VADEMECUM**



DES CONTEXTES MULTIPLES À PRENDRE EN COMPTE

Contexte environnemental

- Attentes client en matière de 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



Contexte sanitaire

- Covid19
- Pandémies

Cadre de vie

- Couverture numérique
- Couverture en téléphonie mobile
- Mobilité décarbonnée et dernier kilomètre
- Qualité du cadre de vie

IDENTITÉ ET POSITIONNEMENT TOURISTIQUES DE LA VIENNE

GRANDS CONSTATS

Caractéristiques identitaires

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

Valeurs du département

- Campagne
- Humaine
- Familiale

Deux marques existantes non fédératrices et
insuffisamment efficaces en matière
d'attractivité touristique

"La Vienne, Pays du Futuroscope" "Le Poitou"

- 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

IDENTITÉ ET POSITIONNEMENT TOURISTIQUES DE LA VIENNE

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



Menaces

- Environnements national et international incertains (tensions géopolitiques, tensions sur l'énergie, inflation...)
- Une offre de mobilité départementale peu en adéquation avec la demande
- La mutation des pratiques touristiques



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

1. L'offre touristique de la Vienne, une qualification et une structuration à renforcer

a. Une offre touristique riche et diversifiée ...

La politique touristique volontariste départementale, marquée par des investissements importants et réguliers en matière de développement de l'offre touristique (Futuroscope, Center Parcs, Château de Monts sur Guesnes, Arena Futuroscope...), a permis à la Vienne de devenir, au fil des années, une destination touristique familiale. Elle présente ainsi une offre d'activités et de sites riche et diversifiée pouvant s'adresser aussi bien aux amateurs d'activités sportives qu'aux visiteurs en quête de retour aux sources, aux amoureux de culture et de patrimoine ou encore aux familles soucieuses de se retrouver.

Le développement touristique : une politique de l'offre

Toutefois, une destination touristique pérenne dans le temps doit avoir non seulement de nouvelles offres à proposer mais également des offres existantes sachant évoluer, se renouveler pour attirer de nouveaux visiteurs et donner envie à ceux déjà venus de revenir. Cette nécessaire évolution de l'offre, en adéquation avec les attentes des visiteurs, avait déjà été prise en compte dans le premier Plan de développement touristique. Ainsi, le Département a soutenu le Parc du Futuroscope dans son plan de développement 2020-2025 ambitieux, comprenant la création de 3 nouvelles attractions et un resort à l'entrée du parc, et l'EPCC de l'Abbaye de Saint-Savin pour la mise en place du compagnon de visite numérique, depuis fin 2019, qui permet une visite immersive de l'abbaye au Moyen Age. Le Département a également poursuivi sa politique d'investissement en faveur de la création d'équipements structurants avec 20 millions d'euros HT consacrés à la création de l'Arena-Futuroscope et 2,7 millions d'euros en faveur du projet du Château de Monts sur Guesnes. De nombreux autres acteurs ont également saisi l'importance de renouveler leurs offres pour impulser un nouveau souffle et continuer à être attractifs. Ainsi, certains se lancent dans des projets globaux de développement à l'instar de la Mairie de Montmorillon qui a lancé un plan de revitalisation du cœur de ville dont la Cité de l'Ecrit qu'il est nécessaire de repenser afin d'attirer à nouveau les visiteurs et de garantir leur satisfaction. L'Ecomusée du Montmorillonnais, à Saulgé, et la Cité des Tanneurs, à Boivre-la-Vallée, ont également souhaité se réinventer et ont, pour ce faire, eu recours à des Dispositifs Locaux d'Accompagnement afin de mettre en place de réelles stratégies touristiques. L'Etablissement Public de Coopération Culturelle (EPCC) de Saint-Savin poursuit également le renouvellement de son offre de médiation avec le lancement d'une réflexion autour de son parcours scénographique.

La ludification des offres : un marqueur fort du territoire

Par ailleurs, la ludification des offres touristiques est une tendance forte sur le territoire de la Vienne permettant à la fois de répondre aux attentes des visiteurs souhaitant découvrir un territoire tout en vivant une expérience, mais aussi de capter des visiteurs qui ne seraient pas venus de prime abord découvrir certains sites. Cette ludification des offres touristiques est un marqueur différenciant du territoire départemental. On observe ainsi plus de 30 parcours Terra Aventura, répartis sur tout le département, et de nombreux escape game, jeux d'énigme mis en place par certains sites. L'ACAP et le Département, en partenariat avec l'UMIH, Grand

Poitiers, Grand Châtelleraut et la Région Nouvelle-Aquitaine, vont également développer des parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu vidéo en ligne.

Toutefois, si de nombreux acteurs touristiques de la Vienne se sont bien inscrits dans ce processus de ludification de leurs offres, certains ont fait ressortir, lors de la concertation menée dans le cadre de l'écriture du futur schéma touristique, l'importance d'avoir une réflexion commune afin de coordonner le développement de ce type d'actions pour qu'elles ne deviennent pas concurrentes les unes des autres et que cette offre ludifiée continue à être une offre différenciante et non banalisée.

Une programmation événementielle riche facteur d'attractivité

Enfin, la Vienne est un département actif d'un point de vue événementiel avec de nombreux spectacles, animations... organisés sur l'ensemble du territoire.

Ces animations permettent de créer des dynamiques locales en premier lieu pour les habitants mais aussi pour les touristes en séjours. Ainsi, les programmations des festivals, comme Le Fil du Son, Les Soirées Lyriques de Sanxay, Jazzelleraut, Neuvi' en Jazz ou Les Heures Vagabondes, attirent chaque année la population locale et celle des départements limitrophes. Les fêtes médiévales de Nouaillé-Maupertuis, Château-Larcher, Lusignan ou du Château de Montreuil-Bonnin permettent de se replonger au Moyen-Âge. Nombreux sont aussi les spectacles de rue, les festivals autour du livre et de la lecture, les expositions... L'Arena-Futuroscope vient compléter cette offre en proposant quant à elle une programmation annuelle, culturelle et sportive, d'artistes ou de sportifs nationaux voire internationaux. Le Futuroscope s'inscrit aussi dans cette dynamique en proposant chaque été à l'ARENA un show d'envergure internationale. Bien que le plan de développement touristique 2018-2021 avait déjà pris en compte ce besoin de promouvoir davantage les animations de notre destination, les acteurs de cette filière ont manifesté, lors de la concertation en vue du futur schéma, la volonté que les événementiels soient appréhendés en tant que composante d'un produit ou d'une thématique touristique.

b. ... dont la structuration et la qualification sont à poursuivre

Une structuration et une qualification de l'offre à renforcer

La qualification de l'offre est l'un des garants essentiels d'une offre touristique attractive et de la perception positive d'une destination par ses visiteurs dont résulte un bouche-à-oreille efficient.

Les labels, les classements, les référentiels sont des moyens visibles pour les acteurs touristiques de faire savoir à leurs clientèles leur implication dans une démarche de qualité. Ainsi, conscient de l'impact que peuvent avoir les labels sur l'attractivité touristique, le Département a évalué, dans le cadre du plan de développement touristique 2018-2021, la pertinence des labels départementaux, et a fait le choix de ne plus les attribuer ou les renouveler afin de se concentrer sur le déploiement des labels nationaux, notamment le label Accueil Vélo attribué à des structures situées le long d'itinéraires comme l'EuroVélo3.

Des attentes fortes en ingénierie financière et technique par les acteurs du tourisme

Sur le plan opérationnel, l'ACAP et certains des offices de tourisme mènent d'ailleurs un travail important d'accompagnement et de conseil auprès des acteurs touristiques dans leurs démarches de labellisation, de classement et de référencement et a à charge de réaliser les visites d'évaluation.

Concernant plus spécifiquement l'offre d'hébergements, si l'action du plan de développement touristique 2018-2021, qui prévoyait de veiller à la montée en gamme de tous types d'hébergements touristiques en milieu rural, n'a pas été réalisée faute de moyens et d'ingénierie, la concertation menée dans le cadre du présent schéma a permis de mettre à nouveau en avant ce sujet. En effet, les besoins de diversification de l'offre d'hébergement touristique, de montée en qualité de l'offre et de développement des services ont été exprimés par les acteurs concertés.

Parallèlement à l'accompagnement effectif lié aux marqueurs de qualité, et bien que faisant partie des actions déjà présentes dans le plan de développement touristique 2018-2021, la concertation dans le cadre du futur schéma a fait ressortir que les acteurs touristiques privés souhaitent être davantage accompagnés en matière d'ingénierie financière. Selon leurs projets (création ou renouvellement d'offres touristiques), les acteurs ont en effet besoin d'accompagnement pour savoir à quel(s) interlocuteur(s) s'adresser entre la Région Nouvelle-Aquitaine, le Département de la Vienne, l'Europe, les EPCI. Afin d'être toujours en adéquation avec les attentes des touristes, les acteurs ont également manifesté un besoin d'accompagnement en ingénierie technique dans la création ou le renouvellement de leurs offres.

Un acteur important du développement touristique dans la Vienne : la SEML Patrimoniale

Ce type d'accompagnement existe déjà à l'image de la Société d'Economie Mixte Local (SEML) Patrimoniale qui a financé et assuré la maîtrise d'ouvrage du bâtiment d'Objectif Mars au Futuroscope, contribuer au financement de ZéroGravity. La SEML a aussi été associée avec la société Sites&Cie dans une société de projet dénommée Aliénor pour prendre en charge une partie du financement du budget global du projet du Château de Monts sur Guesnes. D'autres acteurs comme la filiale du Futuroscope, Futuroscope Maintenance et Développement (FMD), qui a notamment accompagné le Château de Monts sur Guesnes dans la création de sa scénographie, ou encore de l'Espace Mendès France, qui suit le projet d'Ecomusée de demain de l'Ecomusée du Montmorillonnais, assurent un accompagnement des porteurs de projet du territoire. L'ACAP réalise aussi ce type d'accompagnement auprès des professionnels, notamment dans leur démarche vers la transition écologique via le Fonds Tourisme Durable en lien avec l'ADEME. En effet, ce dispositif permet aux restaurateurs et hébergeurs de bénéficier d'un diagnostic et d'un plan d'actions leur permettant d'engager une démarche vers le tourisme durable, tout en bénéficiant d'aides financières pour mettre en œuvre les actions les plus pertinentes.

Le patrimoine culinaire et agricole : un atout pour le département

La Vienne possède à première vue tous les ingrédients pour donner envie aux visiteurs de venir ou revenir séjourner dans le département. En effet, la destination est riche de sites culturels, de pleine nature et de loisirs, de produits locaux. Concernant ce dernier point, il semblerait opportun d'intégrer le patrimoine culinaire, les produits agricoles locaux, l'artisanat agricole des terroirs et l'agritourisme dans le développement global d'offres de tourisme vert. En effet, le Département de la Vienne a voté, en juin 2022, une feuille de route pour l'agriculture 2022-2027 dans laquelle la promotion des produits agricoles locaux auprès du grand public fait partie des actions pour une alimentation durable et locale. Cette promotion passe notamment par la labellisation des produits agricoles locaux via la marque Poitou et par la participation à la communication auprès du grand public sur l'offre en produits agricoles locaux. De plus, il convient de souligner que la dimension des circuits courts, de l'alimentation locale et des savoir-faire s'inscrivent dans la thématique touristique notamment à travers les animations

estivales de repas et autres animations champêtres comme les réseaux Bienvenue à la ferme, le Centre d'Initiative pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural (Civam)... De nombreuses exploitations sont également ouvertes au public. Enfin, l'agriculture constitue un élément majeur et indissociable des paysages divers et variés de la Vienne, tout comme les massifs boisés et les cours d'eau.

Cependant, cette offre riche a besoin d'être structurée afin de pouvoir être plus lisible par les visiteurs. Cette volonté de structurer l'offre était notamment affichée dans le plan de développement touristique 2018-2021 concernant le Tourisme d'Affaires ou encore l'itinérance douce, cependant ces deux filières restent encore aujourd'hui à structurer.

Le Tourisme d'Affaires : un gisement de développement à structurer et organiser

Ainsi, les professionnels de la filière Tourisme d'Affaires ont émis le souhait, lors de la concertation, qu'une stratégie globale spécifique soit élaborée à l'échelle départementale. En effet, une dynamique de structuration de cette filière a débuté depuis 2014, avec la mise en place d'un Club Tourisme d'Affaires animé par l'ACAP. En 2020, un audit de cette filière très impactée par la crise de la Covid 19 a été réalisé par l'ACAP, à la demande du Département de la Vienne, auprès des 55 membres de la filière la Vienne. Cet audit a révélé que si la localisation géographique, l'accessibilité et la présence du Futuroscope sont ressortis comme les principaux atouts de la destination, le défaut d'identité et le défaut d'attractivité ont été cités comme premiers points faibles. Les échanges entre le Département et le Club Tourisme d'affaires ont aussi fait ressortir une grande attente de soutien par le Département de la part des acteurs de ce secteur, un sentiment « d'urgence à agir » pour positionner la Vienne en tant que destination de Tourisme d'Affaires dans cette période de redémarrage de l'activité, l'absence de connaissance fine et globale de la réalité du tourisme d'Affaires dans la Vienne, et la nécessité de structuration de cette filière.

Avec la mise en place en 2018 de la CDESI, le Département a cherché à consolider le secteur des sports de nature

Concernant les activités de pleine nature, la structuration de cette filière a été marquée, lors du premier Plan de développement touristique, par la création, en 2018, par le Département de la Vienne, de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI). A travers cette CDESI, l'enjeu majeur recherché par le Département est de consolider le secteur des sports de nature, d'en faire un véritable levier économique et touristique, tout en préservant les sites et l'environnement. Parmi ses missions, la CDESI a élaboré un Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires (PDESI) de la Vienne qui a été adopté par le Conseil Départemental et dont l'objectif est de favoriser le développement maîtrisé des sports de nature. Dans le cadre du PDESI, ce sont ainsi 23 disciplines qui peuvent être pratiquées dans les 35 espaces, sites et itinéraires labellisés "Sports Nature en Vienne" et les 5 sites labellisés "Station Sports Nature en Vienne". Ces disciplines et sites labellisés font d'ailleurs l'objet d'une mise en avant sur le site internet <https://sportsnature-vienne86.fr/>

La structuration de cette filière a également été marquée par la création, par le Département et l'ACAP, des itinéraires départementaux de randonnée Le Chemin de Ligugé et l'EuroVélo 3 et par une amorce de leur mise en tourisme. Le Département a également élaboré le schéma « La Vienne à vélo et rando » qui s'inscrit dans une démarche durable et de santé publique et dont l'ambition est de favoriser les pratiques de loisirs et de tourisme, sportives et de mobilité au quotidien.

Le Département a également répondu à l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau » lancé par l'Assemblée des Départements de France (ADF), le Centre national

interprofessionnel de l'économie laitière et ADN Tourisme et Vélo & Territoires. La réponse favorable reçue à cet appel à projets a permis de labelliser six parcours dans la Vienne et de les valoriser dans le guide touristique Petit Futé 2021 « Vélo & Fromages, la France sur un plateau ».

Cette filière reste cependant à structurer et à mettre en tourisme

Bien que ces différentes initiatives marquent une volonté politique forte que la Vienne soit reconnue comme une destination propice à la pratique des activités de pleine nature et de l'itinérance douce, la structuration de cette filière reste à poursuivre. En effet, il est nécessaire de faire connaître l'existence de cette offre à la clientèle touristique mais également locale, de recenser et mettre en avant les services aux abords de ces différentes activités et de poursuivre la labellisation des sites et hébergements afin de garantir une offre de qualité. En amont de ce travail, cette structuration nécessite une clarification de la gouvernance quant à la mise en place et la mise en tourisme de ces infrastructures.

Une offre famille qui bénéficie du dispositif « Expériences Famille »

La structuration d'une offre famille a quant-à-elle également été amorcée dans le cadre du plan de développement touristique 2018-2021 qui prévoyait d'inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de fidélisation. Ainsi, l'ACAP a mis en place, en collaboration avec les territoires et le Département, le dispositif Expériences Famille qui permet de sélectionner, selon plusieurs critères, des sites proposant aux familles de réelles expériences. Ce sont ainsi 29 sites qui ont été sélectionnés depuis le lancement de ce dispositif en 2021 et qui bénéficient d'une communication spécifique les rendant plus visibles auprès des visiteurs.

Nécessité de la mise en réseau des sites pour passer d'une logique de sites à une logique de destination

Plus largement, cette structuration de l'offre touristique passe également par une mise en réseau des sites comme l'ont souligné certains acteurs dans le cadre de la concertation. Pour montrer la diversité de l'offre touristique de la destination, il semble en effet important que les acteurs touristiques communiquent aussi sur les autres offres du territoire, notamment celles à proximité de leurs structures. L'affichage de cette diversité peut en effet permettre d'attirer de nouveaux touristes dans la Vienne et donner envie à ceux déjà venus de revenir y séjourner. Cette mise en réseau peut également permettre aux sites de connaître les offres des uns des autres et éviter, le cas échéant, de se concurrencer passant ainsi, d'une logique de sites à une logique de destination. La satisfaction client étant primordiale, les acteurs ont toutefois précisé que cette mise en réseau est conditionnée au fait que chaque site propose des offres qualitatives.

L'adaptation des horaires et des périodes d'ouverture pour proposer une offre 4 saisons

Enfin, si les acteurs concertés ont fait ressortir la nécessité de structurer l'offre touristique, que ce soit l'offre tourisme d'affaires, l'offre patrimoniale, d'activités de pleine nature... La question de l'adaptation des horaires et des périodes d'ouverture des sites, équipements a été soulevée pour proposer une offre 4 saisons et permettre un allongement de la saison.

c. L'importance d'un cadre de vie de qualité

Un attachement à la question du cadre de vie

L'offre touristique de la Vienne doit pouvoir s'appuyer sur un cadre de vie attractif avec des services en adéquation avec les attentes aussi bien des locaux que des touristes. Cette qualité du cadre de vie, partie intégrante de l'attractivité touristique, doit faire l'objet d'une attention particulière. En effet, l'enquête réalisée auprès de 245 répondants lors du salon Proxi'Loisirs les 2 et 3 avril 2022, fait ressortir que les habitants de la Vienne et la clientèle de proximité ont une perception forte du département à travers l'offre touristique plutôt que par le cadre de vie ou l'environnement. Or, cette même enquête montre que, parmi les répondants, 69% disent accueillir des proches à titre gratuit et 48% d'entre eux en accueillent plus de 3 fois par an. Cela laisse apparaître le potentiel des habitants de la Vienne à être ambassadeurs de la destination et donc l'importance de soigner le cadre de vie.

Conscient de l'importance de disposer d'un cadre de vie de qualité, le Département de la Vienne a ainsi mis en œuvre des politiques d'actions dans plusieurs domaines.

Une politique active d'aménagement numérique et d'amélioration du réseau mobile

Au vu de l'omniprésence du numérique dans les pratiques quotidiennes, le Département a notamment lancé, depuis plus de 10 ans, une politique active d'aménagement numérique du territoire. Ainsi, en matière d'accès Fixe, le Département de la Vienne a bénéficié de 116 opérations de montée en débit entre 2017 et 2021. Ces opérations ont permis d'améliorer le sort de 20 000 lignes téléphoniques cuivre pour bénéficier d'un haut niveau ADSL.

La généralisation de la fibre se réalise dorénavant à travers :

- Une zone débutée en 2015 dite AMIII (Appel à Manifestation d'Intention d'Investissement) pour les communes des agglomérations de Poitiers et Châtelleraut dans leurs périmètres de 2011, avant fusion. (En fin de déploiement)
- D'une zone Réseau d'Initiative Publique (RIP) pour 10 communes de plus de 3 000 habitants hors zone AMII et 4 communes ajoutées en 2018 (en fin de déploiement) + 92 points de priorité en avance de phase, essentiellement pour des offres pro (exemple Circuit du Val de Vienne ou Foire aux Hérolles, ou abbaye de Bonnevaux)
- Le reste du déploiement se faisant à travers une convention dite AMEL (Appel à Manifestation d'Engagement Local) pour faire le reste d'ici septembre 2025.

En matière d'accès Mobile, le déploiement des réseaux mobile relève quant à lui essentiellement de l'initiative privée. Toutefois, le Département est acteur dans le programme France Mobile - Agence nationale de la cohésion des territoires (agence-cohesion-territoires.gouv.fr). Dans ce cadre, le Département oriente le choix d'un certain nombre de pylônes à déployer.

Les problématiques de service mobile sont très diverses :

- couverture par opérateur,
- couverture par technologie,
- niveau de service (collecte des flux exemple du Vigeant un jour de course)
- Différence de qualité de service indoor et outdoor
- ...

La revitalisation des centre-bourgs et des centres anciens

Parallèlement au développement de la couverture numérique sur l'ensemble du territoire, le Département de la Vienne s'engage aux côtés de communes faisant fonction de pôle de centralité, confrontées à un phénomène de déprise commerciale et résidentielle préoccupant au regard des enjeux de développement équilibré du territoire départemental. Ainsi, dans le cadre du Schéma Départemental de l'Habitat 2017-2022, le Département a mis en place l'appel à projets « Revitalisation des centres-bourgs et centres anciens » qui vise à accompagner les projets de redynamisation s'inscrivant dans une démarche volontariste de reconquête des centres-bourgs. Cet appel à projets a permis d'aider 38 communes, pour 40 dossiers, soit un montant engagé en AP de 4 276 264 €.

Un Département engagé sur l'environnement (Plan S.E.V.E.) et la protection des espaces naturels

En matière d'environnement, le Département de la Vienne est également soucieux de préserver et valoriser les paysages de son territoire. Ainsi, le Département de la Vienne a élaboré le Plan SEVE qui définit la Stratégie et les Engagements de la Vienne pour l'Environnement sur la période 2019-2025, actualisé et étendu sur la période 2020-2026.

Dans le cadre de ce plan SEVE, le Département de la Vienne montre son engagement pour la protection du patrimoine naturel à travers la mise en œuvre du schéma départemental des espaces naturels sensibles. Depuis la mise en place de ce schéma, 4 Espaces Naturels Sensibles (ENS) ont été aménagés (la zone humide de Fontou à Valence-en-Poitou, le Bois de la Loge à Pouillé, la zone humide de la Forêt de Scévollles à Monts-sur-Guesnes, le Bocage de la Verrerie à Béruges) et un cinquième est en cours d'aménagement (zone humide du Léché à Saulgé). Ces ENS, gérés par le Département avec les communes et les associations locales, ont vocation à être ouverts le plus possible au public.

De plus, également dans le cadre du plan SEVE et suite au premier inventaire des paysages de Poitou-Charentes réalisé en 1999 par le Conservatoire d'Espaces Naturels de Poitou-Charentes, le Département de la Vienne a souhaité actualiser les données à l'échelle départementale et a, de ce fait, décidé de réaliser un nouvel Atlas des paysages. L'objectif de ce travail est de disposer d'un outil permettant de mieux connaître les paysages départementaux mais aussi de renforcer l'activité économique et l'attractivité touristique du territoire.

Enfin, le Syndicat Energies Vienne a mené en 2022 un gros travail, en lien avec les territoires, de recensement des parkings accessibles au public, et du nombre de places par parking, ainsi que les aires de covoiturage. Ce travail a pour vocation d'évaluer les besoins en installation de bornes de recharge pour véhicules électriques dans la Vienne et de les intégrer dans le programme pluriannuel d'investissement du Syndicat Energies Vienne pour 3 ans. L'objectif étant de déployer un réseau de bornes sur le département.

2 Marketing et commercialisation et commercialisation

- a. Marques et territoires : entre faible notoriété spontanée et déficit d'image, une empreinte de marketing territorial doit être créée

pour compléter l'attractivité naturelle de sites touristiques emblématiques

Les résultats de l'étude de marque et de notoriété du territoire

Dans le cadre de l'étude de marque confiée à l'agence Bastille, un bilan de marque a pu être établi, avec le concours de l'institut de sondage CSA Research. Après plusieurs années de promotion touristique de la destination départementale ("La Vienne") construite sur la marque « La Vienne, Pays du Futuroscope », et de valorisation des produits locaux autour de la marque « Poitou », il était essentiel, à l'aube d'un nouveau schéma départemental, d'évaluer le retentissement de ces deux accroches marketing, tant d'un point de vue notoriété (et notamment notoriété spontanée) que d'image.

