

*Loir-et-Cher,
une nature royale*



Schéma Départemental de Développement Touristique

SOMMAIRE

Introduction	1
Objectifs à l'échéance de 2010	1
Structurer les activités touristiques en s'associant aux Pays	2
≡ S'associer aux Pays	2
≡ Renforcer les "activités stratégiques"	2 - 3
≡ Mettre en place une politique de diversification	2 - 3
Améliorer l'offre d'hébergement pour optimiser son remplissage	4
≡ Hôtellerie traditionnelle	4 - 5
≡ Tourisme vert	4 - 5
≡ Hébergement de plein air	6
≡ Accueil des camping-cars	6
Promouvoir la "démarche produits"	7
Optimiser l'organisation des acteurs du tourisme	8
≡ Des offices de tourisme organisés de manière plus professionnelle	8 - 9
≡ Une politique d'accueil et d'information à l'échelle du département	8 - 9
≡ La formation pour tous les acteurs	8 - 9
≡ Un plan de promotion pour le département	10 - 11
≡ La coordination des acteurs	10 - 11
Méthodologie	12

Les informations d'ordre statistique et les repères communiqués dans le présent document sont extraits de deux études :

- ≡ *Le Tourisme en Loir-et-Cher (l'essentiel des données utilisées concerne 2002 - les dernières disponibles au moment de la réalisation de cette étude) - Observatoire de l'Économie et des Territoires en collaboration avec le CDT.*
- ≡ *Étude de la clientèle touristique rencontrée en Loir-et-Cher au cours de l'été 2003 - CDT/Observatoire de l'Économie et des Territoires.*

INTRODUCTION

Avec 3 500 emplois salariés directs dans près de 1 000 établissements, le tourisme occupe la 7^e place dans l'économie du Loir-et-Cher. Les effectifs de ce secteur ont été multipliés par 2 ces 15 dernières années et, si l'on considère les effets induits, le nombre d'emplois peut être estimé entre 7 300 et 7 900, soit 5,6 à 6,1 % de l'emploi total. C'est le département de la Région où il occupe, en proportion, la place la plus importante. Le principal pourvoyeur est l'ensemble HCR (Hôtels – Cafés – Restaurants), qui représente 2 487 emplois, soit 71 % des emplois salariés directs.

En effet, le Loir-et-Cher compte 102 000 lits dont 30 500 en hébergement marchand (25 % de la capacité régionale). Ces derniers sont caractérisés par :

- ▬ la qualité des "hébergements ruraux" qui restent stables en volume, exception faite des chambres d'hôtes dont le nombre ne cesse de croître,
- ▬ le "glissement" du parc hôtelier vers une offre économique,
- ▬ la plus forte concentration régionale d'emplacements de camping, avec une qualité supérieure à la moyenne.

Parallèlement, on peut estimer le nombre d'entrées enregistrées en 2002 dans les différents sites et manifestations entre 2,8 et 3 millions, dont 20 % dans des "produits" créés après 1990.

Force est de constater toutefois la fragilité de ce secteur, qu'il s'agisse de l'érosion de la fréquentation des châteaux, le produit d'appel du département (baisse de 10 % en 10 ans du nombre de visiteurs) ou des difficultés rencontrées par le parc hôtelier (les taux d'occupation sont inférieurs aux moyennes nationale et régionale).

C'est la raison pour laquelle le temps est venu de passer à une politique offensive et de rassembler l'ensemble des acteurs de ce secteur pour accroître l'efficacité des démarches engagées, qu'elles soient publiques ou privées, individuelles ou collectives. Tel est l'objectif du Schéma Départemental de Développement Touristique.

Document stratégique, ce schéma repose sur des principes généraux qui seront déclinés en politiques, mesures ou actions. Les orientations présentées ci-après constituent le "socle" du schéma et ouvrent de nombreuses possibilités de partenariats.

Toutes ces pistes ne pourront être immédiatement et simultanément explorées, toutefois les stratégies de chacun sont appelées à s'y référer. Elles concernent le Comité Départemental du Tourisme et le Conseil Général bien entendu mais aussi tous les autres acteurs touristiques du département.

Philippe SARTORI
Président du Comité Départemental
du Tourisme de Loir-et-cher



OBJECTIFS À L'ÉCHÉANCE DE 2010 :

Permettre au Loir-et-Cher de redevenir une destination touristique

Pour être efficace, un schéma doit s'inscrire dans la durée, celui-ci s'échelonne sur les 6 prochaines années et ce, à compter de 2005.