L'étude était administrée auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1470 personnes, avec suréchantillonnage sur les départements où des actions de promotion étaient régulièrement conduites. Il en ressort plusieurs éléments marquants :

- De manière générale, la notoriété spontanée du département de la Vienne est a priori limitée, puisque seulement 29% déclarent le connaître, mais cette notoriété est plus élevée dans les départements limitrophes. De manière spontanée, ce qu'évoque la Vienne tourne d'abord autour du Futuroscope (21%), Poitiers (19%), mais on constate surtout que pour 28% rien ne vient à l'esprit, ou que 14% évoquent des éléments hors sujet (la capitale de l'Autriche et ses attributs, Limoges ou le Marais Poitevin). L'image spontanée est a priori plutôt positive (et d'autant plus que les personnes résident en proximité du département), même si elle est en réalité peu « construite »,
- Quand on resserre sur l'image touristique, le département de la Vienne est perçu comme une destination à l'attractivité modérée (66% des personnes interrogées la jugent attractive dont 9% comme très attractive). Cette attractivité croît avec la connaissance ou la pratique du territoire, ou le fait de résider à proximité, mais dans l'ensemble elle est essentiellement portée par le Futuroscope. D'ailleurs, c'est avant tout le manque de notoriété et la perception d'un « vide » en dehors du Futuroscope qui contribuent à une mise à distance de la destination,
- L'étude a permis de mettre en avant que si la marque « Poitou » présente un vrai potentiel pour être un label porteur nationalement pour les produits locaux, elle véhicule cependant des valeurs qui ne peuvent pas rendre compte de la variété de l'offre touristique du département. Un travail de qualification des valeurs et caractéristiques portées par la marque « Poitou » reste donc à mener dans l'objectif d'en faire un véritable label valorisant les produits du terroir.

Les atouts majeurs qui servent l'image touristique de la Vienne (enquête CSA Research)

Par le croisement des réponses, CSA Research a pu classifier les critères ayant force de conviction en trois catégories :

- Les critères à valoriser de manière prioritaire : le caractère ludique caractérisé par la multitude d'activités de loisirs proposées, la richesse du patrimoine historique et la bonne accessibilité du département
- Les atouts à valoriser : une destination idéale pour passer des vacances en famille
- Les atouts secondaires : une destination où l'on peut découvrir et déguster des produits du terroir, un territoire idéal pour profiter de la nature ou pratiquer la randonnée

En élargissant le prisme d'analyse de marketing territorial aux territoires communautaires et aux sites privés, il ressort une forme d'encombrement, dans un ensemble manquant de

cohérence : les approches départementales "Vienne", "La Vienne, Pays du Futuroscope" ou "Poitou" sont exploitées à côté de, et sans connexion avec, des marques locales, , comme par exemple "Poitiers", "Châtellerauld" ou "La Roche-Posay" (même si cette dernière n'est pas forcément spontanément associée à un territoire touristique). Par ailleurs, des orientations de marketing territorial locales ont amené des collectivités à miser sur des déclinaisons de nom "Poitou" ("Haut-Poitou", "Sud-Vienne-Poitou"), se désalignant de fait avec la communication touristique portée depuis 2014 par le Département. Notons enfin que la destination départementale est déclarée comme "Poitiers-Futuroscope" par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, ce qui ne fait que complexifier encore la lisibilité touristique de la Vienne.

Du côté des opérateurs privés, la Vienne a la chance de pouvoir bénéficier de deux fleurons touristiques de premier ordre, dont les marques sont particulièrement puissantes : le Futuroscope et Center Parcs. Évidemment, on parle là davantage de marketing produit que de marketing territorial, mais le fait que, d'un côté le Futuroscope soit posé comme un critère majeur de compréhension de l'image touristique de la Vienne (*cf supra*), et de l'autre le Center Parcs offre à lui seul un parc de lits massif, oblige à les considérer dans l'analyse globale des marques du territoire de la Vienne. Ces deux sites s'imposent dans le paysage des marques reconnues. Mais ce sont avant tout des *resorts*, c'est à dire des destinations à part entière et autonomes. Même si ces sites font des efforts pour valoriser les offres touristiques alentours afin de favoriser les rebonds de clientèle sur le territoire, ce n'est pas leur vocation première et pas forcément une réponse à un besoin d'usage client spontané majoritaire (la famille qui veut "faire un week-end Futuroscope", fera seulement un "week-end Futuroscope").

Un discours marketing territorial à structurer

Toutefois, si fortes et attractives soient leurs marques en tant que telles, ces sites tireront nécessairement un avantage à l'émergence d'une stratégie de marketing de destination ambitieuse, qui leur offrira un moyen supplémentaire de toucher de nouveaux prospects, dans une logique de complémentarité à leurs actions promotionnelles propres.

Structurer un discours de marketing territorial permettant d'organiser les complémentarités entre territoires, entre territoires et opérateurs privés et entre opérateurs privés, afin de révéler la diversité, la qualité et l'accessibilité des autres filières et sites touristiques reste donc un enjeu fondamental sans proposition cohérente aujourd'hui, et auquel le futur schéma devra apporter une réponse.

b. Un ADN de destination qui fait consensus, un positionnement et une promesse client à affiner en lien avec le travail marketing à conduire sur la marque touristique LA VIENNE

Jusqu'ici, la valorisation touristique départementale se heurte à un écueil important : le positionnement marketing et la promesse client de la destination apparaissent mal définis et donc ils ne peuvent pas être affirmés et ainsi servir une lisibilité et une identification de la destination. Cette difficulté se caractérise de plusieurs manières :

- des éléments constitutifs de l'identité patrimoniale (patrimoine historique ou naturel, notamment) sont globalement peu travaillés en production touristique et peu valorisés en promotion,
- la filière "tourisme d'affaires", pourtant génératrice de chiffre d'affaires et de nuitées (réelles mais aussi potentielles) est encore trop peu organisée pour se positionner en destination à part entière,

- la multiplicité des approches en matière d'expérience touristique proposées par les "grands sites" du département parmi lesquels le Futuroscope capte une grande partie des lumières médiatiques.

La famille, cœur de cible de clientèle

En revanche, le cœur de cible de clientèle de la destination est bien identifié sur le grand public : ce sont les familles avec enfants. L'offre proposée en Vienne est souvent adaptée à ce public, avec une vraie densité à l'échelle départementale, une grande diversité de propositions, et globalement dans une gamme tarifaire cohérente. Cela permet très aisément de tenir un discours soulignant "l'impossibilité de s'ennuyer" durant ses vacances, ce qui est évidemment un atout de premier ordre pour une destination rurale.

Côté "MICE", les clientèles de tourisme d'affaires sont, dans leur diversité (congrès, séminaires/incentives, conventions) un segment important, et encore en devenir. La valorisation des offres se fait toutefois de manière très éparpillée, sans proposition globale de destination, qui appellera là encore la nécessité d'identifier un positionnement spécifique permettant de se démarquer des territoires concurrents.

Un ADN de destination RURAL, FAMILLE, HUMAIN, LUDIQUE

Que ce soit dans la promotion grand public ou ciblée entreprise sur le MICE, il ressort qu'il manque encore la cohérence d'ensemble d'un positionnement partagé et d'une promesse client ambitieuse. La concertation animée par l'Agence Bastille en fin du précédent plan tourisme a permis d'acter un ADN touristique rural, orienté "famille", avec des valeurs humaines fortes, et un caractère ludique très marqué. Cet ADN doit désormais être incarné dans une direction marketing d'ensemble.

c. Information-communication-promotion : des partis-pris qui évoluent, mais des outils collectifs manquent encore pour convertir des contacts en clients finaux

La nécessité de passer d'une promotion centrée sur l'offre à une promotion centrée sur le client

Jusqu'ici, la promotion a toujours été centrée sur l'offre plutôt que sur le client. Cette communication "descendante", très classique et dans la continuité de ce que font historiquement les organismes de tourisme institutionnel, est désormais en décalage avec les pratiques engagées depuis plusieurs années déjà par les grandes plateformes numériques, qui ont développé de véritables stratégies de marketing affinitaire.

Cette bascule dans le paradigme marketing ne peut toutefois pas s'opérer du jour au lendemain, puisqu'elle suppose une connaissance affinée et dynamique des clientèles, une mutation des pratiques, une mise à jour des outils, et une stratégie de forte montée en compétence des équipes marketing. Elle suppose aussi une redirection des budgets consacrés à la promotion pour investir dans les outils et typologies d'actions les plus adaptés. Ainsi, depuis quelques années maintenant, de nouvelles orientations ont été mises en œuvre :

- "moins de métro, plus de numérique", "moins de papier, plus de numérique" : sans nécessairement être dans des choix exclusifs, et au-delà d'être évidemment "là où se trouvent les futurs clients", il s'agit de privilégier les supports permettant de capter de la

donnée de clientèle, d'être réactif dans la mise en œuvre d'actions le cas échéant en toute dernière minute, et surtout de pouvoir mesurer et donc piloter l'action promotionnelle,

- "moins de métro, plus de télé" sur les opérations de notoriété : la polyvalence des solutions de promotion offertes aujourd'hui par la télévision, notamment en mixant diffusion en direct sur des créneaux nationaux ou géolocalisés, et en télévision de rattrapage, permet de bénéficier de possibilités de ciblage plus précis, et d'outils de mesure fiables,

- La création de contenu, pour mieux raconter la destination, dans ce qu'elle a d'incontournable, d'insolite ou de méconnu : en photo, vidéo, ou par le rédactionnel, une politique ambitieuse de création de contenus a permis, ces dernières années, de constituer une solide base de données, qui pourra alimenter sites web, réseaux sociaux et éditions papier. C'est notamment dans cet esprit que le document "Tourisme en Vienne", qui tendait à être un annuaire touristique, a été repositionné en magazine de voyage, avec de véritables choix éditoriaux et un rubriquage permettant de se renouveler chaque année dans le récit que l'on fait de la destination,

- La recherche de prescription "solide", principalement en investissant dans le domaine de la relation presse, en la complétant de partenariats avec des influenceurs web,

- L'ambition d'oser expérimenter des opérations de communication "différentes", afin de provoquer l'innovation,

- La recherche systématique de partenariats opérationnels et financiers sur les actions, afin de rationaliser les engagements budgétaires et de renforcer la lisibilité des messages. Nombre d'actions sont aujourd'hui mutualisées avec le Comité Régional du Tourisme, et tendanciellement, le nombre de partenariats avec les offices de tourisme se développe d'année en année.

Des opérations de promotion à l'échelle territoriale qui doivent être plus en cohérence

Toutefois, il faut reconnaître que les budgets consacrés à la communication et la promotion sont encore trop éclatés pour véritablement piloter l'action marketing, du fait d'un éclatement entre échelons administratifs (OT-ADT-CRT, notamment) et entre instances départementales (services du CD86, ACAP, UDOTSI).

Un écosystème numérique touristique à consolider

Par ailleurs, la transformation de l'écosystème numérique est encore loin d'être achevée :

- Si l'ensemble des Offices de Tourisme s'est bien intégré dans la démarche du Système d'Information Touristique (SIT), la représentativité de l'offre n'y est pas encore exhaustive et il conviendra de qualifier cette dernière. Le succès d'un tel outil partagé réside dans un engagement à la fois individuel et collectif pour rechercher la quantité d'offres représentée et la qualité et la complétude des informations sur ces offres. Cela représente un engagement opérationnel supplémentaire pour les institutions touristiques, et une transformation des méthodes de travail... mais pour gagner en suivant un outil fondamental au service du conseil en séjour, de l'alimentation des différents supports papier ou numérique, ou de l'observation de l'offre,

- Les sites internet de l'agence touristique départementale sont globalement largement obsolètes. Si leur évolution est entamée, la refonte ne sera efficace qu'avec la concrétisation des réflexions marketing engagées par ailleurs,

- Du côté des offices de tourisme, plusieurs sites web souffrent aussi de difficultés structurelles appelant une mise à jour importante, dans un contexte où les méthodes d'information et de conseil en séjour sont aussi re-questionnées, avec de fait un enjeu commun à tous les institutionnels de conception "mobile first",

- Si on considère que l'objectif final du marketing est de préparer la vente, force est de constater que la distribution en matière de billetterie pour individuels portée par les institutionnels repose encore sur quelques initiatives locales, et que les outils départementaux sont là encore obsolètes. Une réflexion associant l'ensemble des offices de tourisme et l'ACAP a été engagée pour pallier ce défaut structurel et offrir une solution technique permettant d'amener les professionnels et les territoires dans une meilleure commercialisation en ligne. Cela supposera bien sûr de régler/compenser les défauts d'organisation locale (compétence de commercialisation, statut juridique des OT, etc). Mais cela implique aussi d'accompagner les professionnels dans la mutation de leur mise en marché. Un manque de maturité d'une frange importante des acteurs touristiques de visites et de loisirs en matière de commercialisation, notamment digitale, a en effet pu être caractérisée,
- Globalement, hormis quelques sites à la pointe des pratiques marketing, les méthodes de gestion de la relation client restent très perfectibles. Dans ces conditions, la mise en œuvre de stratégies fines de fidélisation reste compliquée, alors qu'elles sont pourtant moins coûteuses que les actions de conquête. Là encore, ce champ d'intervention reste à travailler.

3 Le tourisme dans la Vienne, un secteur contraint à l'agilité et à la résilience

a. Les contextes environnemental, social et économique à prendre en compte

Un secteur économique en nécessité d'adaptation permanente. L'exemple de la crise sanitaire

Le tourisme est une activité dont la stabilité économique est dépendante de multiples facteurs.

En témoignent les contextes sanitaire, environnemental et économique mouvants dont les répercussions impactent fortement cette activité.

Sur le plan sanitaire, la crise de la Covid-19 a ainsi impacté négativement le secteur touristique en imposant des périodes de fermeture et, par la suite, la mise en place de contraintes sanitaires (respect des distanciations, jauges, pass sanitaire...). Pour faire face à cette situation inédite, le Département de la Vienne a fait preuve de réactivité en adoptant, en 2020 et 2021, des plans de relance tourisme respectivement à hauteur de 750 000 € et 473 000 €. Ainsi, parmi les différentes actions de ces plans de relance, une grande campagne « La Vienne vous invite », a permis d'encourager, à travers une incitation financière, les touristes à venir séjourner dans la Vienne et un soutien direct a été apporté à 10 sites touristiques du département à travers l'achat de billetterie. Les effets attendus de ces plans se sont confirmés car l'ensemble des acteurs touristiques a pu bénéficier d'une attractivité accrue et celle de la Vienne s'est élargie à de nouveaux départements français.

La Covid-19 n'étant plus une crise passagère mais tendant à durer dans le temps, les acteurs touristiques tentent de s'adapter mais ont confirmé, lors de la concertation menée par ProTourisme, la tendance nationale concernant la baisse d'attractivité professionnelle du secteur touristique qui provoque une difficulté pour les acteurs à recruter du personnel qualifié. Plus largement, la question d'une Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC) territoriale émerge fortement pour non seulement gérer les difficultés

de recrutement mais aussi pour accompagner les salariés dans les évolutions de leurs métiers.

L'impact du changement climatique sur les activités touristiques

Les acteurs ont par ailleurs souligné la nécessité d'anticiper l'impact du changement sur leurs activités. Ainsi, les périodes de fortes chaleurs et de sécheresse impactent très fortement la filière des activités de pleine nature. L'impact de ces épisodes climatiques tendant à s'accroître en intensité et en fréquence doit être pris en compte dans les perspectives de développement des activités sur le territoire.

Les acteurs ont aussi insisté sur la nécessité de prendre en compte le sujet des mobilités décarbonées, douces et collectives dans l'activité touristique. Ainsi, le développement de ces mobilités, bien que relevant de la compétence des EPCI et du Conseil Régional, doit s'insérer dans un enjeu global de territoire car elles bénéficieront aussi bien aux locaux qu'aux touristes.

L'éco-responsabilité des acteurs

La lutte contre le dérèglement climatique est devenue quant à elle une préoccupation omniprésente devant la multiplication des catastrophes naturelles.

Les acteurs touristiques ont montré, lors de la concertation, qu'ils ont pleinement conscience de l'importance de développer un comportement responsable dans la pratique de leurs activités, pouvant se manifester par la mise en place de démarches qualité, l'obtention de labels ou encore d'engagement dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Certains acteurs ont également indiqué que cette prise en compte de l'environnement peut passer par la préservation de la biodiversité présente sur les sites comme le font déjà le site gallo-romain de Sanxay, refuge LPO, ou le Château de la Mothe-Chandeniers, qui cherche à maintenir l'équilibre entre préservation du patrimoine et de la nature qui l'entoure.

Les contextes géopolitiques ayant également un impact sur l'inflation, les acteurs touristiques ont fait part, lors de la concertation, de leurs questionnements sur leur capacité à rester concurrentiels et attractifs tout en réussissant à faire face à l'augmentation des coûts liés à leurs activités. Cette pression économique est importante à prendre en compte car, annoncée comme durable, elle favorisera les séjours de proximité vers des destinations qui sauront proposer un positionnement de prix raisonnable ce qui est globalement déjà le cas dans la Vienne.

b. Faire de l'observation touristique une pierre angulaire au service de l'action touristique des territoires, des professionnels et du Département

L'accompagnement de l'ensemble des acteurs pour une observation touristique performante

Les acteurs ont par ailleurs souligné la nécessité d'anticiper l'impact du changement sur leurs activités. Ainsi, les périodes de fortes chaleurs et de sécheresse impactent très fortement la filière des activités de pleine nature. L'impact de ces épisodes climatiques tendant à

s'accroître en intensité et en fréquence doit être pris en compte dans les perspectives de développement des activités sur le territoire.

Les acteurs ont aussi insisté sur la nécessité de prendre en compte le sujet des mobilités décarbonées, douces et collectives dans l'activité touristique. Ainsi, le développement de ces mobilités, bien que relevant de la compétence des EPCI et du Conseil Régional, doit s'insérer dans un enjeu global de territoire car elles bénéficieront aussi bien aux locaux qu'aux touristes.

L'Observatoire touristique départemental, géré auparavant par l'ACAP et réintégré au sein du Département depuis 2018, mène un travail collaboratif de collecte des données touristiques. Ainsi, depuis 2019 et la mise en place de conventions tripartites entre le Département, les EPCI et les Offices de Tourisme, les relations et les échanges de données entre l'Observatoire et les territoires sont organisés autour notamment d'un groupe de travail Observatoire. Les liens partenariaux avec le Service Observatoire du Comité Régional du Tourisme (CRT) de Nouvelle-Aquitaine et l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) ont également été renforcés.

Avec la crise de la Covid-19 en 2020, l'accompagnement des prestataires du Tourisme a été plus que jamais nécessaire. L'Observatoire touristique départemental a ainsi réalisé, avec l'ACAP et la CCI de la Vienne, un baromètre mensuel permettant de suivre l'évolution de l'activité et les difficultés rencontrées par les acteurs du tourisme (Offices de tourisme, hébergeurs, restaurateurs, sites de loisirs ou sites culturels...). Durant cette période, des échanges réguliers ont également eu lieu avec les acteurs touristiques (réunions hebdomadaires avec les Offices de Tourisme, webinaires et prises de contact avec les grands sites de la Vienne). Cet accompagnement a notamment permis au Département d'élaborer un Plan de relance tourisme répondant au plus près aux besoins des prestataires.

Une étude clientèle réalisée en 2019 par le Cabinet BVA, à la demande du CRT Nouvelle Aquitaine, a permis d'établir le profil de la clientèle touristique de la Vienne. Cette clientèle, plutôt très satisfaite après séjour, se caractérise majoritairement (60%) par un profil familial, de CSP intermédiaires et dont les motifs de séjour tournent autour du loisir et l'agrément (65%). La clientèle est française à 92% avec une durée de séjour moyenne de 3.7 jours et 29% sont des primo-visiteurs. La clientèle locale est insuffisamment travaillée comme potentiel levier de prescription.

Le lancement d'une étude de clientèle de grande ampleur sur une année complète

Les acteurs ont par ailleurs souligné la nécessité d'anticiper l'impact du changement sur leurs activités. Ainsi, les périodes de fortes chaleurs et de sécheresse impactent très fortement la filière des activités de pleine nature. L'impact de ces épisodes climatiques tendant à s'accroître en intensité et en fréquence doit être pris en compte dans les perspectives de développement des activités sur le territoire.

Les acteurs ont aussi insisté sur la nécessité de prendre en compte le sujet des mobilités décarbonées, douces et collectives dans l'activité touristique. Ainsi, le développement de ces mobilités, bien que relevant de la compétence des EPCI et du Conseil Régional, doit s'insérer dans un enjeu global de territoire car elles bénéficieront aussi bien aux locaux qu'aux touristes.

Suite à cette étude, l'Observatoire touristique départemental a lancé, en juillet 2022 et pour une durée d'un an, une nouvelle étude des clientèles touristiques de la destination. Le lancement de cette étude répond à un besoin des prestataires touristiques de la Vienne de connaître de façon plus fine les profils et les attentes des touristes séjournant dans le département. En effet, cette étude devrait permettre de confirmer les tendances d'évolution

de la demande touristique post-covid que sont la quête de sens lors d'un séjour, le tourisme durable, le besoin de rassurance, une demande de proximité, l'utilisation du numérique renforcée, la tendance aux vacances nomades, la recherche de promotions ...

Enfin, le déploiement d'un Système d'Information Touristique (SIT) de la Vienne, depuis fin 2019, à l'initiative du Département en étroite concertation avec l'ACAP et les territoires, va permettre courant 2023 à la destination de se doter d'un outil collaboratif dont l'objectif est de disposer d'un recensement le plus exhaustif et à jour possible de l'offre touristique départementale.

Le développement de l'observatoire touristique départemental doit se poursuivre pour conforter sa vocation d'outil au service du pilotage stratégique, marketing et organisationnel en formalisant une stratégie d'observation partagée, incluant les méthodes pour une approche partagée de collecte, traitement et exploitation des données.

c. Une gouvernance territoriale du tourisme

La compétence tourisme est une compétence partagée entre les échelons national, régional, départemental et intercommunal.

Dans la Vienne, le premier plan de développement touristique 2018-2021 voté par le Conseil Départemental en mars 2018 a été le marqueur d'une volonté forte de mettre en place une gouvernance touristique départementale clarifiée et concertée. En effet, ce document avait, parmi ses principaux objectifs, de réviser la gouvernance touristique départementale et d'affirmer le partenariat avec les territoires.

Ainsi, la révision, en octobre 2018, des statuts de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou a permis d'intégrer les EPCI à la gouvernance départementale du tourisme avec l'élargissement de la composition du Conseil d'Administration de l'ACAP aux Présidents des Communautés de Communes, d'Agglomération et Urbaine de la Vienne ainsi qu'aux Maires des communes touristiques et des stations classées de tourisme de la Vienne.

Des actions ont également été mises en place afin de travailler ensemble de façon cohérente.

Ainsi, le Club Pro Tourisme, initié en 2017 par les Offices de Tourisme, et incluant également l'ACAP, le Département, la Région, le CRT Nouvelle-Aquitaine et la MONA, se réunit très régulièrement afin d'échanger sur les actions de chacun et de réfléchir à la mise en place de projets, d'actions communs.

L'élaboration conjointe par le Département, l'ACAP, les territoires (EPCI et OT) d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) départemental, avec le soutien de la Mission des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA), a aussi permis de structurer une stratégie commune autour de l'accueil des visiteurs dans chaque territoire infra départemental.

Le développement d'outils communs aux différents niveaux institutionnels, tels que le SIT, la photothèque touristique départementale ou le réseau de billetterie témoignent également de cette volonté de vouloir travailler ensemble.

Enfin, un travail transversal entre des Directions du Département (Direction de l'Agriculture, l'Eau et l'Environnement, Direction Culture et Tourisme, Direction des Sports, Direction de la Communication), l'ACAP et les EPCI a également été mené sur la mise en place d'itinéraires de randonnée.

Si ces premières actions ont permis de mieux structurer une gouvernance touristique départementale, jusqu'alors relativement cloisonnée et méconnue entre les différents

échelons, le faible dialogue de gestion, et donc de répartition claire des missions entre le Département et l'ACAP, n'a pas permis une efficacité optimale de l'activité touristique à l'échelon départemental. La concertation menée par ProTourisme a aussi fait ressortir un besoin, dans le cadre du nouveau schéma touristique, de clarification de la gouvernance départementale de la part des acteurs touristiques. Ces derniers ont en effet besoin de savoir à quels interlocuteurs s'adresser selon leurs besoins et d'avoir une bonne interconnaissance de leurs compétences et missions respectives.

ANNEXES

Annexe 1 – Le dispositif Expériences Famille



Les Expériences Famille de la Vienne



Sources : Département de la Vienne, ACAP
Réalisation : DCT Observatoire touristique
Date : mai 2022



Annexe 2 – Les parcours Terrà Aventura



Les 36 parcours Terrà Aventura de la Vienne



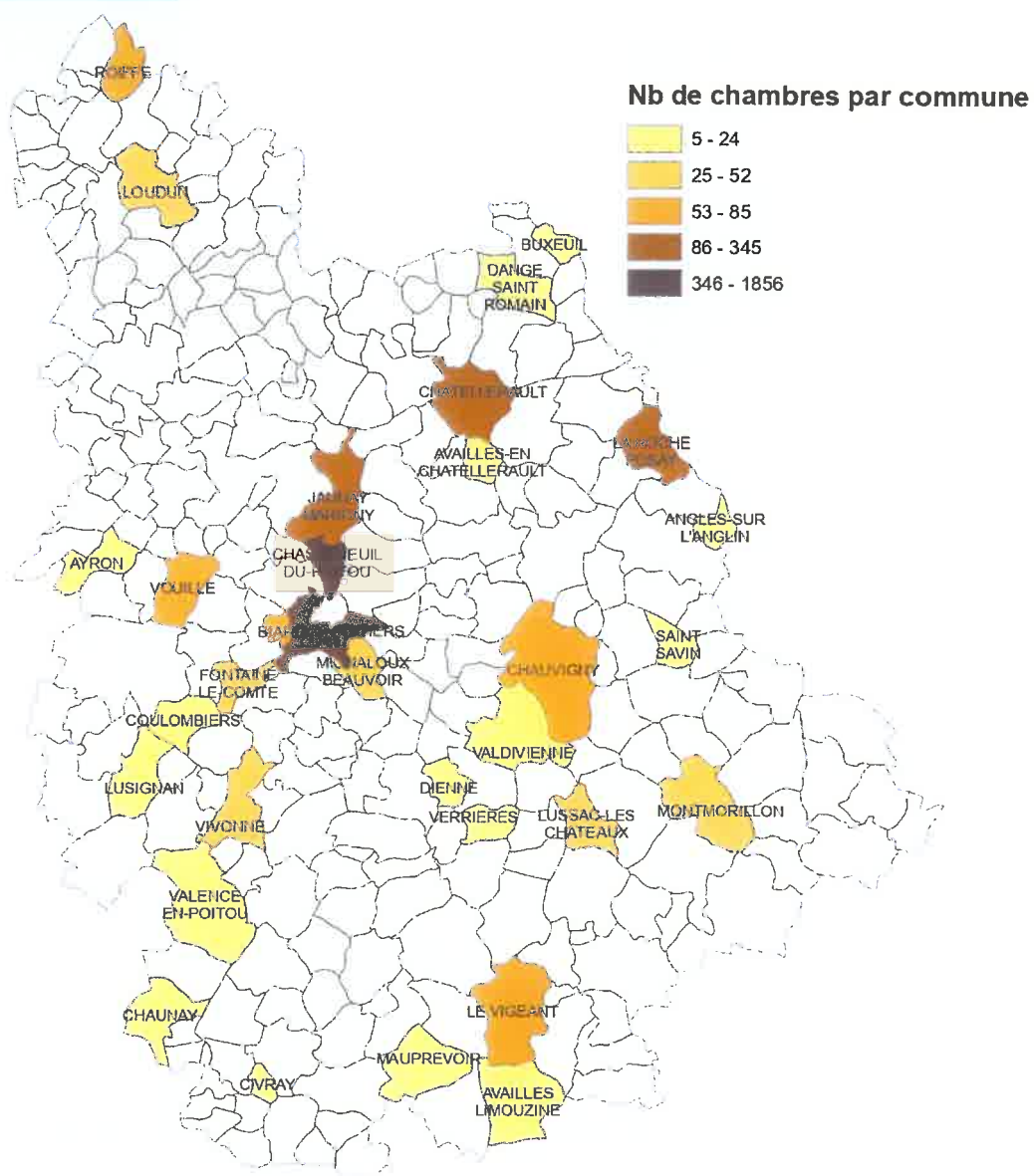
Sources : Département de la Vienne
Réalisation : DCT Observatoire touristique
Date : novembre 2022



Annexe 3 – les hôtels dans la Vienne



Les hôtels dans la Vienne



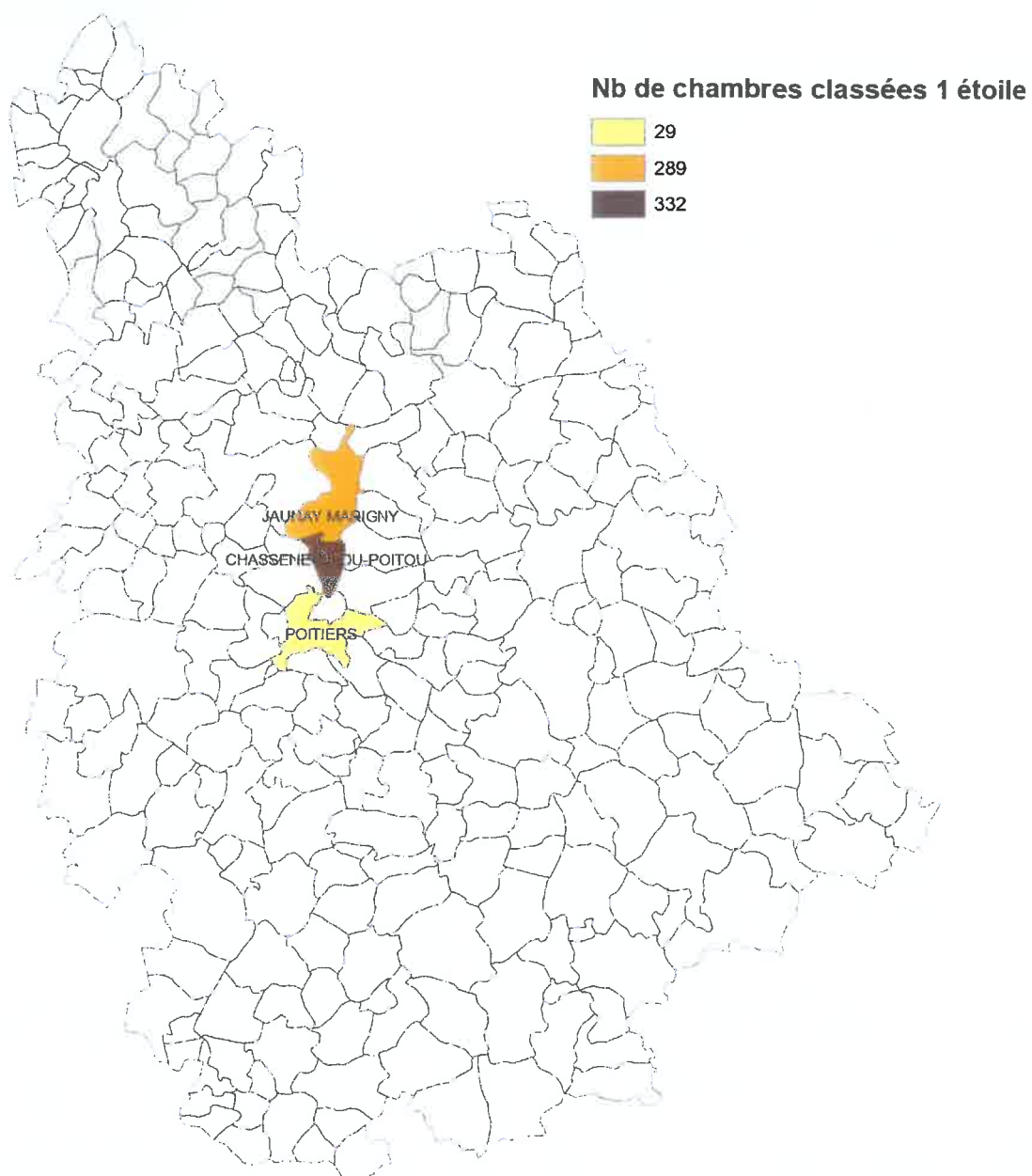
Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
 Réalisation : DCT, Observatoire touristique
 Date : mars 2022

0 5 10 20
 Km





Hotels 1 étoile : le nombre de chambres par commune



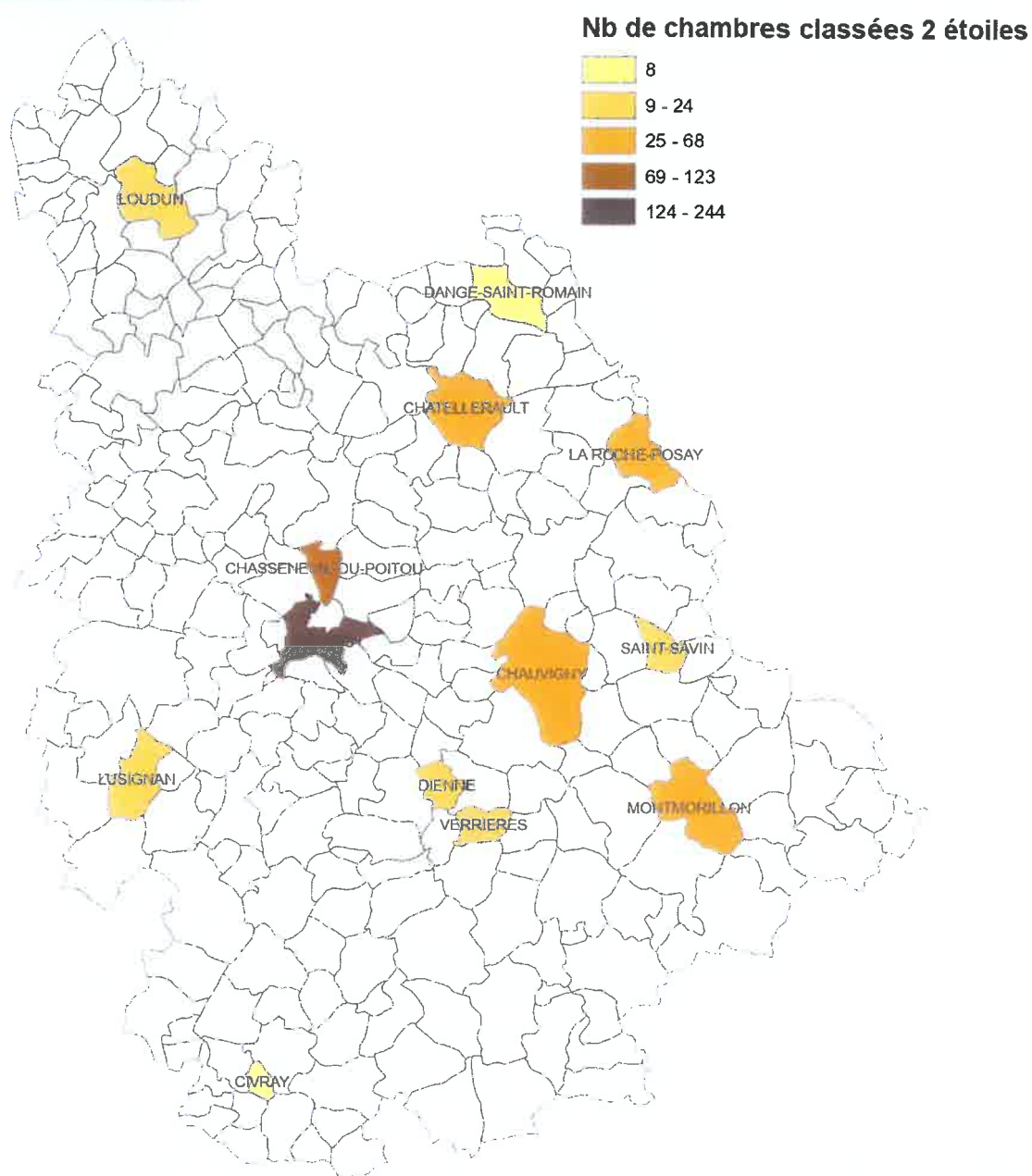
Sources : Département de la Vienne, SIRTACUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

0 5 10 20
Km





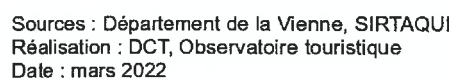
Hotels 2 étoiles : le nombre de chambres par commune



Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

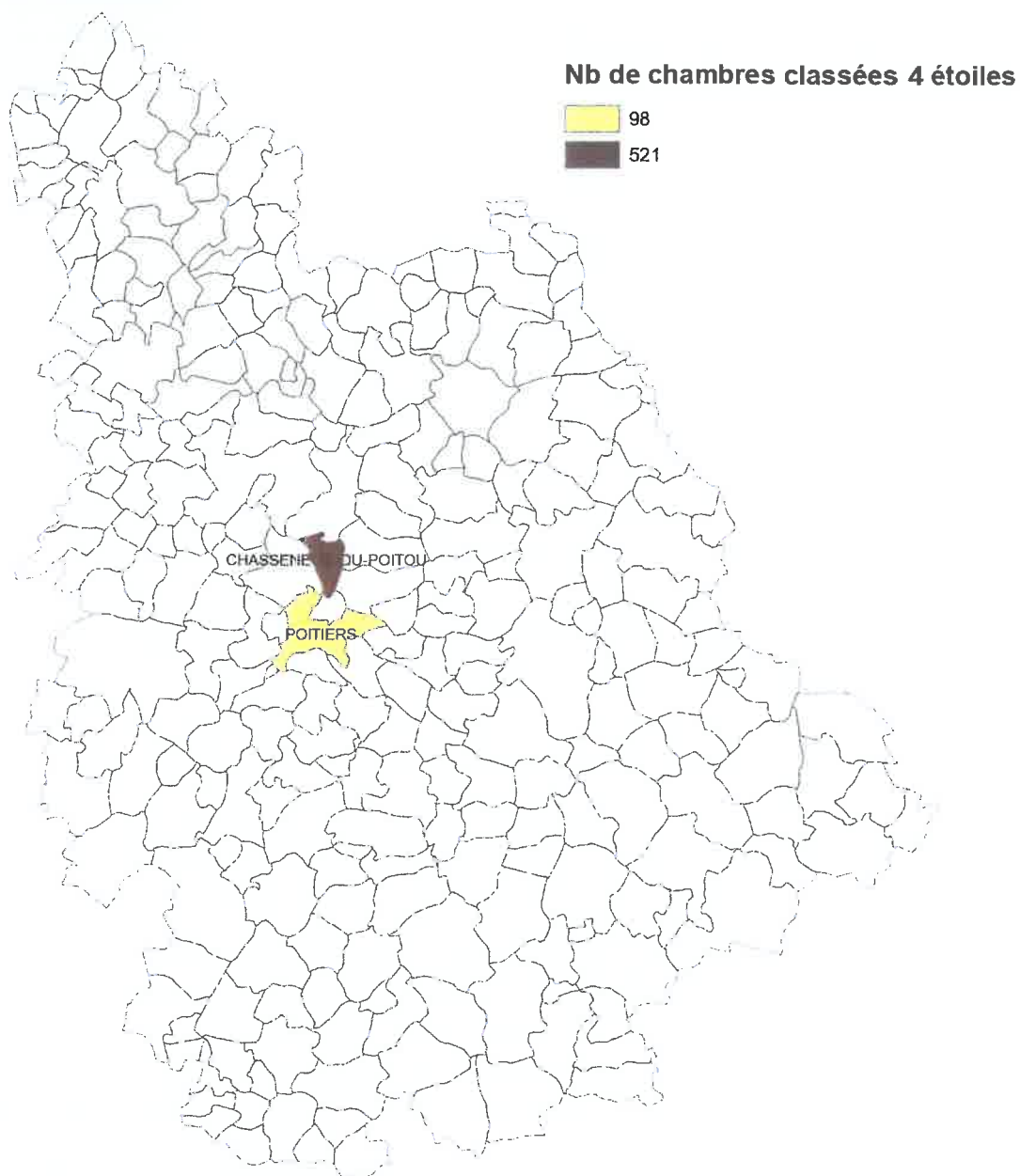
0 5 10 20
Km







Hotels 4 étoiles : le nombre de chambres par commune



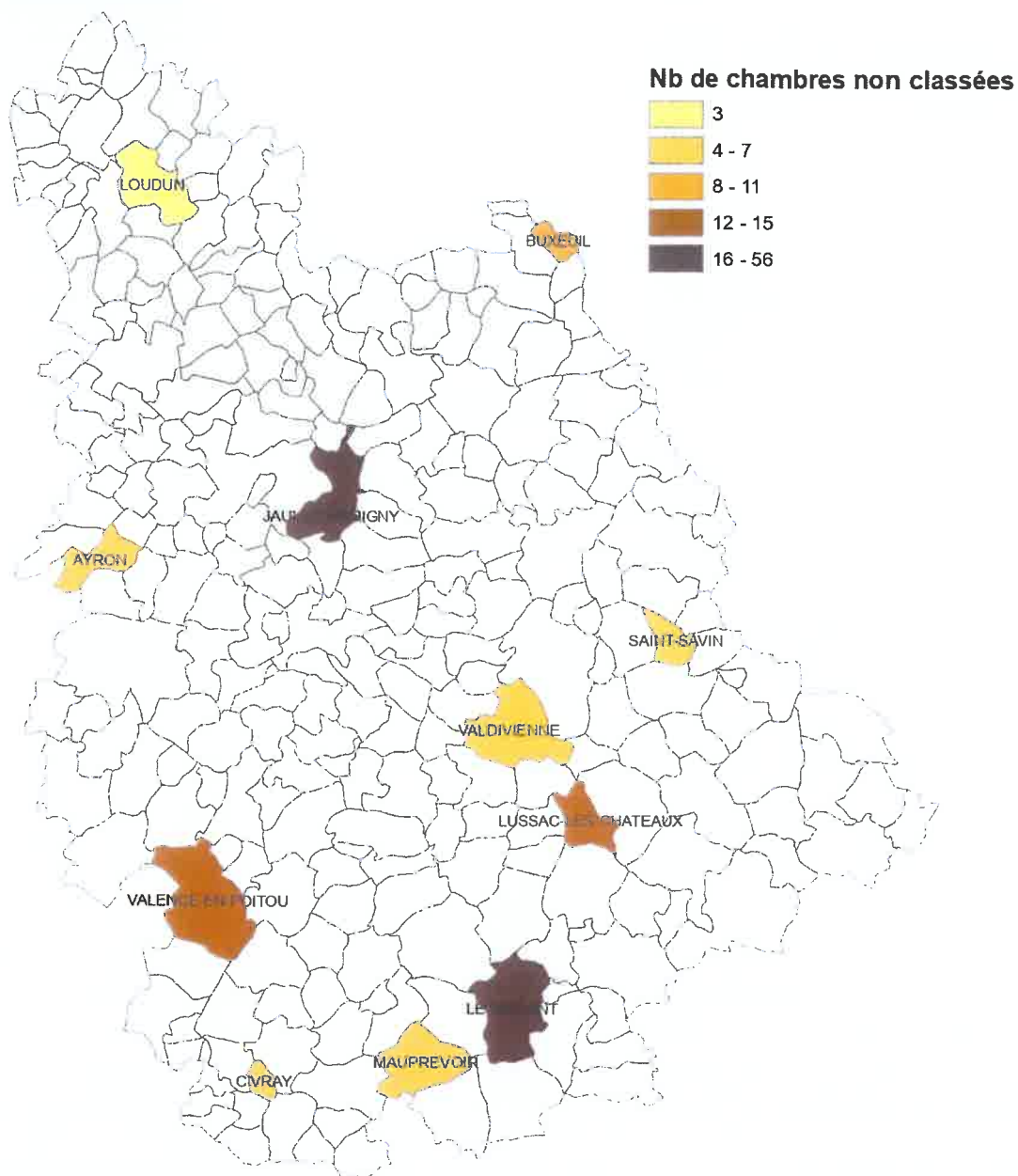
Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