Bien que le Loir-et-Cher dispose d'atouts qui lui permettraient de se positionner en challenger parmi tous les départements qui ceinturent l'Île-de-France, les études menées ces dernières années témoignent d'un double handicap.

En effet, le Loir-et-Cher est marqué par une importante fréquentation d'excursionnistes et souvent de trop courts séjours (cela vaut en particulier pour l'hôtellerie).

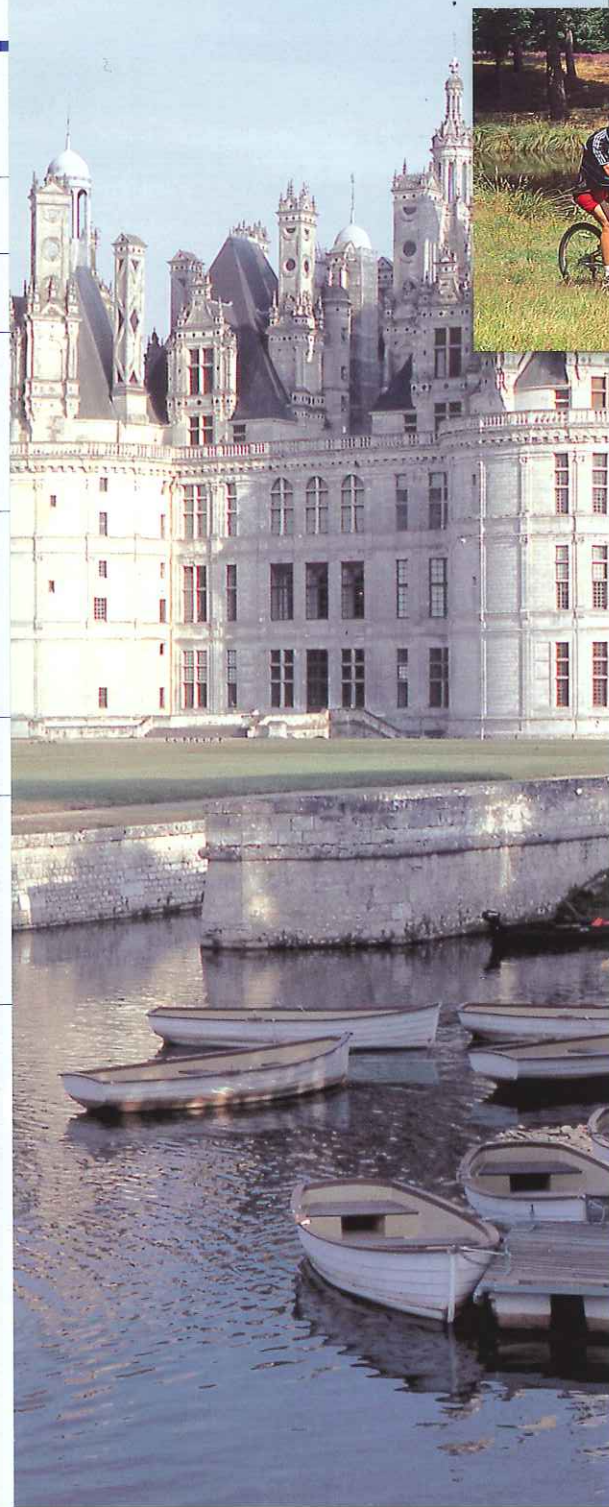
Par ailleurs, il apparaît que localement le tourisme n'est pas reconnu comme une activité économique importante.

En conséquence, si l'on souhaite inverser la tendance, il est nécessaire :

- ▬ de reconnaître le tourisme comme l'un des leviers du développement économique et de mobiliser la population, les acteurs économiques et les élus autour de cette activité,
- ▬ d'identifier le Loir-et-Cher comme une destination touristique à part entière.

Les objectifs du Schéma Départemental de Développement Touristique répondent à deux priorités, les suivantes :

- ▬ développer la fréquentation touristique dans tous les territoires du département,
- ▬ se positionner sur le marché des courts séjours (week-end et mid-week).



STRUCTURER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES EN S'ASSOCIANT AUX PAYS

S'associer aux Pays

Si la phase de diagnostic a souligné la richesse du département avec des "activités phares" et une offre potentiellement diversifiée dans tous les territoires, elle a également mis en avant le manque d'organisation des activités touristiques.