0 5 10 20
Km





Hotels non classés : le nombre de chambres par commune



Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

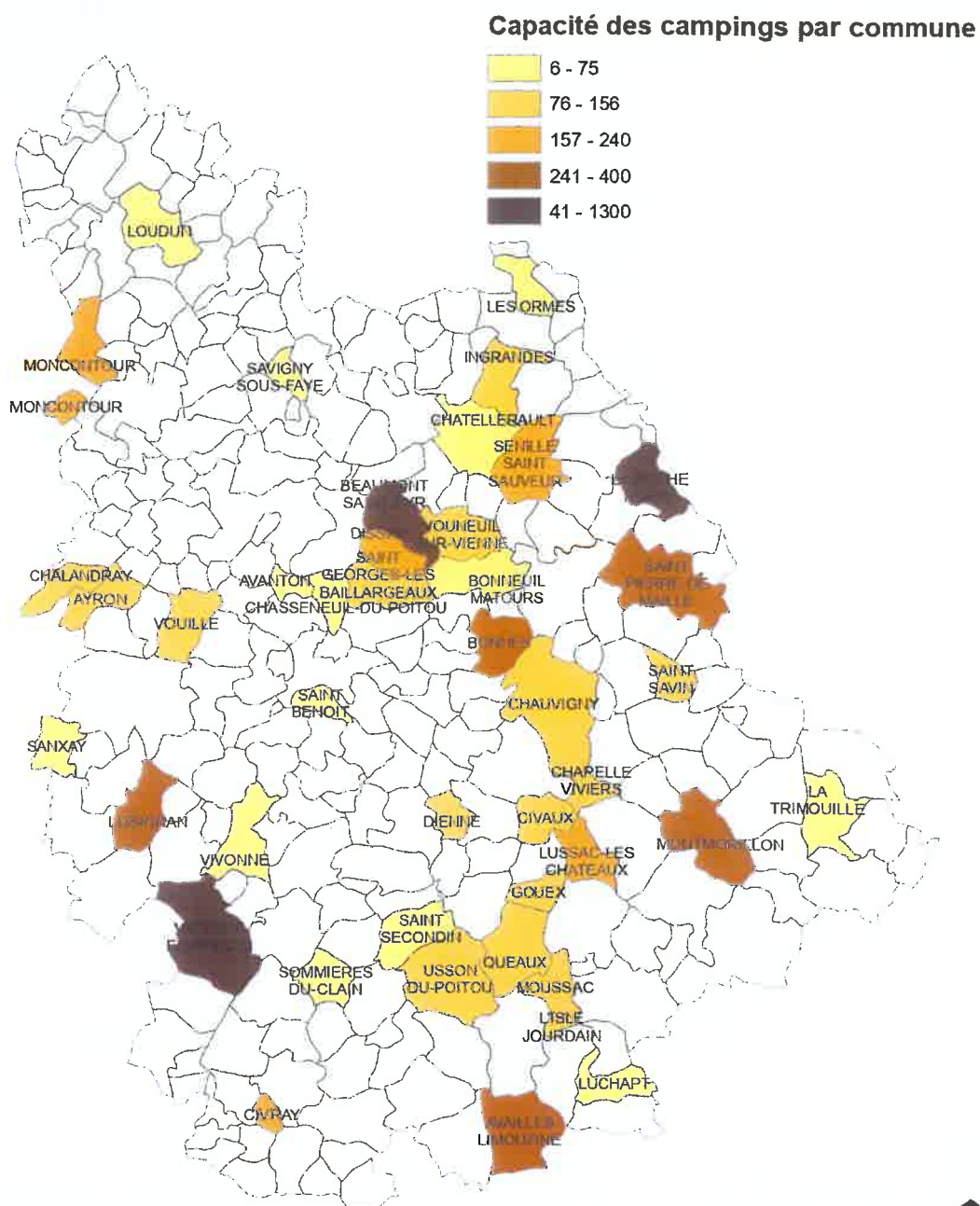
0 5 10 20
Km



Annexe 4 – Les campings dans la Vienne



Les campings dans la Vienne

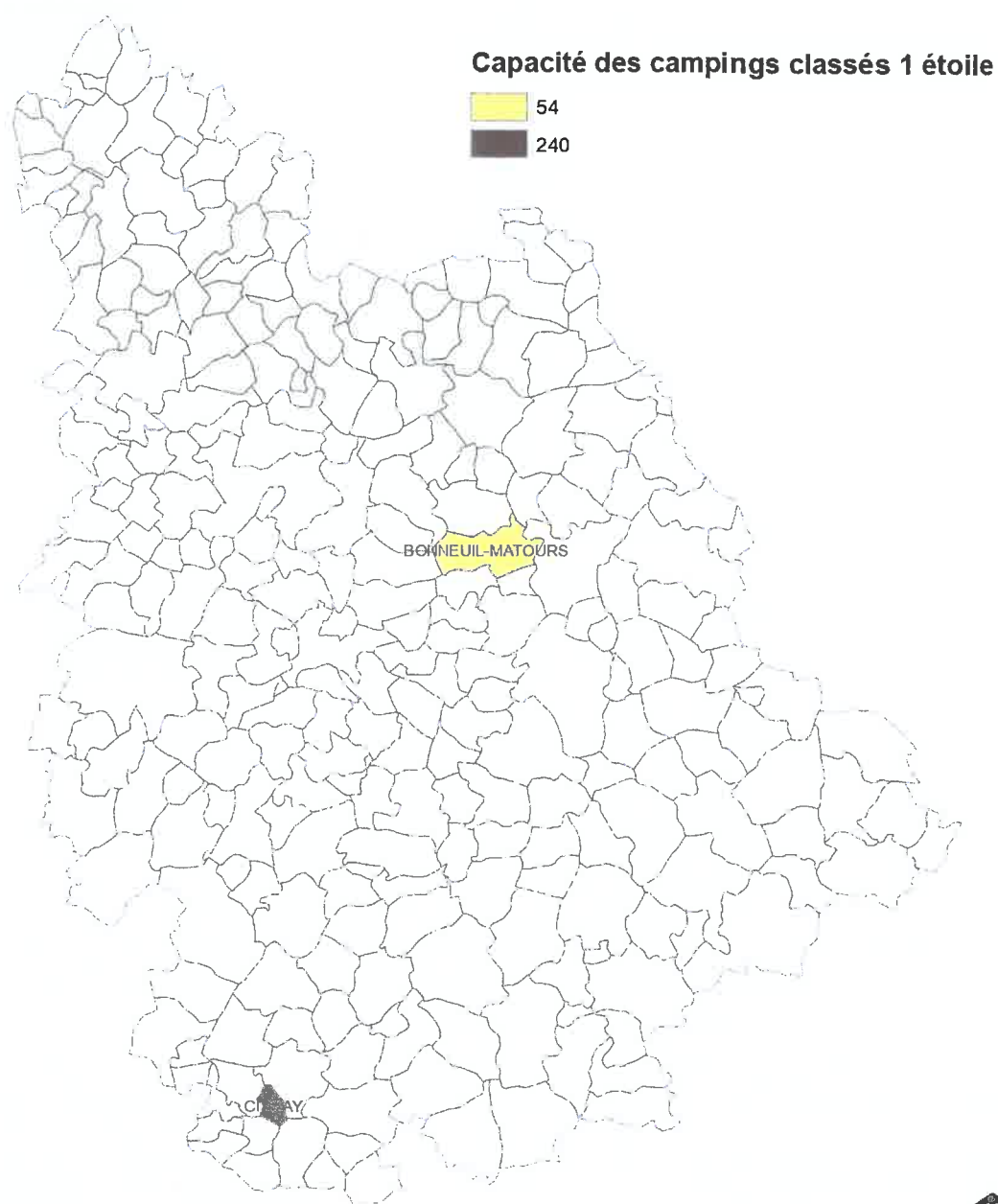


Sources : Département de la Vienne, SIRTACUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022





Les campings dans la Vienne



Sources : Département de la Vienne, SIRTACUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

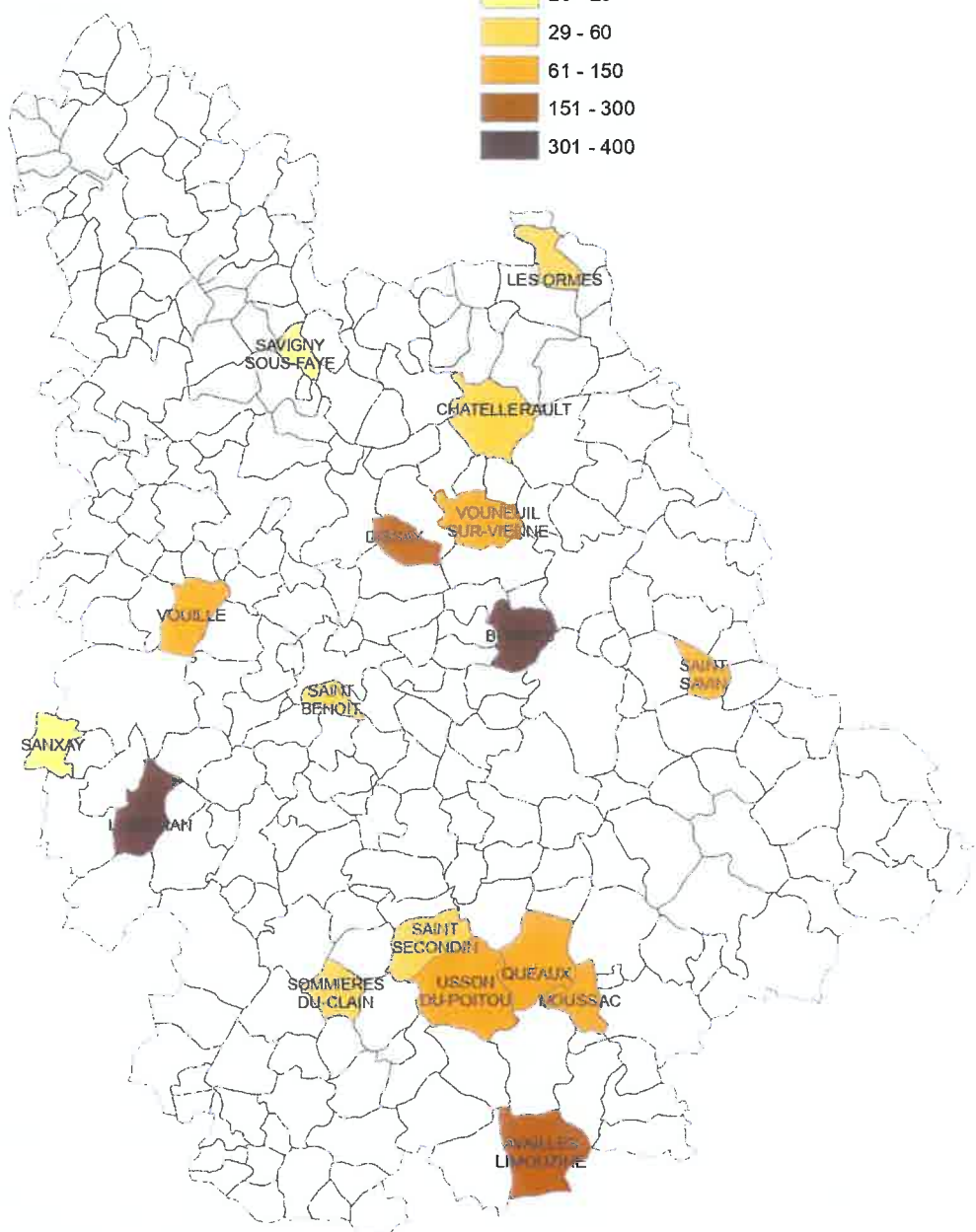
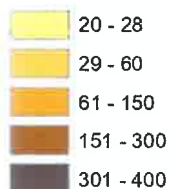
0 5 10 20
Km



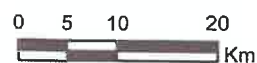


Les campings dans la Vienne

Capacité des campings classés 2 étoiles



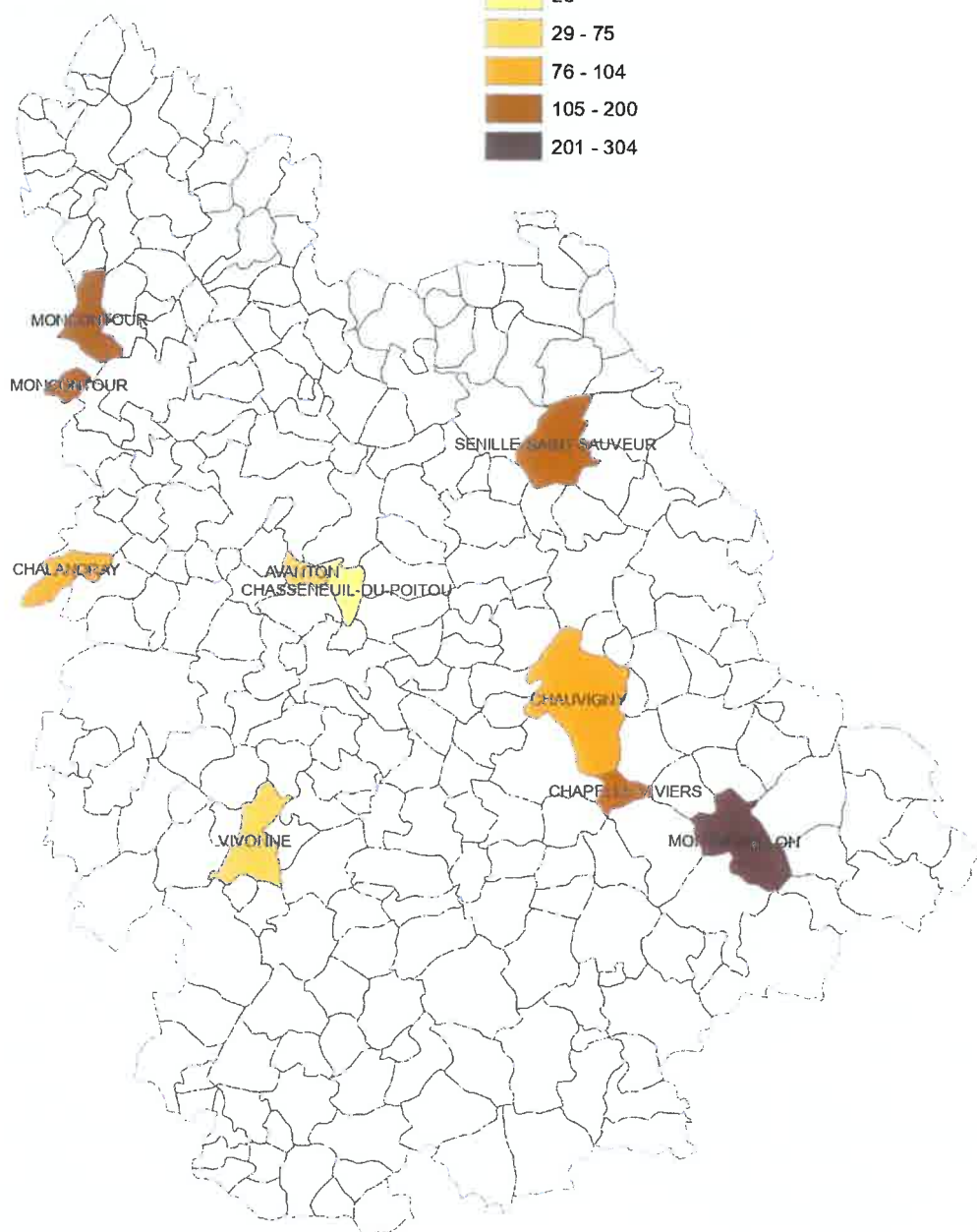
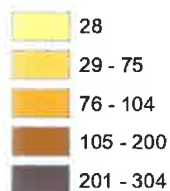
Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
 Réalisation : DCT, Observatoire touristique
 Date : mars 2022





Les campings dans la Vienne

Capacité des campings classés 3 étoiles



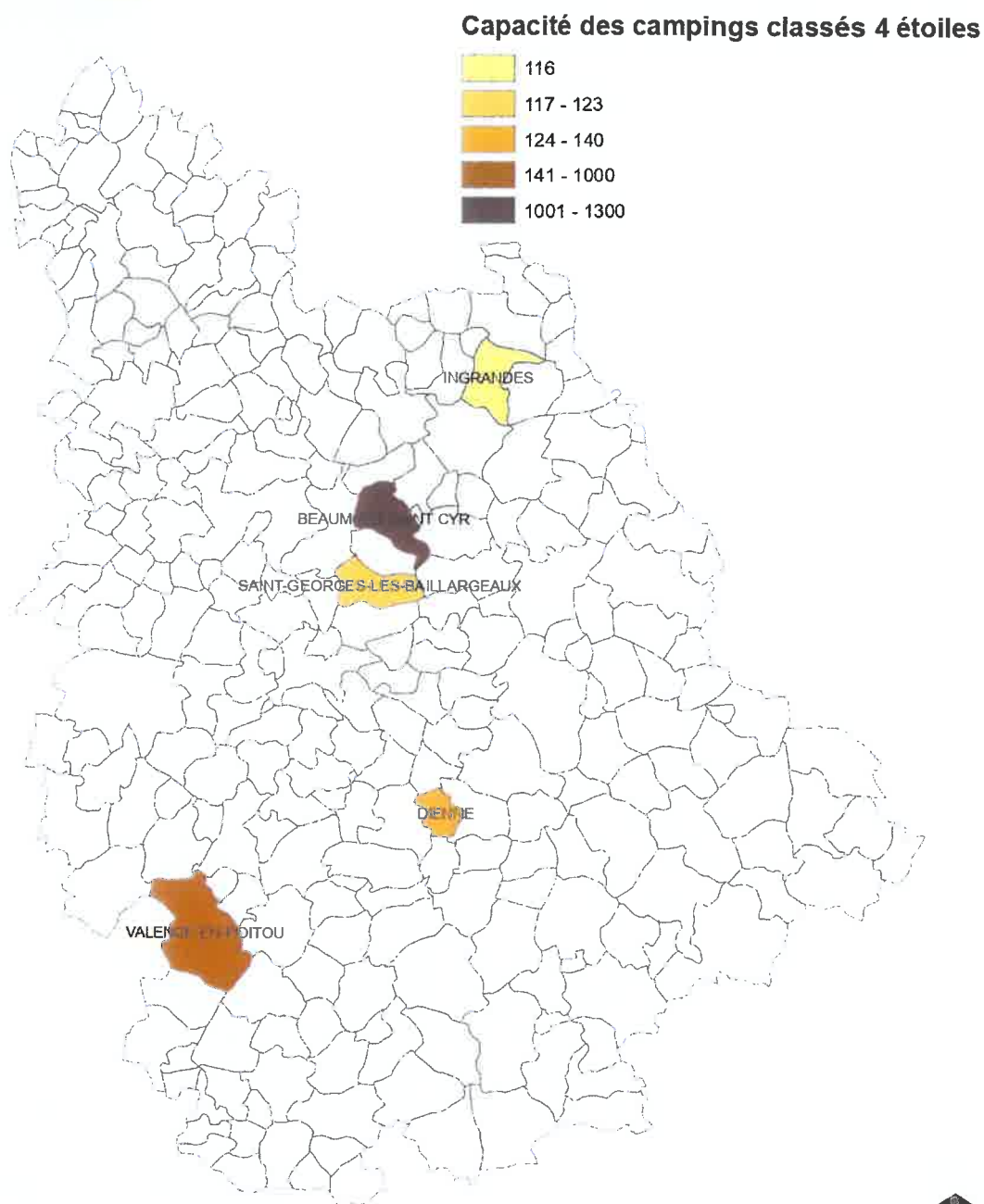
Sources : Département de la Vienne, SIRTACUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

0 5 10 20
Km





Les campings dans la Vienne

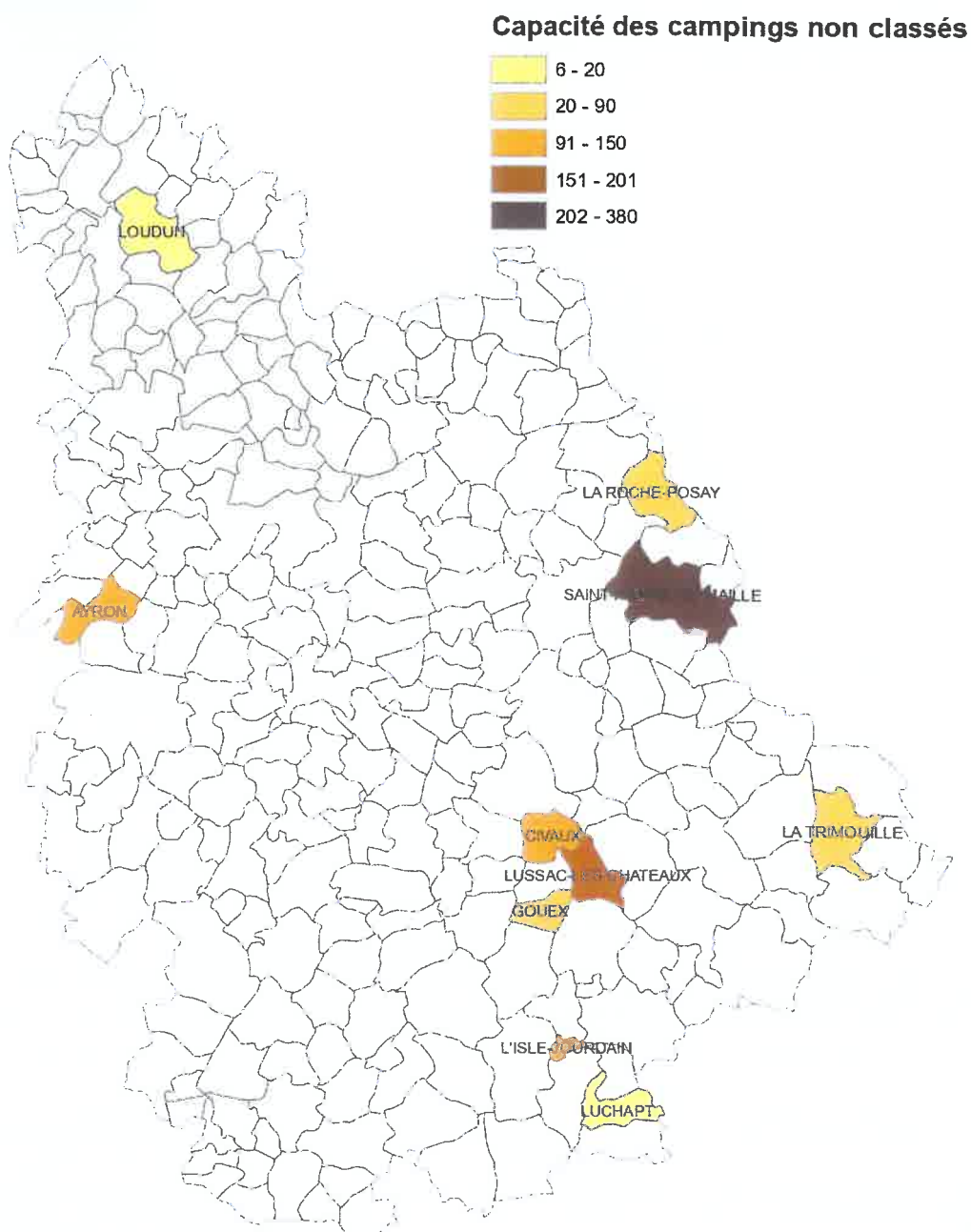


Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

0 5 10 20
Km



Les campings dans la Vienne



Sources : Département de la Vienne, SIRTAGUI
 Réalisation : DCT, Observatoire touristique
 Date : mars 2022

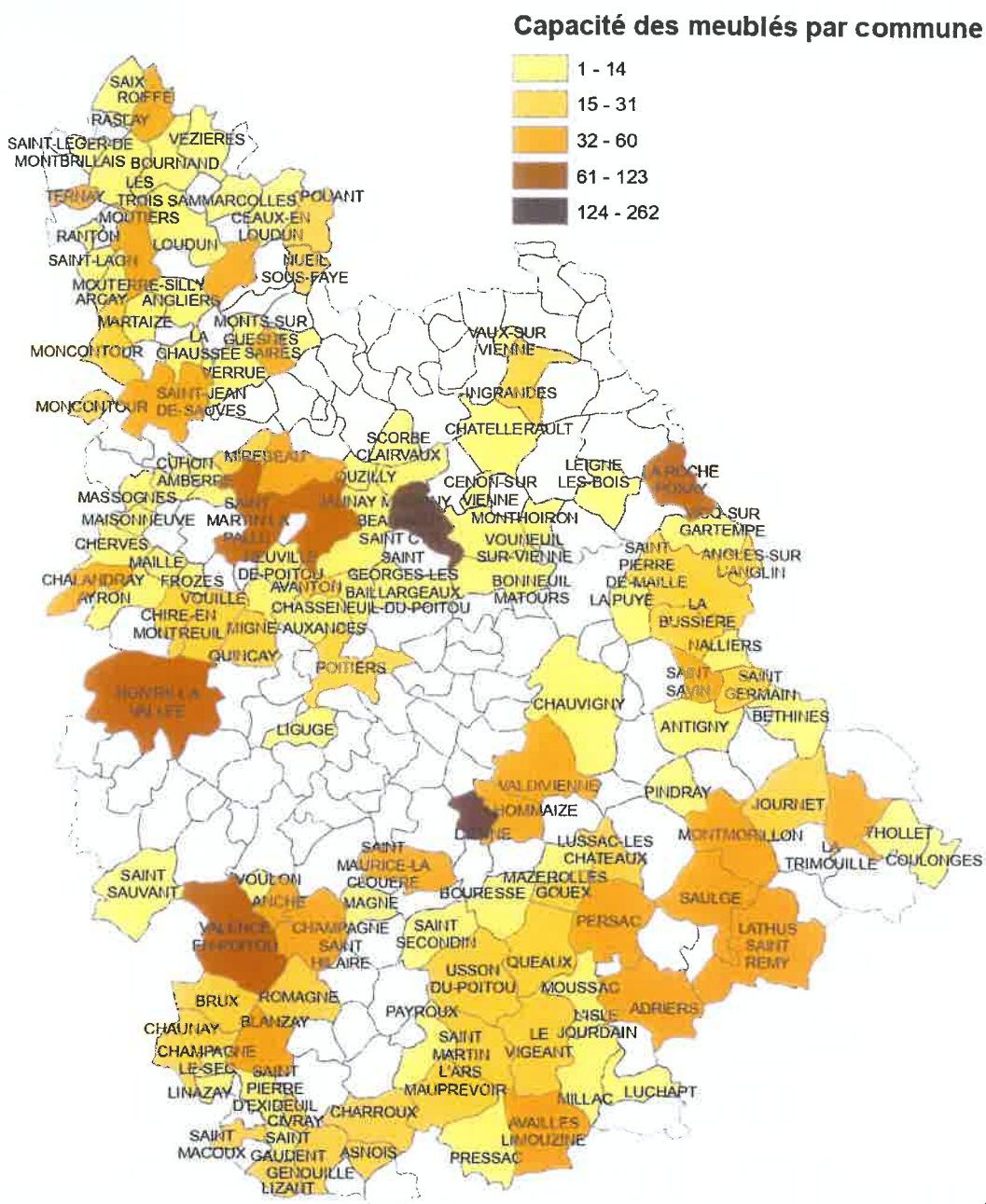
0 5 10 20
 Km



Annexe 5 – Les meublés dans la Vienne



Les meublés de tourisme dans la Vienne



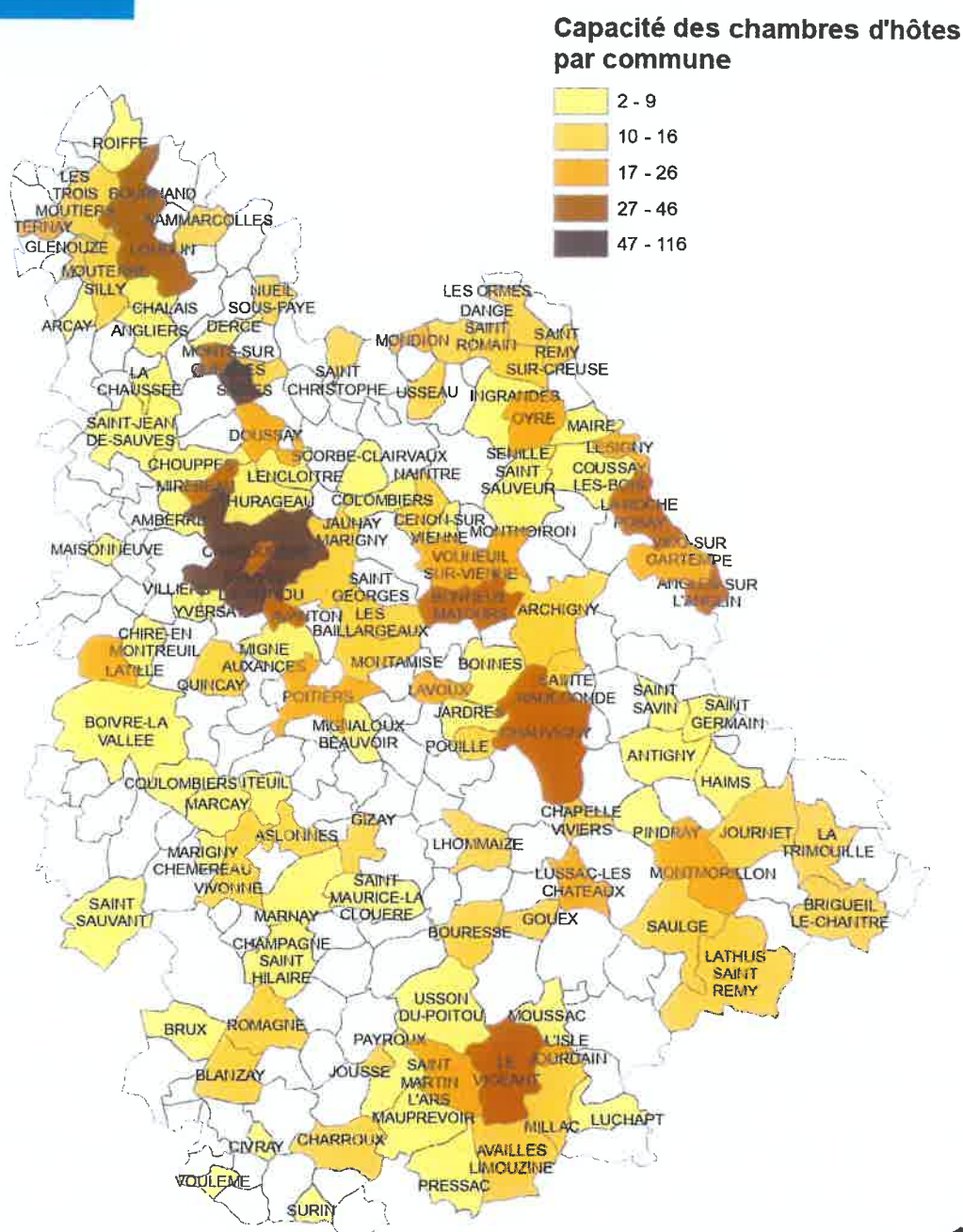
Sources : Département de la Vienne, SIRTACUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022



Annexe 6 – Les chambres d'hôtes dans la Vienne



Les chambres d'hôtes dans la Vienne



Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
 Réalisation : DCT, Observatoire touristique
 Date : mars 2022

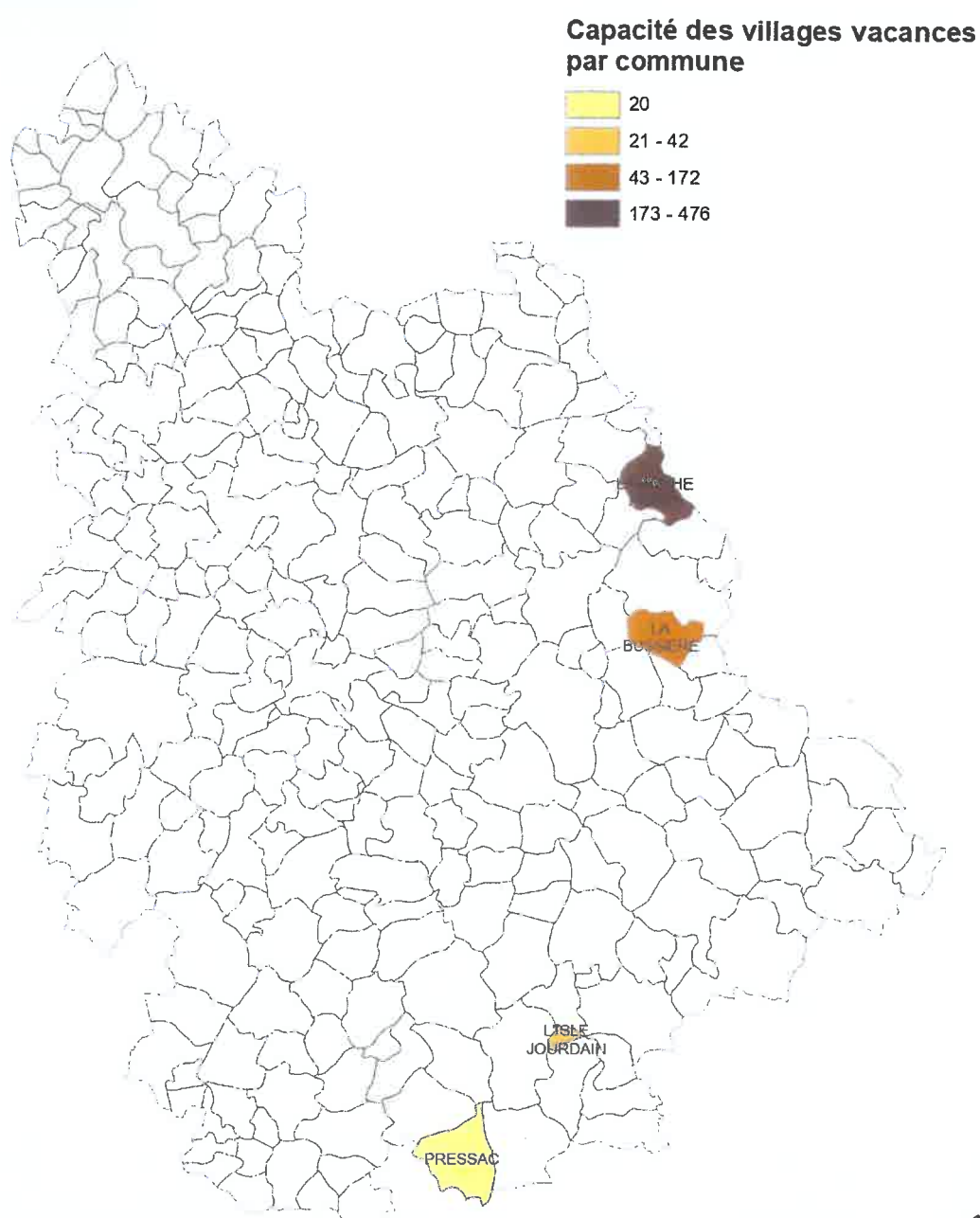
0 5 10 20
 Km



Annexe 7 – Les villages de vacances dans la Vienne



Les villages vacances dans la Vienne



Sources : Département de la Vienne, SIRTAQUI
Réalisation : DCT, Observatoire touristique
Date : mars 2022

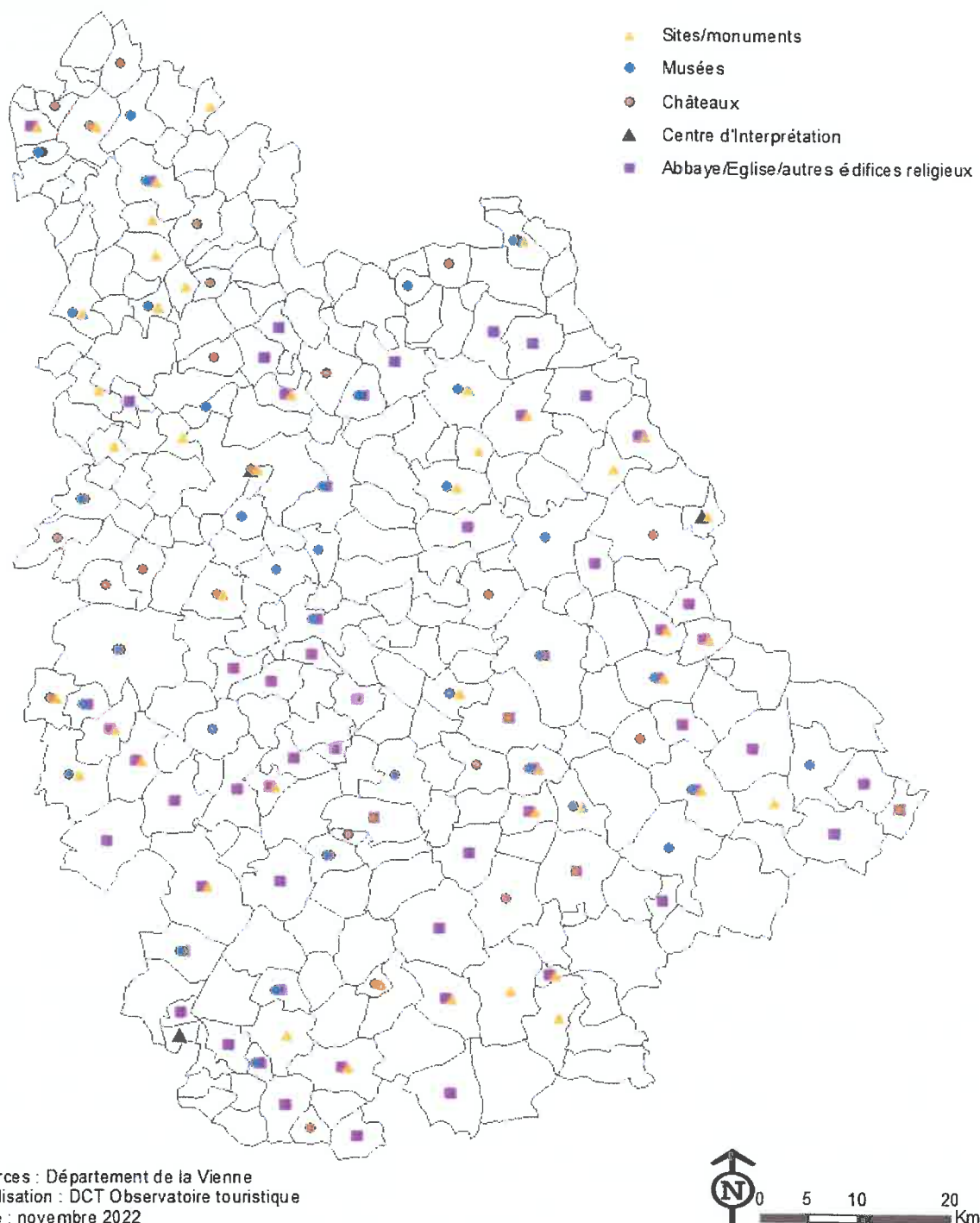
0 5 10 20
Km



Annexe 8 – Le patrimoine culturel

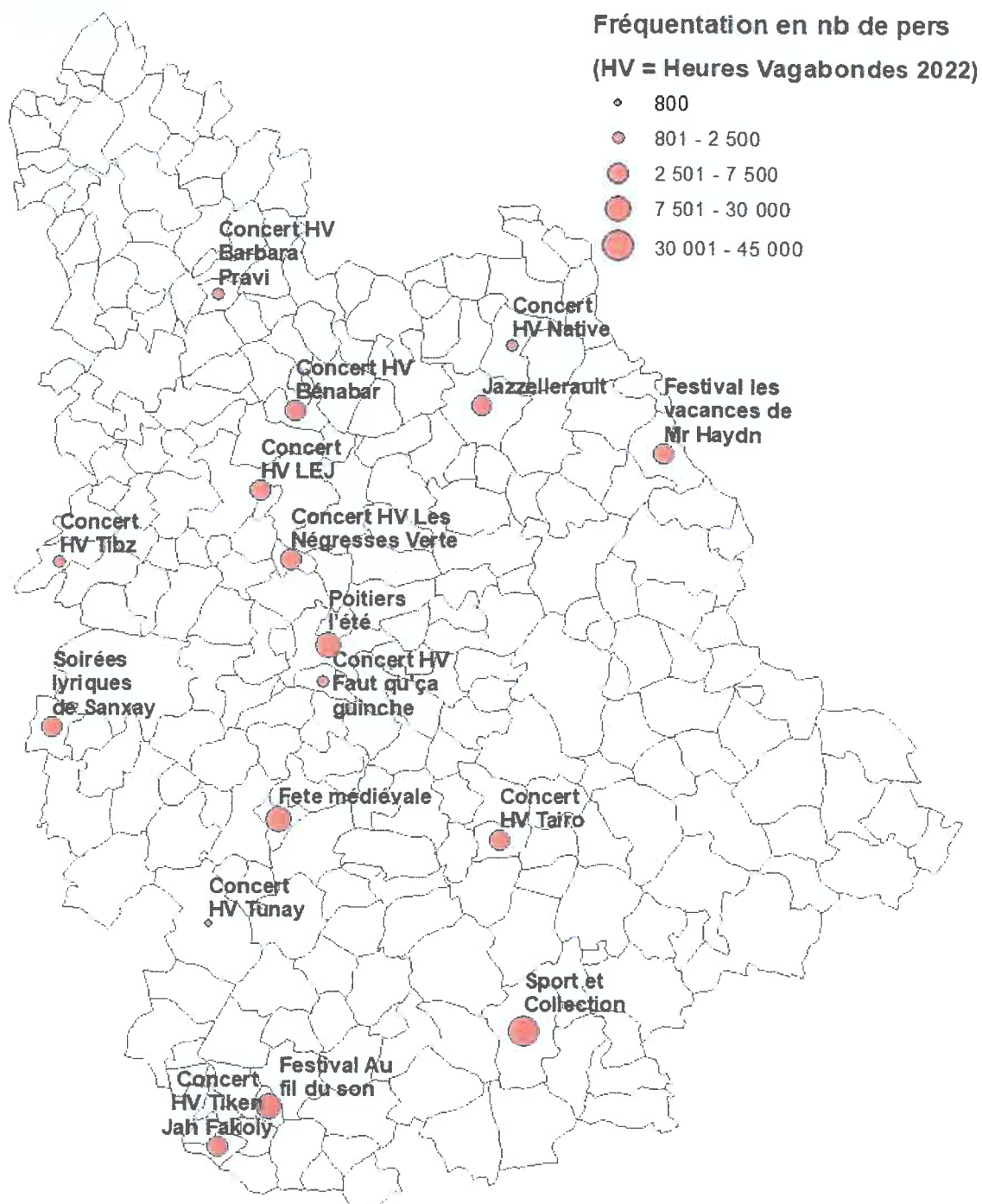


Le patrimoine monumental et bâti dans la Vienne





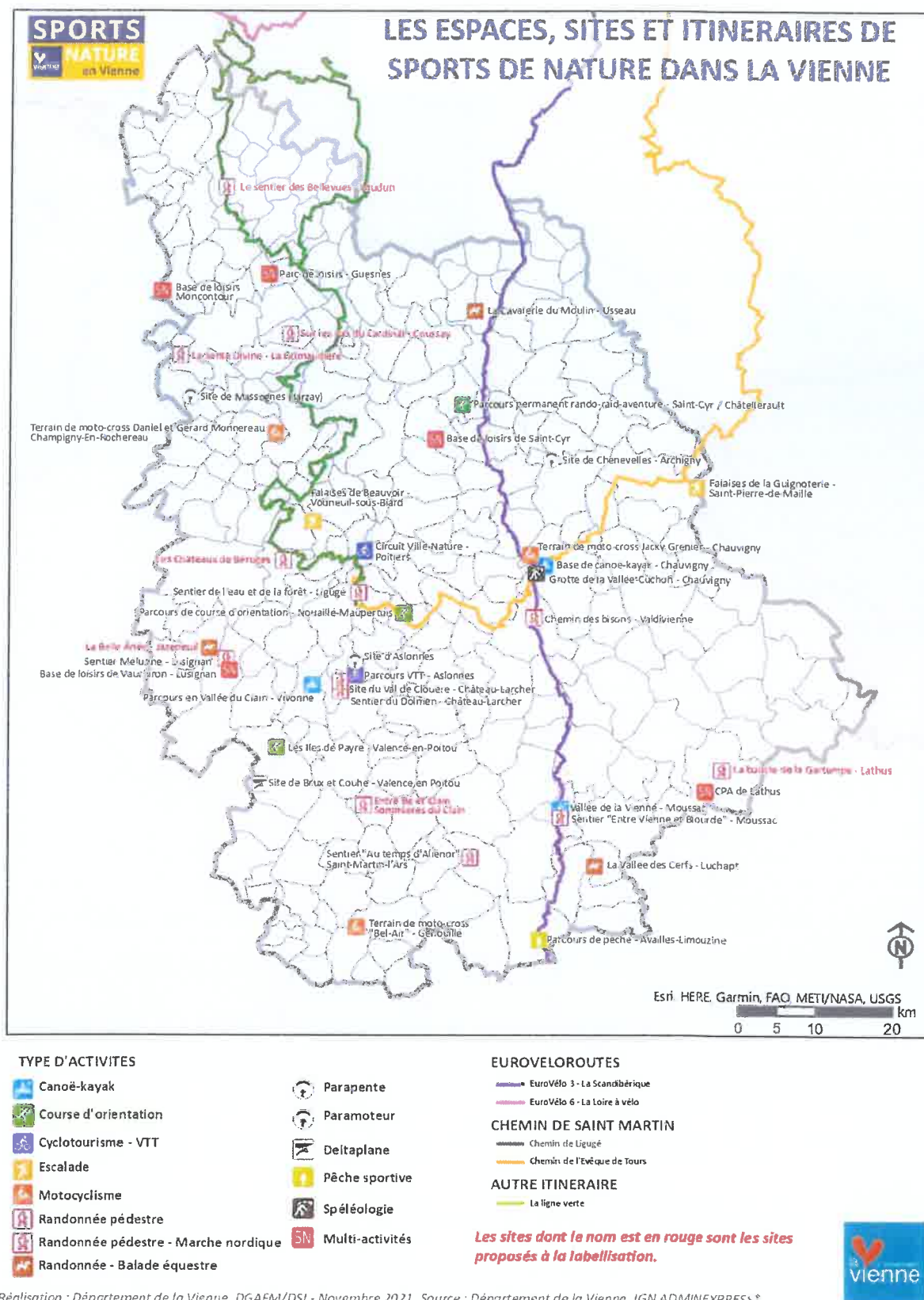
Les principaux événements dans la Vienne



Sources : Département
Réalisation : Observatoire départemental
Date : novembre 2022



Annexe 9 – La filière de pleine nature





0 5 10 Kilomètres

Légende

- ★ Sites actuellement en gestion départementale
- ★ Nouveaux sites d'intervention départementale

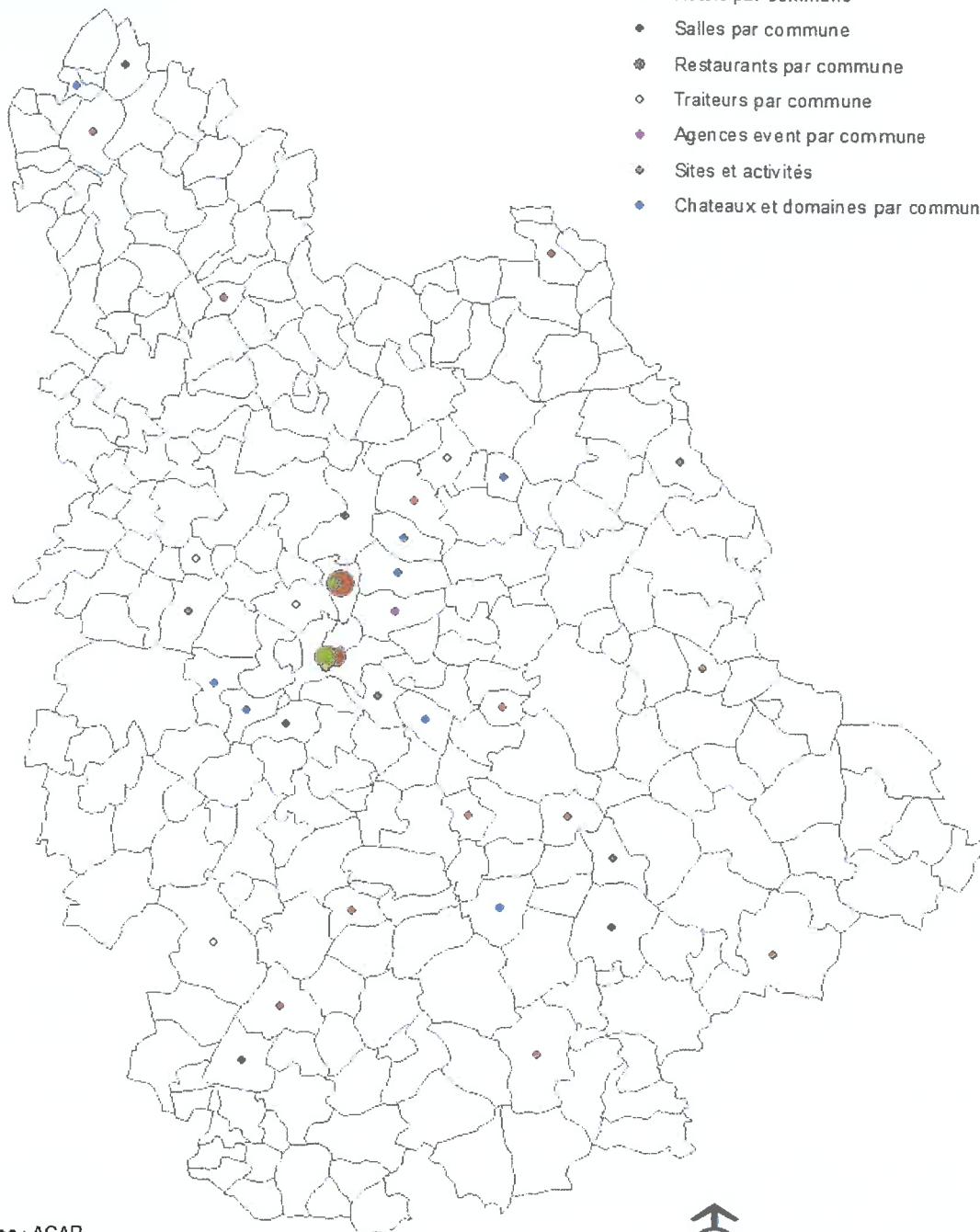
Annexe 10 – La filière Tourisme d'affaires