S'associer aux Pays et soutenir les projets structurants retenus par ces territoires permettront de rendre plus lisible l'offre départementale. Parallèlement, il est indispensable de renforcer les "activités stratégiques" du département et de définir, sans plus attendre, une politique de diversification.

Proposition :

Accompagnement du (des) projet(s) structurant(s) envisagé(s) dans le cadre du "volet tourisme" des prochains Contrats de Pays.

Partenaires :

Département, Pays

Renforcer les "activités stra

Trois secteurs ont été identifiés comme stratégiques :

les châteaux ou plus généralement le patrimoine, la Loire et la nature, la randonnée enfin (plus particulièrement le vélo).

Ces secteurs sont relativement fragiles, il est nécessaire de les consolider et :

- ▀ d'enrichir l'offre châteaux en ne la cantonnant pas aux simples visites pour lutter contre l'érosion de la fréquentation constatée ces dernières années,
- ▀ de prendre appui sur l'inscription du Val de Loire au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO pour valoriser l'offre "nature" sur l'ensemble du territoire départemental,
- ▀ de qualifier les activités liées à la randonnée.

Mettre en place une politi

La richesse de l'offre départementale repose également sur sa diversité et de nombreux "petits sites" font désormais référence. Dans le même temps, des activités nouvelles émergent et seront les "activités phares" de demain. Parmi les axes de diversification ainsi identifiés citons :

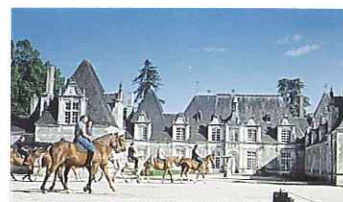
- ▀ l'offre "terroir" qui se doit désormais d'être organisée,
- ▀ le tourisme d'affaires,
- ▀ le tourisme de nature (éco-tourisme, pêche, chasse),
- ▀ l'évènementiel et plus généralement les animations qui permettraient d'accroître l'attractivité de la destination,
- ▀ la conquête de nouveaux marchés.

tégiques”

Repères

- Baisse de la fréquentation des châteaux publics (10 % en 10 ans).
- Si 38 % des visiteurs déclarent venir dans le département pour découvrir le patrimoine, 17 % sont attirés par le patrimoine associé à l’environnement naturel et à la gastronomie, 16 % par le patrimoine et la pratique d’activités sportives.
- Inscription du Val de Loire au patrimoine mondial de l’humanité, au titre de paysage culturel, par l’UNESCO, le 30 novembre 2000.
- 6 000 km de chemins inscrits au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (P.D.I.P.R.) dont 2 500 km de sentiers balisés et 1 000 km de sentiers de Grande Randonnée (GR).
- La Loire à Vélo et les Châteaux à Vélo (inclus dans les 730 km d’itinéraires identifiés lors de l’élaboration du schéma directeur cyclable départemental).
- Mise en place d’un Plan Départemental du Tourisme Équestre (P.D.T.E.) adopté par certaines communes de 4 cantons du Pays Vendômois, en cours d’étude pour le reste de ce territoire et le Pays de Grande Sologne.

Politiques	Actions	Partenaires
Renouvellement de l’offre châteaux	Développement d’une offre adaptée aux attentes des clientèles (travail de sensibilisation et d’accompagnement à mener en partenariat avec les "exploitants") Mise en réseau	CDT, prestataires
Valoriser la Loire	Élément à prendre en compte dans le cadre de la stratégie de promotion départementale Organisation d’une offre touristique autour de la Loire	CDT, Mission Val de Loire, collectivités locales, prestataires
La randonnée	Poursuite des actions engagées pour l’aménagement et la valorisation des itinéraires de randonnées (P.D.I.P.R., itinéraires cyclotouristiques, Plan Départemental de Tourisme Équestre) Qualification de la filière (création d’hébergements, services...)	Département, collectivités locales, prestataires