La filière Tourisme d'Affaires

Légende

- ◆ Hôtels par commune
- ◆ Salles par commune
- ⊗ Restaurants par commune
- ◊ Traiteurs par commune
- ◆ Agences event par commune
- ◆ Sites et activités
- ◆ Chateaux et domaines par commune



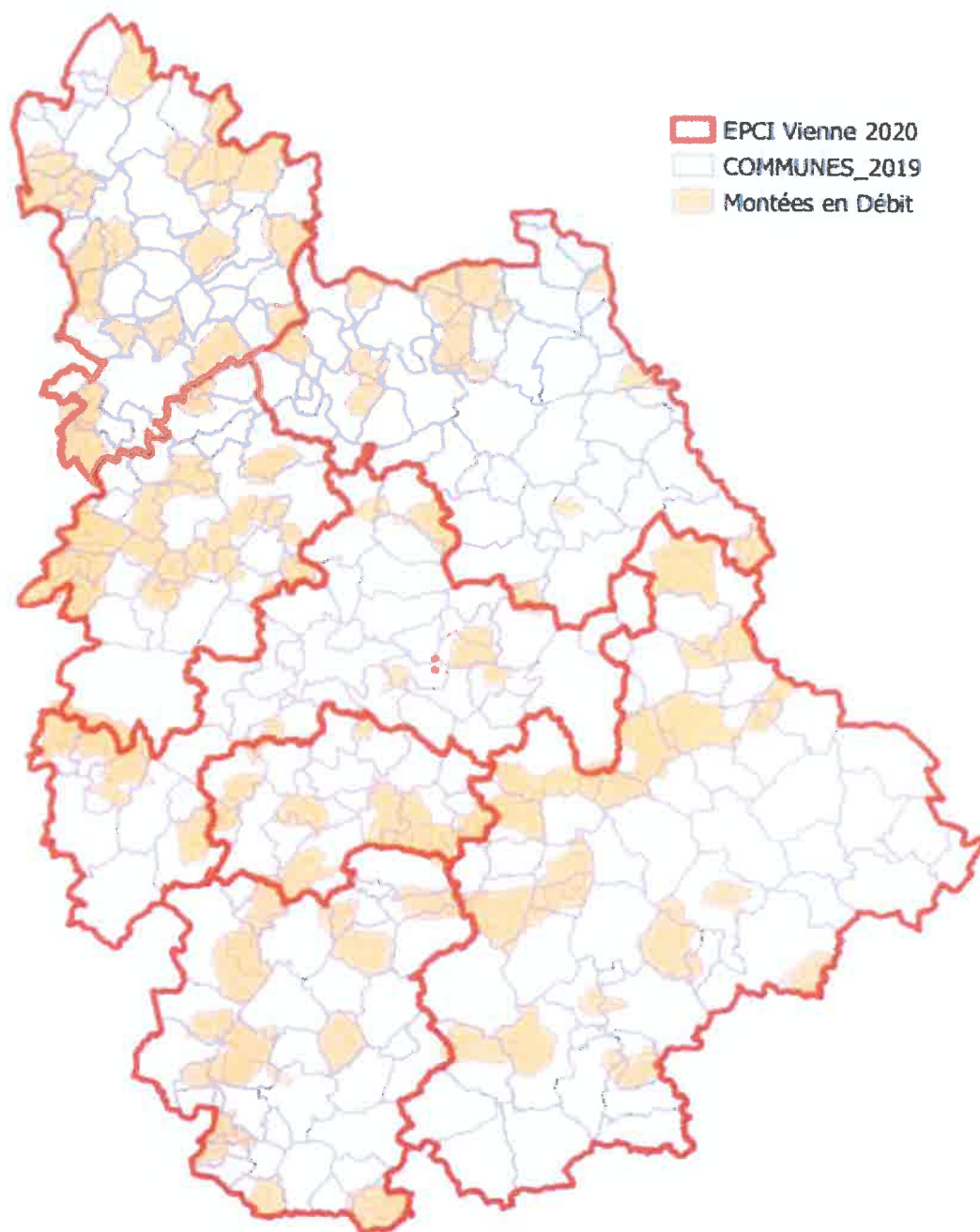
Sources : ACAP
Réalisation : DCT Observatoire touristique
Date : novembre 2022



0 5 10 20 Km

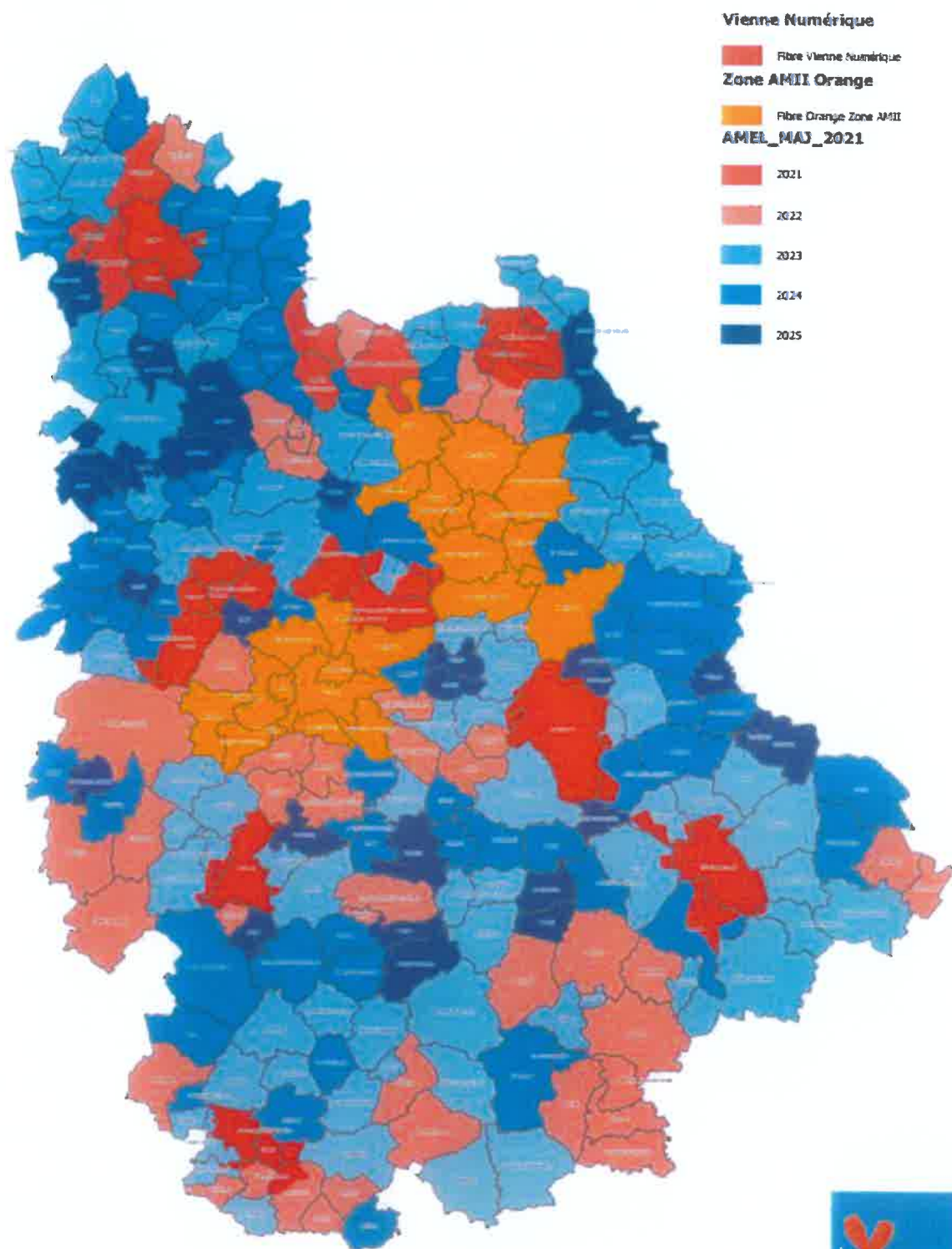
Annexe 11 – La couverture numérique

Les montées en débit dans la Vienne



Déploiement de la fibre sur le département de la Vienne

DEPLOIEMENT DE LA FIBRE SUR LE DEPARTEMENT DE LA VIENNE



Calendrier prévisionnel issu de la convention. La notion de "À partir de" : correspond à la période à partir de laquelle les travaux de déploiement peuvent commencer sous réserve du retour positif des études de projet. Les dates étant susceptibles de changer en fonction des faisabilités techniques.





Schéma départemental touristique 2023 – 2028 de la Vienne

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



160 cours du Médoc
33300 Bordeaux
www.protourisme.com

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, évènements, ...).
- 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.**

Les grands principes du schéma départemental touristique 2023 – 2028 de la Vienne

- ⇒ **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.

619/879

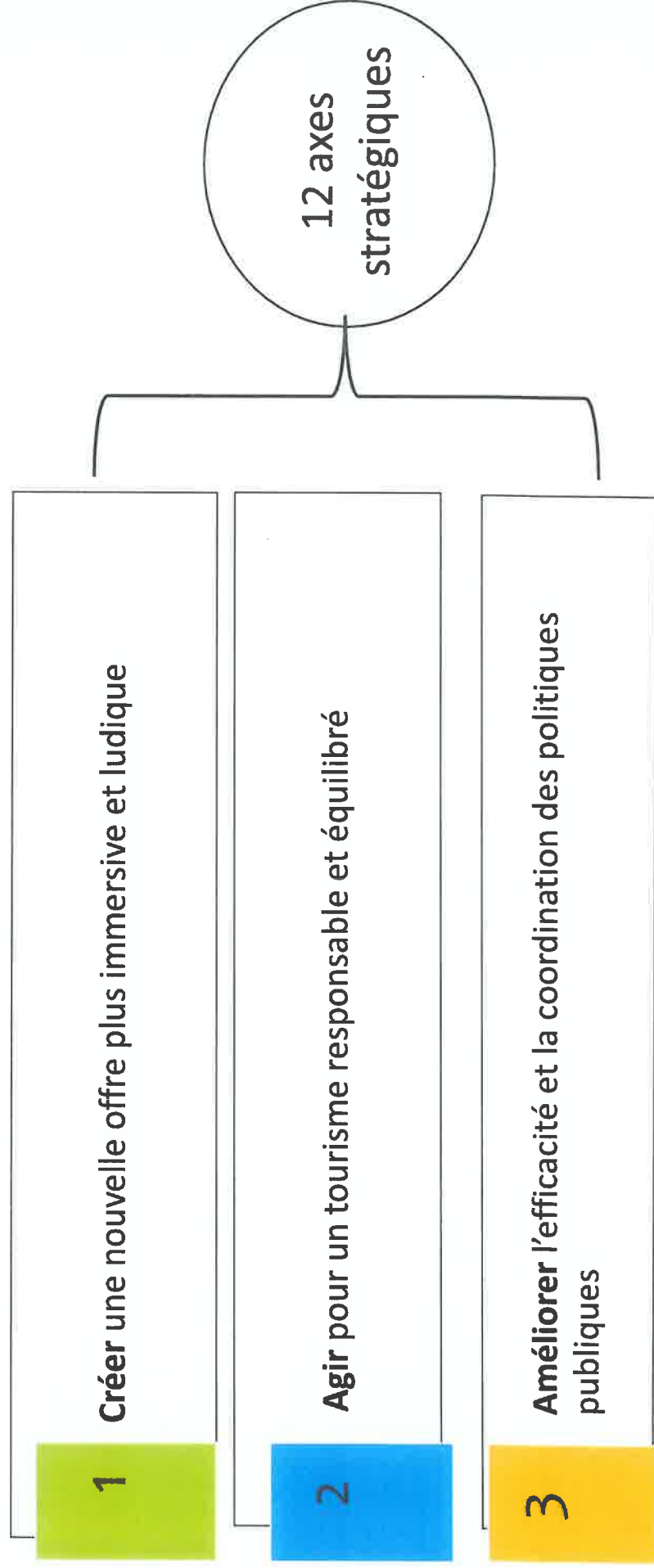


Proposition des nouveaux défis et axes stratégiques du Schéma départemental touristique 2023 – 2028 de la Vienne

620/879



Les 3 grands défis du Schéma départemental touristique 2023 – 2028 de la Vienne



Déclinaison du défi n°1 en axes stratégiques

Défi

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

Déclinaison du défi n°2 en axes stratégiques

Défi

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'oénotourisme, 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 certification environnementale, 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

623/879



Déclinaison du défi n°3 en axes stratégiques

Défi 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

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...).

625/879



Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 1 : Faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique

Mode opératoire - Leviers à activer :

- 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 Conseil Départemental / 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,...

Mode opératoire - Leviers à activer :

Cet accompagnement pourrait se traduire par (suite) :

- 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 ...

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 1 : Faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique

Mode opératoire - Leviers à activer :

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 Guesne ; Abbaye de Charroux ; site gallo-romain de Sanxay ; abbaye royale de La Réau ; château de Montreuil-Bonnin ; les Tours Mirandes ...

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 1 : Faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique

Mode opératoire - Leviers à activer :

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.

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

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 » ... ?

Défi

1

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 2 : Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques

Mode opératoire - Leviers à activer :

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.

Mode opératoire - Leviers à activer :

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 », ...

630/879

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 2 : Renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques

Mode opératoire - Leviers à activer :

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 (suite) :

- 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, ...)

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

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.

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.

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

Défi

1

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 3 : Asseoir le département de la Vienne en tant que « Destination Affaires »

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 8 : Mettre en œuvre le plan d'actions 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'actions commercial et la création des outils de conquête.

633/879



Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

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'Eurovéloroute 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, food truck, ... (aires de services tous les 20/30 km / Halte - Repos tous les 10 km environ).

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 4 : Mieux structurer les filières de pleine nature

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 9 : Mettre en tourisme les grands itinéraires de randonnées (pédestre, vélo,...) de la Vienne (suite) :

- 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 locaux.
- Sensibiliser des hébergeurs à l'adaptation de leur offre (équipement, prestations, services, ...).

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 4 : Mieux structurer les filières de pleine nature

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 9 : Mettre en tourisme les grands itinéraires de randonnées (pédestre, vélo,...) de la Vienne (suite) :

- 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 stationnements,...

Défi

1

Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 4 : Mieux structurer les filières de pleine nature

Mode opératoire - Leviers à activer :

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 labélisés « 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 sport 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 Scévollès à Monts-sur-Guesnes, baignade / plage aménagée en milieu naturel, 6371879

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.



Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique

Axe stratégique 4 : Mieux structurer les filières de pleine nature

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 10 : Proposer la mise en tourisme des « Stations Sports Nature en Vienne » labélisées par la CDESI (suite) :

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).

Agir pour un tourisme responsable et 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 découverts.

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), EPCL, 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).

Agir pour un tourisme responsable et 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,...

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 11 : Structurer, organiser et animer une offre d'excellence produits du terroir / agritourisme / œnotourisme / artisanat (suite) :

- 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, ...

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

Axe 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,...)

■ 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).

Agir pour un tourisme responsable et équilibré

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.

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 13 : Favoriser les déplacements touristiques à faible impact environnemental :

Premières propositions d'actions :

- 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, Lusignay,...
 - 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.

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 Conseil Départemental (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.

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

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 Châtelleraut, 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.

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

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,...**

Mode opératoire - Leviers à activer :

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-diagnostic, 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.

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

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 filières** (sites de visite, nature, itinérance, terroir et gastronomie, patrimoine culturel, tourisme urbain, affaires, ...), par cibles et par saison.
Créer un univers bien spécifique, travailler son contenu, ses produits et décliner ses outils pour séduire de nouvelles clientèles.

3 Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

Axe stratégique 11 : Adopter un nouveau plan marketing à partir de la stratégie de Marque et repenser la mise en marché

Mode opératoire - Leviers à activer :

Objectif opérationnel 17 : Repenser les actions marketing et s'appuyer sur une communication image/produit (suite) :

- 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 **filiales 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 filiales incontournables et de sites remarquables, de ses produits touristiques, de ses événementsiels, ...
- **Déployer le système de place de marché** sur lequel travaille l'ACAP.

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

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 Conseil Départemental.
- Contractualiser par voie de convention sur 3 ans entre l'échelon départemental (CD86-ACAP) et l'échelon local (Collectivité/OT).**

Améliorer l'efficacité et la coordination des politiques publiques

Axe stratégique 12 : Coordonner et contractualiser les partenariats avec les acteurs publics et privés

Mode opératoire - Leviers à activer :

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,...

REUNION DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU 16 DECEMBRE 2022 - BUDGET PRIMITIF

COMMISSION TOURISME, ATTRACTIVITE

Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement
Direction de la Culture et du Tourisme

RAPPORT DU PRESIDENT

SCHEMA DEPARTEMENTAL TOURISTIQUE 2023-2028



Depuis la création du Futuroscope, le Département porte une politique forte de développement et d'accompagnement de l'activité touristique, elle-même moteur du développement économique départemental et de l'attractivité territoriale. La Vienne bénéficie aujourd'hui d'un maillage dynamique de plus de 500 hébergements et de plus de 150 sites et activités touristiques qui génèrent des retombées économiques sur l'ensemble du territoire.

Afin de conforter son rôle de coordinateur et facilitateur du développement touristique, le Département de la Vienne a souhaité mettre en place un schéma départemental touristique pour la période 2023-2028 afin de soutenir le développement cohérent et structuré de cette activité sur l'ensemble de la destination départementale.

Ce schéma fait suite à un premier plan départemental touristique 2018-2021 dont les objectifs principaux étaient d'affirmer la poursuite de l'action départementale en matière de tourisme suite à la loi NOTRe et de permettre au Département de continuer à jouer pleinement son rôle d'accompagnateur de l'émergence d'une offre touristique de qualité. Ce premier plan de développement touristique a permis de poser les prémices d'une structuration touristique départementale qui reste aujourd'hui à poursuivre.

Un bilan de ce premier plan, joint en annexe 1 du présent rapport, a été réalisé en lien avec les principaux acteurs touristiques (23 entretiens réalisés). Un diagnostic de l'activité touristique, joint en annexe 2 du présent rapport, a aussi été établi en partenariat avec l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP).

Parallèlement à ces travaux, le Département de la Vienne a souhaité, pour ce nouveau schéma départemental touristique, réaliser une large concertation de l'ensemble des acteurs de ce secteur et s'est, pour cela, appuyé sur l'expertise des cabinets Bastille et ProTourisme pour, respectivement, les sujets suivants :

- l'identité et le positionnement touristiques de la Vienne : 2 journées de découverte terrain (rencontres avec 10 sites), 30 entretiens, 3 ateliers, 1 470 personnes sondées par le CSA Research ;
- le développement de l'activité touristique et plus spécifiquement la structuration de la filière Tourisme d'Affaires : 3 journées de découverte terrain (rencontres avec 13 sites et le Club Tourisme d'Affaires), 30 entretiens, 12 séminaires.

Cette concertation a permis un large partage des enjeux touristiques départementaux avec les différents acteurs et de faire émerger 3 grands défis dont découlent 12 axes stratégiques, déclinés en 19 objectifs opérationnels :

- Défi 1 : Créer une nouvelle offre plus immersive et ludique :
 - o Axe stratégique 1 : faire de la Vienne la référence d'un tourisme familial et ludique,
 - Objectif opérationnel 1 : faire évoluer le dispositif « Expériences Famille » avec les Offices de Tourisme,
 - Objectif opérationnel 2 : développer l'attractivité des sites de visite, villes et villages de la Vienne, en leur apportant une dimension expérientielle,
 - Objectif opérationnel 3 : mettre en scène le patrimoine, la culture et l'histoire du Département et notamment de sa ville centre, Poitiers,
 - Objectif opérationnel 4 : créer un Pass Tourisme départemental
 - o Axe stratégique 2 : renforcer la performance et l'innovation dans l'offre d'hébergements touristiques,
 - Objectif opérationnel 5 : réaliser le schéma de développement des hébergements marchands de la Vienne,
 - 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,
 - o Axe stratégique 3 : asseoir le département de la Vienne en tant que « Destination Affaires »,
 - Objectif opérationnel 7 : créer une organisation fédératrice des acteurs du tourisme d'Affaires de la Vienne « Vienne Destination Affaires »,
 - Objectif opérationnel 8 : mettre en œuvre le plan d'actions commercial et sa déclinaison en outils,
 - o Axe stratégique 4 : mieux structurer les filières de pleine nature,
 - Objectif opérationnel 9 : mettre en tourisme les grands itinéraires de randonnées (pédestre, vélo, ...) de la Vienne
 - Objectif opérationnel 10 : proposer la mise en tourisme des « Stations Sports Nature en Vienne » labélisées par la CDESI,

- Défi 2 : Agir pour un tourisme responsable et 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...,
 - Objectif opérationnel 11 : structurer, organiser et animer une offre d'excellence produits du terroir/agritourisme/œnotourisme/artisanat,
 - Axe 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 opérationnel 12 : agir pour un tourisme responsable
 - Axe stratégique 7 : poursuivre le développement d'une offre de transports alternative à la voiture et renforcer l'offre d'écomobilité,
 - Objectif opérationnel 13 : favoriser les déplacements touristiques à faible impact environnemental,
- 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,
 - Objectif opérationnel 14 : redéfinir le cercle vertueux de la gouvernance touristique,
 - Axe stratégique 9 : mieux piloter la politique touristique grâce à une observation et une prospective renforcées,
 - Objectif opérationnel 15 : renforcer l'observatoire du tourisme départemental,
 - Axe stratégique 10 : développer l'ingénierie au service des acteurs
 - Objectif opérationnel 16 : renforcer l'ingénierie touristique à l'échelle départementale,
 - 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,
 - Objectif opérationnel 17 : repenser les actions marketing et s'appuyer sur une communication image/produit,
 - Axe stratégique 12 : coordonner et contractualiser les partenariats avec les acteurs publics et privés
 - Objectif opérationnel 18 : conduire une politique de Contractualisation et d'Appels à Projets,
 - Objectif opérationnel 19 : renforcer le mode collaboratif des acteurs du tourisme de la Vienne.

Ces 3 grands défis, 12 axes stratégiques et 19 objectifs opérationnels structurent le schéma départemental touristique 2023-2028 qu'il vous est proposé d'adopter et qui est joint en annexe 3.

Je vous propose :

- **de prendre acte du bilan du plan départemental touristique 2018-2021, joint en annexe 1, et du diagnostic touristique du département, joint en annexe 2,**
- **d'approuver le schéma départemental touristique 2023-2028 joint en annexe 3.**



Je vous invite à délibérer sur ce dossier.

Le 32.

32. Politique touristique : BP 2023

Isabelle BARREAU : Il s'agit du budget alloué au tourisme pour 2023. Il vous est proposé 1 814 800 € en fonctionnement et 150 000 € en investissement dans le détail et sur le rapport. Nous en avons également parlé hier, budget iso 2022 sauf les fonds pour Proxi'Loisirs.

Alain PICHON : Y a-t-il des avis contraires ? Des abstentions ? C'est adopté.

DEPARTEMENT DE LA VIENNE

DELIBERATION DU CONSEIL
DEPARTEMENTAL

Séance du 16 décembre 2022

POLITIQUE TOURISTIQUE : BP 2023

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
La Commission Tourisme, Attractivité s'étant réunie,
Le Conseil Départemental de la Vienne, en séance publique le 16 décembre 2022 à l'Hôtel du Département à Poitiers, le quorum étant atteint,
Au bénéfice des considérations mentionnées dans le rapport,
Après en avoir délibéré et voté,

DECIDE, au titre du budget primitif 2023 relatif à la politique publique touristique :

- d'inscrire des crédits de paiement pour 1 814 800 € en fonctionnement,
- d'inscrire des crédits de paiement pour 155 000 € en investissement.