ue de diversification

Repères

- On recense une dizaine de sites et musées dont la fréquentation oscille entre 10 000 et 15 000 visiteurs par an qui ne peuvent pas envisager une véritable stratégie de développement.
- Le Loir-et-Cher compte 6 Appellations d’Origine Contrôlée de vins et 3 de fromages.
- Plus de 140 prestataires (viticulture et gastronomie confondues), sont répertoriés dans les guides du CDT. Toutefois, exception faite de quelques viticulteurs, l’ensemble des visites de caves se fait sur rendez-vous. Par ailleurs, le recensement de l’offre ainsi établi l’est sur une "base déclarative" et ce, sans préjuger de la qualité du produit proposé. Ce sont probablement les raisons pour lesquelles la découverte de la gastronomie et des produits locaux ne concerne actuellement que 6,5 % des visiteurs, celle des caves 6,2 % (résultats de l’enquête).
- 22,8 % des visiteurs souhaiteraient davantage d’animations (culturelles, sportives ou de loisirs).
- Le Loir-et-Cher est une destination familiale (plus de 40 % des visiteurs) et 13,3 % des visiteurs souhaitent "plus d’activités pour les enfants ou les adolescents".
- De la même façon, il apparaît que 18 % des visiteurs sont des retraités.

Politiques	Actions	Partenaires
Accompagnement des sites "émergents" à raison de 2 ou 3 par Pays pour garantir la diversité de l’offre départementale	Programme d’aide en faveur de ces sites	Département, propriétaires/gestionnaires
Organisation de l’offre "terroir"	Élaboration d’une stratégie départementale : coordination des acteurs et "mise en tourisme" (définition d’une charte d’accueil, prise en compte et valorisation des initiatives existantes...)	CDT, Chambre d’Agriculture, viticulteurs et autres professionnels
Soutien des autres axes de diversification identifiés : tourisme d’affaires, tourisme de nature, événementiel...	Identification des partenaires potentiels et définition de stratégies communes Mise en place, accompagnement d’évènements susceptibles d’accroître la notoriété/l’attractivité de la destination	À définir
Conquête de nouveaux marchés	Adaptation de l’offre aux attentes de segments de clientèles spécifiques (exemple : les familles) - labellisation	CDT, CCI, prestataires



AMÉLIORER L'OFFRE D'HÉBERGEMENT POUR OPTIMISER SON REMPLISSAGE

Élément indispensable au développement de toute stratégie touristique, l'offre d'hébergement se doit d'être améliorée ou tout du moins adaptée à la demande de la (des) clientèle(s). En effet, celle-ci témoigne d'une certaine fragilité et ce, tant du point de vue qualitatif que quantitatif :

- ❏ déficit de mise en marché pour l'hôtellerie traditionnelle indépendante,
- ❏ absence d'établissement hôtelier "haut de gamme" pouvant recevoir de grands groupes (congrès...),
- ❏ manque d'hébergement collectif de type "gîte d'étape" pour les groupes de randonneurs.

Toutefois, au vu des taux d'occupation constatés à ce jour, il convient de veiller à l'adaptation de l'offre existante avant d'envisager de nouvelles créations.

Cela passe par une incitation à la transmission-reprise et par l'engagement de "démarches qualité", à l'image des initiatives engagées par la Chambre de Commerce et d'Industrie et certains Pays.

Hôtellerie traditionnelle

Les taux d'occupation actuels rendent difficile la rentabilité de ces établissements et il est nécessaire de soutenir les actions de modernisation et/ou de diversification pour développer une offre mieux adaptée aux attentes des clientèles.

Repères

- ❏ 129 établissements classés tourisme (3 189 chambres).
- ❏ Prédominance des hôtels classés 2 étoiles (72 établissements), plus de la moitié des hôtels (58 %) ont une capacité inférieure à 20 chambres.
- ❏ Agglopolys concentre 44 % de la capacité hôtelière classée (en particulier les établissements de grande taille).
- ❏ Glissement du parc vers l'hôtellerie économique (alors que le parc des chambres 1 étoile a chuté de 33,5 % depuis 1993,

Tourisme vert

Le tourisme vert (chambres et tables d'hôtes, gîtes ruraux...) est aujourd'hui l'un des points forts du département dont il faut maintenir le niveau de qualité. Toutefois l'offre gîtes d'étapes s'avère déficiente alors que cette forme d'hébergement est cruciale pour les jeunes, les sportifs et plus généralement le développement de la filière randonnée.

Repères

Gîtes ruraux (Gîtes de France) :

- ❏ 310 gîtes ruraux (19 % du parc régional), offre stable depuis 1995.
- ❏ Des gîtes de grand confort : le parc départemental est composé en majorité de 2 épis (49 %) et de 3 épis (32 %). Tandis que le nombre de gîtes 1 épi a chuté (- 50 %), celui de 3 épis a cru depuis 10 ans (+ 66 %) conformément aux souhaits de la clientèle.
- ❏ La fréquentation moyenne (calculée sur les gîtes en service de réservation soit 69 %) est de 17,7 semaines, 2 semaines de moins que la moyenne régionale. Avec 21,1 semaines en moyenne, les gîtes 3 épis ont un taux d'occupation supérieur à la moyenne.

celui des chambres sans étoile a progressé de 38,8 % - les parcs 2 et 3 étoiles ont progressé dans de moindres proportions).