ADOPTÉ

Le Président du Conseil Départemental,



Alain PICHON

Date de télétransmission au Contrôle de Légalité	20/12/2022
Identifiant de la télétransmission	086-228600011-20221216-000000000007017-DE
Date de publication	22/12/2022

REUNION DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU 16 DECEMBRE 2022 - BUDGET PRIMITIF

COMMISSION TOURISME, ATTRACTIVITE

Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement
Direction de la Culture et du Tourisme

RAPPORT DU PRESIDENT

POLITIQUE TOURISTIQUE : BP 2023



1/ Périmètre d'intervention de la politique publique

La politique publique touristique comprend les domaines d'interventions suivants :

- l'élaboration et le suivi du schéma touristique départemental,
- l'accompagnement et la coordination des acteurs publics et privés, en particulier de l'ACAP,
- le suivi de l'activité et des tendances touristiques grâce à l'Observatoire touristique départemental,
- l'élaboration et le suivi du schéma de signalisation touristique,
- la structuration des filières,
- la promotion du territoire à l'échelle nationale.

En revanche, elle ne concerne pas les activités telles que les aides économiques aux acteurs privés.

2/ Grandes orientations pour le budget 2023

L'année 2022 a été consacrée à l'élaboration du schéma touristique départemental 2023-2028, proposé au vote de l'Assemblée Départementale le 16 décembre 2022. Les grandes orientations pour le budget 2023 visent les premières mises en œuvre de ce schéma :

- écriture et suivi de la Convention Pluriannuelle d'Objectifs entre le Département de la Vienne et l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP),
- poursuite du développement de l'Observatoire touristique départemental,
- structuration de la filière Tourisme d'Affaires,
- révision et le suivi du schéma de signalisation touristique.

3/ Synthèse budgétaire par programme

La proposition budgétaire 2023 peut se résumer dans le tableau ci-dessous :

Programme	Fonctionnement			Investissement		
	CA 2021	BP 2022	Proposition 2023	CA 2021	BP 2022	Proposition 2023
Subventions aux acteurs touristiques départementaux (01STOURISM)	1 850 500 €	1 645 300 €	1 625 800 €			
Soutien à la dynamique touristique	93 275 €	284 500 €	189 000 €			
Signalisation touristique				5 740€	50 000 €	50 000 €
Château de Monts sur Guesnes (21PHISTORI)				2 096 851€	1 116 714 €	105 000 €
Total	1 943 775 €	1 929 800 €	1 814 800 €	2 102 591€	1 166 714 €	155 000 €

4/ Présentation plus détaillée des programmes

Subventions aux acteurs touristiques départementaux

L'animation touristique dans la Vienne est assurée par différents organismes, associations ou collectivités publiques qui bénéficient d'aides du Département.

Pour l'année 2023, il est proposé d'inscrire un crédit de **1 615 800 €** pour fédérer les professionnels et les acteurs du tourisme. Cela comprend notamment les subventions de fonctionnement pour l'ACAP, le Relais Départemental des Gîtes de France et l'Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative. Cela comprend également une subvention en faveur du Conseil en Architecture Urbanisme et Environnement de la Vienne pour que ce dernier puisse, dans le cadre du label « Villes et Villages Fleuris », accompagner les communes, organiser le jury, la réception de remise des prix et des actions d'information et de sensibilisation à la prise en compte de la qualité du cadre de vie.

Ces subventions feront l'objet d'un rapport séparé présenté au vote d'une prochaine Commission Permanente.

Il est également proposé d'inscrire un crédit de **10 000 €** en soutien au fonctionnement des autres organismes touristiques départementaux.

Soutien à la dynamique touristique

→ Fédération des acteurs

Soutenir la promotion des sites touristiques du département

La soirée du Top du Tourisme est un événement annuel, créé en 2011, qui rassemble et récompense les acteurs touristiques de la Vienne. Le Département souhaite, en partenariat avec la Nouvelle République, contribuer aux récompenses attribuées aux acteurs touristiques de la Vienne pour l'année 2023.

Il est proposé d'inscrire un crédit de **9 000 €** pour l'édition 2023 du Top du Tourisme.

Etudes et prospectives

Il pourra être utile de faire appel à des prestataires extérieurs pour accompagner le Département pour la mise en œuvre des orientations définies dans le schéma touristique départemental 2023-2028.

Il est proposé d'inscrire, pour cet objet, un crédit de **27 500 €**.

Mettre en tourisme les chemins de randonnée

Dans le cadre de sa politique en faveur du développement de l'itinérance douce, le Département a travaillé à la création et à la mise en tourisme du Chemin de Ligugé et de la Scandibérique.

L'offre des itinéraires de randonnée continue de se développer et doit être valorisée.

En 2023, il est proposé d'inscrire, pour cette action, un crédit de **2 500 €**.

Valoriser les communes pour leurs actions en matière de fleurissement

Depuis plus d'une dizaine d'années, le fleurissement des collectivités territoriales a fortement évolué et ce, pour des raisons à la fois économiques et environnementales. Le Département a toujours souhaité encourager les élus à valoriser leurs communes avec un fleurissement durable de qualité.

Le label "Villes et Villages Fleuris" bénéficie d'une forte notoriété auprès des visiteurs et notamment auprès des touristes. L'amélioration du cadre de vie est, en effet, le premier geste d'accueil touristique. Pour valoriser les efforts des municipalités, une cérémonie est organisée en fin d'année avec une remise de diplômes et l'attribution de prix financiers.

Il est proposé d'inscrire un crédit de **15 000 €** pour le paiement des prix financiers aux communes.

Contribuer à la mise en réseau des acteurs touristiques

En 2023, le Département continuera à soutenir des événements favorisant la mise en réseau des acteurs touristiques.

Il est proposé d'inscrire un crédit de **5 000 €** en faveur d'événements contribuant à cette mise en réseau.

Abonnement logiciel Data Presse

Pour la mise en valeur de la destination, le Département doit renforcer ses actions en termes de relations médias. Des accueils presse de journalistes locaux et nationaux sont organisés tout au long de l'année. Le logiciel Data Presse est un outil indispensable pour la connaissance de ces médias et permet ainsi de mettre en place des accueils personnalisés. L'abonnement sera mutualisé entre la Direction de la Communication du Département et l'ACAP.

L'abonnement d'accès au fichier national Data Presse devant être reconduit en 2023, il est proposé d'inscrire un crédit de **3 000 €**.

Château de Monts sur Guesnes

Le Département de la Vienne souscrira une assurance propriétaire-non occupant pour le château dont la prime est estimée à **1 000 €**.

→ Développement de l'observatoire touristique départemental

Le développement de l'Observatoire touristique départemental se poursuivra en 2023 avec notamment la finalisation de l'étude de la clientèle touristique en partenariat avec les acteurs publics et privés du département.

Dans le cadre de la poursuite du développement de l'observatoire touristique départemental, il est proposé d'inscrire un crédit de **110 000 €**.

→ Finalisation de la mise en œuvre du Système d'Information Touristique

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan de développement touristique, le Département s'est engagé à offrir une expérience personnalisée aux touristes via internet. Pour cela, la mise en place d'un Système d'Information Touristique (SIT) a été lancée en 2019. Ce SIT, mis gratuitement à disposition de l'ACAP et des offices de tourisme du territoire, doit permettre à la fois de recenser l'offre touristique existante sur l'ensemble du département mais également de mieux connaître le profil et les attentes des touristes. Le déploiement du SIT se poursuivra en 2023.

Pour cette action, il est proposé d'inscrire un crédit de **16 000 €**.

Signalisation touristique

Dans le cadre de sa politique touristique, le Département a décidé de mettre en place une signalisation permettant aux touristes d'accéder le plus facilement possible aux sites, dans la limite de la législation. En effet, le maillage du territoire par la création de sites structurants a entraîné une diversité et une richesse de l'offre touristique dans des lieux souvent reculés.

Ainsi, en juin 2017, le Département a mis en place un schéma départemental de signalisation touristique visant à réglementer les types de panneaux pouvant être implantés sur le territoire. Chaque année, dans le respect de ce schéma, un certain nombre de prestataires peuvent être accompagnés dans l'implantation de panneaux. Le schéma départemental de signalisation touristique sera révisé en 2023.

En 2023, le renouvellement de la signalétique de la ligne acadienne sera finalisé à l'occasion du 250^{ème} anniversaire du retour des Acadiens à Châtelleraut. Une signalétique supplémentaire de l'Abbaye de Saint-Savin sera également mise en place pour accroître la visibilité de l'abbaye dans le cadre de son 40^{ème} anniversaire UNESCO.

Il est proposé d'inscrire, pour 2023, un budget de **50 000 €** pour la signalisation touristique.

Château de Monts sur Guesnes

10 ans après la naissance du projet d'un historial du Poitou, le château de Monts sur Guesnes a ouvert le 26 mai dernier.

Cette première saison partielle de fonctionnement a permis de positionner dans le nord Vienne un site qui sera dans le futur une étape majeure entre le Futuroscope et les sites du Val de Loire.

Avec un taux de satisfaction excellent, les visiteurs ont pu découvrir dans un château entièrement restauré, une scénographie très originale. En complément, le site offre aux visiteurs des jeux médiévaux et surtout des armes de jet grande nature qui ont fait la joie de tous les publics. Enfin, son bar et sa boutique ont permis de compléter l'offre touristique.

A la date de fermeture du Château, le 13 novembre 2022, la barre des 15 000 visiteurs était largement dépassée et les pré-réservations de groupes pour le printemps 2023 vont bon train.

Les premières analyses de fréquentation font apparaître une forte présence des habitants de la Vienne, permanents ou en résidences secondaires, puis le Val de Loire et la région parisienne. Les Belges et les Hollandais ont été les visiteurs étrangers les plus nombreux.

Le Département de la Vienne, porteur de ce projet en tant qu'autorité concédante, et conformément au contrat de concession, versera au concessionnaire ALIENOR, en contrepartie des investissements initiaux et des réinvestissements en cours de contrat, une participation annuelle, pour investissement par le concessionnaire, d'un montant de 105 000 €.

Je vous propose au titre du budget primitif 2023 relatif à la politique publique Touristique :

- d'inscrire des crédits de paiement pour 1 814 800 € en fonctionnement,
- d'inscrire des crédits de paiement pour 155 000 € en investissement.

■ ■
■

Je vous invite à délibérer sur ce dossier.

INSCRIPTION DE CREDITS DE PAIEMENT (HORS AP/AE) (1 ligne par imputation)

DEPENSES	MONTANT en euros	IMPUTATION
	1 625 800 €	65.633.65748
	9 000 €	011.633.6236
	27 500 €	011.633.617
	2 500 €	011.633.6238
	15 000 €	65.633.6518
	5 000 €	011.633.6234
	3 000 €	011.633.6288
	1 000 €	011.633.6168
	110 000 €	011.633.617

	16 000 € 50 000 € 105 000 €	011.633.6188 23.633.2315 204.633.20422
RECETTES		

Le 33.

Isabelle BARREAU : Alors après je m'en vais, pardon.

Alain PICHON : Ah oui ! Pour le coup, c'est toi Sandrine. Non, c'est François.

François BOCK : Je vais attendre qu'elle soit véritablement partie.

33. Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou

Subvention de fonctionnement 2023

François BOCK : Ce sont simplement les missions des comités départementaux du tourisme qui sont encadrés par le Code du tourisme. Dans notre département, c'est l'ACAP (Agence de créativité et d'attractivité du Poitou) qui porte ces missions. Il vous est simplement proposé d'individualiser la dotation de 1 625 800 € inscrite au budget prévisionnel de 2023 pour mettre en crédits de paiement les 1 554 000 € en faveur de l'Agence de créativité et d'attractivité du Poitou qui est le bras armé du Département.

Alain PICHON : Bravo ! Y a-t-il des avis contraires ? Pardon ? Ludovic.

Ludovic DEVERGNE : Quelques mots sur cette délibération. Là aussi, se redire ou se contredire, nous allons nous redire. Nous avons tenu une commission permanente – si ma mémoire est bonne – dans le collège Joséphine Baker il y a quelques mois. À l'occasion d'un sujet similaire, nous avons souhaité attirer votre attention, en tout cas nous émettions des doutes sur le fait qu'une élue puisse être déléguée au tourisme et en même temps être Présidente d'une association qui est fortement financée sur le tourisme par le Département. Je le dis tout de suite, ce n'est pas la question d'Isabelle. Ce serait quelqu'un d'autre dans l'assemblée, je n'ai aucun problème là-dessus. En tout cas, nous émettons des doutes sur ce sujet.

À cette occasion, lors du précédent débat, le Sénateur BELIN, qui n'est pas là ce matin, nous avait proposé à l'époque de nous transmettre une note qui, selon lui, levait les doutes que nous émettions à l'époque. Nous ne l'avons pas encore reçue et nous émettons toujours des doutes parce que nous pensons que cela contreviendrait, peut-être, un principe comptable qui est la séparation de l'ordonnateur et du payeur. Normalement, un élu ne peut pas manipuler indirectement des sommes qui viennent du Département dans une association. Nous allons voter contre cette délibération et nous souhaiterions que soit éclairci précisément ce point juridique sur lequel nous appelons votre attention parce que, tout simplement, nous ne souhaiterions pas que ni l'Assemblée ni l'élue ne soient embêtées sur ce sujet. Voilà notre explication de vote, M. le Président.

Alain PICHON : Merci pour cette explication. Y a-t-il d'autres demandes de prise de parole ? Des avis contraires ? 4. Des abstentions ? C'est adopté. Merci François.

DEPARTEMENT DE LA VIENNE

**DELIBERATION DU CONSEIL
DEPARTEMENTAL**

Séance du 16 décembre 2022

**AGENCE DE CREATIVITE ET D'ATTRACTIVITE DU POITOU
Subvention de fonctionnement 2023**

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

La Commission Tourisme, Attractivité s'étant réunie,

Le Conseil Départemental de la Vienne, en séance publique le 16 décembre 2022 à l'Hôtel du Département à Poitiers, le quorum étant atteint, Alain PICHON, Isabelle BARREAU, Sandrine BARRAUD, Jean-Olivier GEOFFROY, Valérie DAUGE, Benoît COQUELET, Marie-Jeanne BELLAMY, Marie-Renée DESROSES, Gérard HERBERT, Jérôme NEVEUX et Francis GOMEZ ne prenant pas part à la délibération,

Au bénéfice des considérations mentionnées dans le rapport,

Après en avoir délibéré et voté, le Groupe « La Vienne en transition » ayant voté contre,

DECIDE :

- d'individualiser, sur la dotation de 1 625 800 € inscrite au budget primitif 2023, un crédit de paiement de 1 554 000 € en faveur de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou,
- d'attribuer une subvention de 1 554 000 € en faveur de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou et de procéder aux versements, comme précisé dans l'avenant n°1 à la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003 annexé au présent rapport,
- d'autoriser le Président du Conseil Départemental à signer avec l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou l'avenant n°1 à la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003 annexé au présent rapport.

ADOPTÉ

Le Président du Conseil Départemental,



Alain PICHON

Date de télétransmission au Contrôle de Légality	20/12/2022
Identifiant de la télétransmission	086-228600011-20221216-000000000007016-DE
Date de publication	22/12/2022



**AVENANT N°1 A LA
CONVENTION D'OBJECTIFS
ET DE MOYENS
N° 2022-C-DGAJ2E-DCT-0003**

ENTRE LES SOUSSIGNES :

☞ Le Département de la Vienne, ayant son siège Place Aristide Briand, CS 80319, 86008 Poitiers Cedex, représenté par M. Guillaume de RUSSÉ, Président délégué du Conseil Départemental autorisé par arrêté n°2022-A-DGAFMN-050 en date du 5 juillet 2022 portant délégation de fonctions, et dénommé ci-après « le Département »,

d'une part,

ET

☞ L'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP), ayant son siège 33 place Charles de Gaulle, CS20287, 86007 Poitiers Cedex, représentée par la Présidente du Conseil d'Administration, Mme Isabelle BARREAU, et dénommée ci-après « le Bénéficiaire »,

d'autre part,

□□

VU le Code Général des Collectivités Territoriales,

VU le Code du Tourisme et notamment ses articles L131-5 et L 132-1 à L132-6,

VU la loi du 1^{er} juillet 1901 relative au contrat d'association,

VU la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations,

VU le décret n° 2001-495 du 6 juin 2001 pris pour l'application de l'article 10 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 et relatif à la transparence financière des aides octroyées par les personnes publiques,

VU les statuts de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou adoptés le 14 avril 2021 par délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 1^{er} juillet 2021 relative aux délégations de compétences du Conseil Départemental à la Commission Permanente,

VU la délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental en date du 17 décembre 2021 relative au Budget primitif 2022,

VU la délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental du 14 avril 2022 autorisant la signature entre le Département et l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou de la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003,

VU la délibération du Conseil Départemental du 16 décembre 2022 relative au budget primitif 2023, autorisant la signature du présent avenant,

VU la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003 signée le 16 mai 2022,

VU la demande de subvention en date du 6 avril 2022 de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou pour le fonctionnement et les actions proposées par cet organisme pour l'année 2022,

VU la demande de subvention en date du XXXXXXXX de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou pour le fonctionnement et les actions proposées par cet organisme en 2023,

Il est convenu ce qui suit :

PREAMBULE

Les missions des Comités Départementaux du Tourisme (CDT) sont encadrées par le Code du Tourisme.

Le CDT exerce des missions légales et a pour vocation de contribuer au développement et au dynamisme du territoire départemental en s'appuyant sur le Code du Tourisme, et notamment sur les articles suivants :

- Article L. 132-1 : « *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* ».
- Article L. 132-2 : « *Le Comité Départemental du Tourisme, créé à l'initiative du Conseil Départemental, prépare et met en œuvre la politique touristique du département.* ».
- Article L. 132-4 : « *Le Conseil Départemental confie tout ou partie de la mise en œuvre de la politique du tourisme du département au Comité Départemental du Tourisme qui contribue notamment à assurer l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques, en collaboration avec les professionnels,*

les organismes et toute structure locale intéressés à l'échelon départemental et intercommunal. »

Le Comité Départemental du Tourisme de la Vienne, créé le 3 mars 1970, est dénommé Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou depuis le 3 décembre 2015. Dans ses statuts, adoptés le 14 avril 2021 par délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental, l'Agence a pour objet :

Actions liées au tourisme dans le cadre des dispositions du code du tourisme :

- 1) Promouvoir le tourisme par ses actions propres et par la coordination des actions des divers organismes, groupements, collectivités et entreprises intéressés,
- 2) Mettre en œuvre tout ou partie de la politique touristique définie par le Département de la Vienne, notamment dans le cadre du Plan de développement touristique départemental,
- 3) Assurer, en liaison avec toutes les organisations qualifiées, le recueil et la diffusion des informations, la promotion des sites et territoires de la Vienne et l'organisation de toutes manifestations ou activités susceptibles de soutenir le renom et l'attractivité touristiques du département,
- 4) Apporter son concours aux différents organismes représentatifs du tourisme dans le département et animer les réseaux d'acteurs touristiques de la Vienne,
- 5) Participer à l'élaboration, la promotion et la commercialisation des offres touristiques, en collaboration avec les professionnels et les organismes concernés par le tourisme à l'échelon départemental et intercommunal ainsi qu'avec toute structure locale établie à cet effet,
- 6) Participer autant que de besoin au recueil des statistiques touristiques du territoire afin de contribuer, notamment, à l'observatoire départemental du tourisme assuré par les services du Département,
- 7) Organiser des actions d'information et de sensibilisation en mettant à disposition des acteurs touristiques du département son expertise ou ses compétences,
- 8) Mettre en place des partenariats en vue de développer les filières touristiques définies comme prioritaires dans le Plan de développement touristique départemental, de façon directe ou indirecte,
- 9) Collaborer à des actions de promotion touristique à l'international menées par le Département, la Région, l'Etat, l'Union Européenne ou tout autre collectivité ou organisme, en cohérence avec le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs,
- 10) Procéder à la qualification et au classement des prestataires départementaux selon les dispositions nationales légales et réglementaires en vigueur,
- 11) Collaborer ou participer à la mise en œuvre d'opérations mutualisées avec les partenaires touristiques, culturels et sportifs de la Vienne.

Dans l'article 1 des statuts, il est précisé :

- « Article 1.1 : Il est constitué, à l'initiative du Conseil Départemental de la Vienne, entre les personnes morales, collectivités territoriales et leurs groupements du Département de la Vienne, une association régie par la Loi du 1^{er} juillet 1901. Elle exerce les missions du Comité Départemental du Tourisme conformément aux articles L131-5 et L132-1 à L132-6 du Code du Tourisme.
- Article 1.2 : Cette association prend le titre d'« Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP). »

Article 1 : Objet de l'avenant

Le présent avenant à la convention n°2022–C–DGAJ2E–DCT–0003 (ci-après, la Convention) a pour objet de permettre à l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) de poursuivre, en 2023, les actions définies dans la Convention et de préciser les moyens alloués à son fonctionnement.

Article 2 : Durée de la convention

L'article 3 de la Convention est modifié et rédigé ainsi qu'il suit :

« La présente convention est conclue pour une durée de 2 ans à compter du 1^{er} janvier 2022 soit jusqu'au 31 décembre 2023.

Elle pourra également faire l'objet d'un avenant en fonction des évolutions liées à la mise en place du schéma touristique départemental. »

Article 3 : Le cadre budgétaire 2023 et les moyens alloués à l'ACAP par le Département

L'article 5.1 de la Convention prévoyait le cadre budgétaire 2022. Il convient donc de le modifier et compléter ainsi qu'il suit :

«

✓ Article 5.1 : Subvention de fonctionnement

Le montant de la subvention départementale au titre du fonctionnement de l'ACAP s'élèvera à 1 554 000 € pour l'année 2023.

Le versement de cette subvention s'opérera en trois échéances selon les modalités suivantes :

- un acompte de 654 000 € versés après signature de l'avenant n°1 à la présente convention et sur présentation :
 - du compte de résultat de l'année 2022, du bilan comptable 2022 et du budget prévisionnel 2023,
 - du rapport d'activité 2022,
 - d'un organigramme à jour,
- un acompte de 490 000 € versés en juillet.
- le solde de 410 000 € versés en décembre après présentation du bilan d'activités et d'un bilan financier prévisionnel de l'année 2023.

Ces versements seront réalisés sur production d'un état trimestriel de trésorerie attestant le caractère raisonnable des excédents éventuels, et à condition que les contrôles réalisés par le Département n'aient pas relevé d'anomalie rédhibitoire. Les versements seront effectués, selon les procédures comptables en vigueur, au bénéfice de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou, sur le compte bancaire aux coordonnées suivantes : 19406 00000 67165432484 45 – BIC : AGRIFRPP894 – IBAN : FR76 1940 6000 0067 1654 3248 445 ouvert au Crédit Agricole. Le comptable assignataire du paiement est le payeur départemental.

Les crédits correspondants à cette subvention sont inscrits au budget départemental sur le chapitre 65.633 / 65748.

Courant octobre 2023, l'ACAP devra fournir au Département un premier bilan d'activités de l'année en cours portant sur les actions mises en œuvre dans le cadre

du schéma départemental touristique (quantitatif et qualitatif) ; son projet de stratégie de communication détaillé pour l'année N+1 (actions et coûts), ainsi qu'un bilan financier prévisionnel de l'année 2023.

»

Article 4 : Le suivi et la modification de la Convention

L'article 7 de la Convention est modifié et rédigé ainsi qu'il suit :

« La présente convention prévoit des objectifs pour les années 2022 et 2023.

Le suivi de la convention sera assuré par la Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement – Direction de la Culture et du Tourisme, qui organisera, autant que de besoin, les réunions nécessaires au suivi de la présente convention et ce, en lien avec les autres Directions concernées du Département.

Les modifications de tout ou partie des articles de la présente convention devront faire l'objet d'une modification par avenant convenu entre les parties. »

Article 5 : Dispositions finales

Les autres dispositions de la Convention restent inchangées.

Fait à Poitiers en deux exemplaires originaux, le.....

Le Président délégué du Conseil
Départemental de la Vienne,

La Présidente du Conseil d'Administration
de l'Agence de Créativité et
d'Attractivité du Poitou,

Guillaume de RUSSÉ

Isabelle BARREAU

REUNION DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU 16 DECEMBRE 2022 - BUDGET PRIMITIF

COMMISSION TOURISME, ATTRACTIVITE

Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement
Direction de la Culture et du Tourisme

RAPPORT DU PRESIDENT

AGENCE DE CREATIVITE ET D'ATTRACTIVITE DU POITOU Subvention de fonctionnement 2023

INDIVIDUALISATION DE CREDITS

	AP/AE	En euros Crédits de paiement
Montants votés (BP, DM, reports) (a)		1 625 800,00
Montants individualisés (b)		
Montants mandatés		
Disponible pour individualiser (c) = (a-b)	0,00	1 625 800,00
Montant des propositions d'individualisation (d)		1 554 000,00
Disponible après décision (e) = (c-d)	0,00	71 800,00



Le Département a signé en 2022 une convention d'objectifs et de moyens avec l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP), approuvée par délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental du 14 avril 2022.

Dans ce cadre, il est proposé de prolonger cette convention en 2023 afin de permettre à l'ACAP de poursuivre ses missions dans l'attente du dialogue de gestion qui précisera les missions déléguées et les moyens alloués à l'ACAP pour la mise en œuvre du schéma départemental touristique 2023-2028.

Par délibération du Conseil Départemental du 16 décembre 2022 relative au budget primitif 2023, un crédit de 1 625 800 € a été inscrit pour l'individualisation de subventions en faveur des organismes qui contribuent à fédérer les professionnels et les acteurs du tourisme de la Vienne et à organiser des actions d'intérêt départemental.

Il est proposé d'accorder à l'ACAP, au titre de l'année 2023, une subvention de 1 554 000 €. L'avenant n°1 à la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003, qu'il vous est

proposé d'approuver en annexe du présent rapport, précise les modalités d'intervention financière du Département.

Je vous propose :

- d'individualiser, sur la dotation de 1 625 800 € inscrite au budget primitif 2023, un crédit de paiement de 1 554 000 € en faveur de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou,
- d'attribuer une subvention de 1 554 000 € en faveur de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou et de procéder aux versements comme précisé dans l'avenant n°1 à la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003 annexé au présent rapport,
- de m'autoriser à signer avec l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou l'avenant n°1 à la convention n°2022-C-DGAJ2E-DCT-0003 annexé au présent rapport,
- de prélever les crédits de paiement sur le chapitre 65 / fonction 633 / nature 65748.

■ ■
■

Je vous invite à délibérer sur ce dossier.

Le plan relance tourisme. François, est-ce toi ?

François BOCK : Non, ce n'est pas moi.

Alain PICHON : Si, c'est toi. Tu m'autorises à signer l'avenant.

34. Plan de relance Volet Tourisme

François BOCK : Simplement prendre acte que les crédits qui n'étaient pas consommés peuvent être réaffectés à l'Agence de créativité touristique de la Vienne. Tout simplement.

Alain PICHON : Effectivement, c'est une délibération de régularisation. Y a-t-il des avis contraires ? 4. Des abstentions ? C'est adopté. Merci Isabelle BARREAU et François BOCK.

DEPARTEMENT DE LA VIENNE

DELIBERATION DU CONSEIL
DEPARTEMENTAL

Séance du 16 décembre 2022

PLAN DE RELANCE VOLET TOURISME

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,

La Commission Tourisme, Attractivité s'étant réunie,

Le Conseil Départemental de la Vienne, en séance publique le 16 décembre 2022 à l'Hôtel du Département à Poitiers, le quorum étant atteint, Alain PICHON, Isabelle BARREAU, Sandrine BARRAUD, Jean-Olivier GEOFFROY, Valérie DAUGE, Benoît COQUELET, Marie-Jeanne BELLAMY, Marie-Renée DESROSES, Gérard HERBERT, Jérôme NEVEUX et Francis GOMEZ ne prenant pas part à la délibération,

Au bénéfice des considérations mentionnées dans le rapport,

Après en avoir délibéré et voté, le Groupe « La Vienne en transition » ayant voté contre,

PREND ACTE des crédits non consommés du reliquat du volet tourisme du plan de relance départemental 2021 à hauteur de 56 630 €,

DECIDE d'autoriser le Président du Conseil Départemental à signer l'avenant n° 6 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017 entre le Département et l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP), joint en annexe.

ADOPTÉ

Le Président du Conseil Départemental,



Alain PICHON

Date de télétransmission au Contrôle de Légalité	20/12/2022
Identifiant de la télétransmission	086-228600011-20221216-000000000007015-DE
Date de publication	22/12/2022



AVENANT N°6 A LA CONVENTION DE PARTENARIAT N°2020-C-DGS-DCT-0017

Entre le Département de la Vienne et l'Agence de Créativité et
d'Attractivité du Poitou pour la mise en œuvre des actions du volet
Tourisme du Plan de relance départemental

ENTRE LES SOUSSIGNES :

☞ **Le Département de la Vienne**, dont le siège social est situé
place Aristide Briand – CS 80319 - 86008 – POITIERS
CEDEX et représenté par le Président délégué du Conseil
Départemental, Monsieur Guillaume de RUSSÉ, autorisé
par arrêté n°2022-A-DGAFMN-050 en date du 5 juillet 2022
portant délégation de fonctions,

- D'UNE PART -

ET

☞ **L'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou
(ACAP)**, dont le siège social est situé 33 place Charles de
Gaulle – CS 20287 - 86007 POITIERS CEDEX et
représentée par la Présidente du Conseil d'Administration,
Madame Isabelle BARREAU,

- D'AUTRE PART -

□ □

VU le Code Général des Collectivités Territoriales,

VU le Code du Tourisme et notamment ses articles L131-5 et L 132-1 à L132-6,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 3 juillet 2020 précisant les
conditions de mise en œuvre du volet Tourisme du Plan de relance départemental et
autorisant la signature de la convention N°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 18 septembre 2020 autorisant
la signature de l'avenant n°1 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 18 décembre 2020 autorisant
la signature de l'avenant n°2 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 18 mars 2021 autorisant la signature de l'avenant n°3 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 17 décembre 2021 autorisant la signature de l'avenant n°4 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental en date du 24 juin 2022 autorisant la signature de l'avenant n°5 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017,

VU la délibération du Conseil Départemental en date du 16 décembre 2022 autorisant la signature du présent avenant,

VU le bilan fourni par l'ACAP, par courriel, en date du 10 novembre 2022 concernant les crédits non encore consommés du plan de relance,

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

Préambule :

Le Département a mis en œuvre en 2020 un volet Tourisme du Plan de relance départemental de 750 000 € avec pour objectifs d'augmenter l'attractivité du Département auprès des touristes et de développer de manière immédiate le chiffre d'affaires des acteurs touristiques de la Vienne.

Ces mesures ont rencontré un succès très important et ont permis d'accroître l'attractivité de l'ensemble des acteurs touristiques départementaux, quelles que soient leur taille et leur situation géographique.

En 2021, l'attente des acteurs touristiques, dont l'activité était encore très impactée par un contexte sanitaire et économique qui continuait d'être dégradé, restait extrêmement forte vis-à-vis du Département. Il a donc été proposé, lors du vote du Budget Primitif 2021, de poursuivre le soutien à la consommation touristique et la promotion de la destination Vienne dans le cadre d'un Plan de relance touristique départemental 2021.

A cette fin, le Département a prévu de consacrer un budget de 473 500 € à cette action en 2021 :

- 243 500 € de crédits déjà versés à l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP),
- 230 000 € de crédits reportés en 2021.

L'ACAP a présenté le bilan des actions menées dans le cadre du plan de relance 2021. Le développement des parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu en ligne et l'accompagnement de la communication de la filière tourisme d'affaires restaient à poursuivre.

Suite également à l'envoi du bilan final 2021 de consommation des crédits qu'elle a dédiés au plan de relance, l'ACAP a poursuivi les actions suivantes sur l'année 2022, dans la limite des montants alloués pour chacune d'elles :

- projet de développement de parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu en ligne : 194 948 € TTC,
- accompagnement de la filière tourisme d'affaires : 10 000 € TTC pour la réalisation d'un « teaser » vidéo de destination dont l'objectif est d'être la vitrine de la destination affaires de la Vienne,
- 56 630 € TTC pour une action définie comme prioritaire dans le cadre de la stratégie touristique départementale.

Article 1 : Objet de l'avenant

Suite à l'envoi par courriel, en date du 10 novembre 2022, par l'ACAP des dépenses réalisées en 2022 sur les crédits du Plan de relance et du bilan prévisionnel des travaux restants, le présent avenant à la convention N°2020-C-DGS-DCT-0017 (ci-après, la Convention) a pour objet de permettre à l'ACAP de mener et finaliser la mise en place d'une action définie comme prioritaire dans le cadre de la stratégie touristique départementale et dont le montant consacré, issu du reliquat de subvention du plan de relance, s'élève à 56 630 €.

Article 2 : Modification de l'objet de la convention

L'article 1 de la Convention est modifié et complété ainsi qu'il suit :

« La présente convention a pour objet de définir les conditions visant :

- (...)
- **à permettre à l'ACAP, en 2023, de mener et finaliser la mise en place d'une action définie comme prioritaire dans le cadre de la stratégie touristique départementale (utilisation des crédits du plan de relance à hauteur de 56 630 €),**
- (...)

»

Article 3 : Durée

L'article 2 de la Convention est modifié et rédigé ainsi qu'il suit :

« La présente convention prend effet au jour de sa signature et prendra fin le 31 décembre 2023.

Elle s'applique aux dépenses afférentes engagées par l'ACAP à compter du 1^{er} juin 2020.

Elle pourra être modifiée par voie d'avenant. »

Article 4 : Conditions du partenariat

L'article 3 de la convention est complété ainsi qu'il suit :

« **3. A Mission confiée :**

L'ACAP s'engage à poursuivre et finaliser les actions initiées dans le cadre du plan de relance 2021 tel que précisé dans l'article 1 de la présente convention.

3.B Suivi technique et politique de l'organisation - évaluation :

Concernant les actions poursuivies par l'ACAP en 2023, un état des actions engagées sera envoyé à la Direction de la Culture et du Tourisme tous les mois jusqu'au 30 septembre 2023 de manière à pouvoir informer régulièrement le Président du Conseil Départemental de la mise en œuvre du plan de relance.

Un bilan de la mise en œuvre de ces actions poursuivies en 2023 devra être présenté au Département pour le 31 octobre 2023 en vue d'une présentation lors de la Commission tourisme précédant l'adoption du Budget Primitif 2024 par le Conseil Départemental. »

Article 4 : Dispositions finales

Les autres dispositions de la Convention restent inchangées.

Fait à Poitiers en deux exemplaires originaux, le.....

Le Président délégué du Conseil
Départemental de la Vienne,

La Présidente du Conseil d'Administration
de l'Agence de Créativité et
d'Attractivité du Poitou,

Guillaume de RUSSÉ

Isabelle BARREAU

REUNION DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU 16 DECEMBRE 2022 - BUDGET PRIMITIF

COMMISSION TOURISME, ATTRACTIVITE

Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement
Direction de la Culture et du Tourisme

RAPPORT DU PRESIDENT

PLAN DE RELANCE VOLET TOURISME



Par délibération du Conseil Départemental du 18 mars 2021, le Département a approuvé la mise en œuvre d'un plan de relance Tourisme de 473 500 €.

Ce plan de relance 2021 s'appuyait sur les propositions de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) et du Club des Hébergements de la Vienne.

Le Département a confié à l'ACAP la mise en œuvre des plans de relance 2020 et 2021 par convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-0017.

Suite au bilan de ce plan de relance, approuvé par délibération du Conseil Départemental du 17 décembre 2021 et qui s'appuyait sur un bilan des actions de l'ACAP pour partie arrêté au 30 novembre 2021, cette convention a été prolongée en 2022.

Le bilan final de consommation des crédits du plan de relance, transmis par l'ACAP en mai 2022 et approuvé par délibération de la Commission Permanente du Conseil Départemental du 24 juin 2022, affichait un reliquat non consommé de 261 578 € destiné à la mise en œuvre de la stratégie touristique départementale avec le développement de parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu en ligne (194 948 €), l'accompagnement de la filière Tourisme d'Affaires (10 000 €) et la mise en place d'une action définie comme prioritaire dans le cadre de la stratégie touristique départementale (56 630 €).

L'ACAP, dans un courriel en date du 10 novembre 2022 au Département, faisait état de 56 630 € de crédits non encore consommés sur ce reliquat.

Il est donc proposé de modifier la convention n°2020-C-DGS-DCT-0017, entre le Département et l'ACAP, par voie d'avenant n° 6 joint en annexe, pour permettre à l'ACAP de finaliser, en 2023, la mise en œuvre de la stratégie touristique départementale par la mise en place d'une action définie comme prioritaire dans le cadre de la stratégie touristique départementale.

Je vous propose :

- **de prendre acte des crédits non consommés du reliquat du volet Tourisme du plan de relance départemental 2021 à hauteur de 56 630 €,**
- **de m'autoriser à signer l'avenant n° 6 à la convention de partenariat n°2020-C-DGS-DCT-00017 entre le Département et l'ACAP, joint en annexe.**



Je vous invite à délibérer sur ce dossier.

Sybil.

COMMISSION RELATIONS INTERNATIONALES

35. Coopération internationale : BP 2023

Sybil PECRIAUX : Pour ce budget 2023, les actions sont toujours les mêmes. Nous soutenons techniquement et financièrement les associations qui font des coopérations avec l'international. Nous aidons les jeunes collégiens et universitaires à faire des stages ou des déplacements à l'étranger et nous valorisons le Département de la Vienne à travers les échanges de compétences.

- Au Canada, nous avons un gros travail sur l'autisme et nous travaillons aussi sur le 250^e anniversaire de la ligne acadienne ;
- Au Togo, Jacques AUMASSON (Chargé de Mission des Relations Internationales) a réussi à monter un dossier FICOL qui nous apporte 700 000 €. C'est à souligner, ce ne sont pas seulement des dépenses, mais nous allons aussi chercher des financements pour faire les choses. Là, nous avons un projet d'adressage, de gestion des déchets et de radio pour informer la population, car malheureusement il y a beaucoup de personnes là-bas qui ne savent pas encore lire. Nous ne saurions pas trop comment faire la distribution d'informations ;
- En Autriche, nous allons renouveler la coopération. Nous avons vu des choses très intéressantes dont je parlerai avec Anne-Florence sur la médecine et sur l'innovation énergie. Joëlle était avec moi et elle a pris toutes les informations ;
- En Argentine, nous continuons le projet FICOL avec des échanges CHU et SDIS très positifs.

Je vous propose d'inscrire un budget de frais de fonctionnement de 421 400 €, mais aussi des recettes qui correspondent aux financements que nous allons chercher de 176 400 € qui sont en partie pour l'Agence Française de Développement (AFD) et en partie pour le Ministère des Affaires étrangères. Une stabilité avec un + 50 000 € pour l'organisation du 250^e anniversaire de la ligne acadienne.

Alain PICHON : Merci Sybil. Y a-t-il des demandes de prise parole ? Des avis contraires ? Des abstentions ? C'est adopté. Une coopération internationale active.

DEPARTEMENT DE LA VIENNE

**DELIBERATION DU CONSEIL
DEPARTEMENTAL**

Séance du 16 décembre 2022

COOPERATION INTERNATIONALE : BP 2023

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales,
 La Commission Relations Internationales s'étant réunie,
 Le Conseil Départemental de la Vienne, en séance publique le 16 décembre 2022 à l'Hôtel du Département à Poitiers, le quorum étant atteint,
 Au bénéfice des considérations mentionnées dans le rapport,
 Après en avoir délibéré et voté,

DECIDE, au titre du budget primitif 2023 relatif à la politique publique de coopération internationale :

- d'inscrire un crédit de paiement de 421 400 € en dépenses de fonctionnement,
- de prévoir des recettes à hauteur de 176 400 € en fonctionnement :
 - 150 000 € de l'Agence Française de Développement pour le projet FICOL en Argentine,
 - 26 400 € du Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères pour le projet d'échanges d'apprentis cuisiniers,
- d'autoriser la prise en charge :
 - des frais de déplacement et d'hébergement des personnes extérieures aux services départementaux lors de missions ponctuelles pour le compte du Département,
 - des frais d'accueil de délégations étrangères et des personnes invitées aux manifestations dans le cadre de la politique de coopération internationale.

ADOPTÉ

Le Président du Conseil Départemental,



Alain PICHON

Date de télétransmission au Contrôle de Légalité	20/12/2022
Identifiant de la télétransmission	086-228600011-20221216-000000000007010-DE
Date de publication	22/12/2022

REUNION DU CONSEIL DEPARTEMENTAL DU 16 DECEMBRE 2022 - BUDGET PRIMITIF

COMMISSION RELATIONS INTERNATIONALES

Direction Générale Adjointe de la Jeunesse, de l'Education et de l'Epanouissement
Mission des Relations Internationales

RAPPORT DU PRESIDENT

COOPERATION INTERNATIONALE : BP 2023



1/ Périmètre d'intervention de la politique publique

L'action extérieure menée par le Département de la Vienne a toujours démontré sa volonté d'ouvrir son territoire sur le monde. Elle favorise une meilleure connaissance et un meilleur dialogue entre des populations que tout pourrait différencier. Elle concourt aux échanges d'expériences pour améliorer les pratiques et favorise l'émancipation des jeunes, grâce à ses dispositifs d'aide à la mobilité internationale.

La politique publique de coopération internationale comprend les domaines d'interventions suivants :

- soutenir des actions de coopération solidaires et partenariales,
- favoriser le renforcement d'une conscience européenne et internationale en offrant aux jeunes une expérience internationale,
- utiliser l'ouverture au monde pour valoriser le Département de la Vienne et développer son attractivité,
- renforcer l'exercice des compétences départementales par des échanges d'expériences et de bonnes pratiques avec l'étranger.

2/ Grandes orientations pour le budget 2023

L'année 2023 sera marquée par la poursuite et le développement des projets avec principalement 4 partenaires du Département :

Argentine (Province de Juju)

Projet « gastronomie et territoire » : échanges d'apprentis cuisiniers

Canada (Nouveau-Brunswick)

Coordination du projet de célébrations du 250^{ème} anniversaire de l'arrivée des Acadiens dans le Poitou

Togo (Commune de Wawa 1)

Mise en place d'un projet FICOL sur l'adressage et la gestion des déchets de la commune de Wawa 1

Autriche (Land de Styrie)

Land de Styrie : relance du partenariat et renouvellement de la convention de coopération

3/ Synthèse budgétaire par programme

La proposition budgétaire 2023 peut se résumer dans le tableau ci-dessous :

Programme	Fonctionnement		
	CA 2021	BP 2022	Proposition 2023
Total	133 435	195 000	421 400

4/ Présentation plus détaillée des programmes

Soutenir des actions de coopération solidaires et partenariales

Un soutien technique et financier sera apporté aux projets menés par les associations et les collectivités territoriales en lien avec les territoires partenaires du Département.

Le Département de la Vienne soutient également directement dans leur fonctionnement l'ensemble des comités de jumelage qui entretiennent une coopération avec le Burkina Faso.

Favoriser la mobilité internationale des jeunes

Des dispositifs concrets sont mis en place pour offrir aux jeunes, dans le cadre du collège ou de leur cursus scolaire, une expérience internationale.

- **Collégiens** : reconduction du soutien aux échanges scolaires internationaux des collégiens de la Vienne destiné à tous les projets qui remplissent le critère d'échange avec réciprocité. Ces échanges entre collèges peuvent être organisés sur l'ensemble des pays de l'Union Européenne. Le montant attribué est de 50 € par élève et l'aide est limitée à 50 élèves par collège et par an. Selon les mêmes critères d'attribution, une aide exceptionnelle pourrait être étudiée pour une mobilité internationale hors de l'Union Européenne.
- **Etudiants** : dispositif Campus Mouv'86 : soutien financier qui permet, selon des critères d'attributions définis, à des étudiants de la Vienne de réaliser des stages ou des périodes d'études dans un pays partenaire du Département ainsi qu'en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni. Le montant de cette aide est plafonné à 150 € par mois pour une durée maximum de 10 mois.

Participer à des échanges d'expériences et renforcer l'attractivité de la Vienne

Le Département souhaite renforcer l'exercice de ses compétences en actualisant et modernisant ses pratiques par des échanges d'expériences afin d'en accroître la qualité.

Argentine (Province de Jujuy)

- Poursuite du projet Facilité d'Intervention pour les Collectivités Locales (FICOL) relatif à l'échange d'expertise dans le domaine de la sécurité civile. Ce projet est financé à hauteur de 395 000 € par l'Agence Française de Développement et a pour partenaire la Province de Jujuy, le Service Départemental d'Incendie et de Secours de la Vienne (SDIS 86) et le Centre Hospitalier Universitaire de Poitiers (CHU). Le Département assure la coordination de ce projet,
- Echanges de jeunes apprentis cuisiniers avec la Province de Jujuy. Projet financé par le Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères à hauteur de 26 400 €.

Autriche (Land de Styrie)

Relance du partenariat et signature du renouvellement de la convention de coopération avec pour axes principaux les énergies vertes et l'éducation.

Burkina Faso

Soutien aux personnes déplacées à l'intérieur du pays : le Département de la Vienne s'associera une nouvelle fois au fonds d'aide mis en place par l'Association des Jumelages Coopération de la Vienne (AJCV) et l'association "Semer la Joie" en faveur des populations victimes des exactions djihadistes.

Togo

Projet FICOL sur l'adressage et la gestion des déchets dans la commune de Wawa1, financé à hauteur de 700 000 € par l'Agence Française de Développement. La coordination du projet sera assurée par le Département de la Vienne.

Nouveau-Brunswick

Célébrations du 250^{ème} anniversaire de l'arrivée des Acadiens dans le Poitou et mise en valeur de la ligne acadienne sur les communes d'Archigny, de La Puye et de Saint-Pierre de Maillé.

Missions envisagées en 2023 : Nouveau Brunswick, Argentine et Autriche

Je vous propose au titre du budget primitif 2023 relatif à la politique publique de coopération internationale :

- **d'inscrire un crédit de paiement de 421 400 € en dépenses de fonctionnement,**

- de prévoir des recettes à hauteur de 176 400 € en fonctionnement,
 - 150 000 € de l'Agence Française de Développement pour le projet FICOL en Argentine,
 - 26 400 € du Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères pour le projet d'échanges d'apprentis cuisiniers,
- d'autoriser la prise en charge :
 - des frais de déplacement et d'hébergement des personnes extérieures aux services départementaux lors de missions ponctuelles pour le compte du Département,
 - des frais d'accueil de délégations étrangères et des personnes invitées aux manifestations dans le cadre de la politique de coopération internationale.



Je vous invite à délibérer sur ce dossier.

INSCRIPTION DE CREDITS DE PAIEMENT (HORS AP/AE) (1 ligne par imputation)

DEPENSES	MONTANT en euros	IMPUTATION
Campus Mouv'86	15 000	65131-048-65
Echanges scolaires des collèges	20 000	657382-048-65
Subvention Comités de Jumelage Burkina Faso	51 000	65748- 048 -65
Subvention associations	15 000	65748-048-65
Transports des Elus	20 000	65312-048-65
Transports des agents du Département	20 000	6251-048-011
Transports des personnes extérieures au Département	10 000	6245-048-011
Accueil délégations	24 000	6234-048-011
Prestations de services	10 000	6288-048-011
Frais de colloques et séminaires	2 000	6185-048-011
Indemnité de stages	8 000	6218-048-012
Projet FICOL / AFD	150 000	6234-048-011
Projet MEAE	26 400	6288-048-011
Projet ACADIE	50 000	011-048-6234