- ▀ La croissance des établissements de chaîne marque le pas : 14 établissements (1 sur 10), soit 882 chambres (28 % de l'offre) ; ils sont concentrés sur le bas de gamme (71 % des chambres sans étoile) et le haut de gamme (43 % des chambres 3 étoiles).
- ▀ Un taux d'occupation inférieur de près de 8 points à la moyenne nationale, l'avant dernier de la région :
 - ◆ le taux d'occupation annuel moyen s'établit à 52,8 % (contre respectivement 55,4 % et 60,3 % à l'échelon régional et national),
 - ◆ les hôtels sans étoile ont les meilleurs taux d'occupation (63,6 %), puis les 3 et 4 étoiles (53,8 %) de même que les établissements de chaînes intégrées (63 % contre 48 % pour les indépendants),
 - ◆ 63 % des nuitées se font entre mai et septembre.
- ▀ La clientèle d'affaires boude le département : 36 % des nuitées en Loir-et-Cher (contre 48 % à l'échelon régional) alors qu'elle représente plus de la moitié des nuitées de novembre à mars.

<i>Politiques</i>	<i>Actions</i>	<i>Partenaires</i>
Établissement d'un état des lieux, identification des perspectives de développement...	Conduite d'une étude prospective sur le parc hôtelier départemental	Observatoire de l'Économie et des Territoires, CDT, CCI
Modernisation et singularisation des établissements	Programme d'aide départemental	Département, Région
Développement d'une offre adaptée à la mise en marché du tourisme d'affaires	En fonction des recommandations issues de l'étude menée par le CRT et d'éventuels projets	À définir



Chambres d'hôtes (Gîtes de France) :

- ▀ Avec 390 chambres en 2002 (+ 3 % par rapport à 2001, + 40 % par rapport à 1996) le parc de chambres d'hôtes ne cesse de croître en quantité et en qualité (sur les 145 structures créées entre 1993 et 2002, plus d'une centaine possède 3 ou 4 épis).
- ▀ Le nombre moyen de nuits de location par chambre (calculé sur 31 % des chambres) est de 109 nuits (il progresse : 99 nuits en 1997), il est de 117 nuits pour les structures comptant entre 4 et 6 chambres.

Gîtes de groupes/gîtes d'étape (Gîtes de France) :

- ▀ 13 gîtes d'étapes/de groupes seulement en Loir-et-Cher pouvant accueillir au total 276 personnes contre une capacité de 672 lits en Indre-et-Loire ou de 646 lits dans l'Indre : il n'y en a pas en Pays Beauce-Val de Loire, Pays des Châteaux et Pays de Grande Sologne.
- ▀ À noter également 82 "Meublés de Tourisme" (exclusivement en vallée de la Loire, vallée du Cher et en Sologne) et la mise en place en 2002 du label "Clévacances" avec une quinzaine de sites en milieu urbain ou péri-urbain (meublés, chambres).

<i>Politique</i>	<i>Action</i>	<i>Partenaires</i>
Développement de l'offre gîtes de groupes, gîtes d'étapes autour des itinéraires de randonnées	Programme d'aide départemental	Département, Région, Association Vacances Vertes





Hébergement de plein air

La qualité garantit la rentabilité de ces établissements et il convient d'appuyer les démarches entreprises en ce sens.

Repères

- 67 terrains pour 5 696 places en Loir-et-Cher (24,4 % de l'offre régionale).
- La majorité des emplacements sont "haut de gamme" (63,6 % en 3 et 4 étoiles contre 52,6 % pour la France) ; la capacité moyenne est de 85 emplacements (110 à l'échelon national) et croît avec le niveau de confort.
- Bien que supérieure à la moyenne régionale (2,8 jours), la durée des séjours n'est que de 3,1 jours (inférieure à la moyenne nationale - 5,8 jours).
- Toutes catégories confondues, le taux d'occupation moyen pour l'ensemble de la saison (mai à septembre) est de 25,9 % ; il est de 29,4 % pour les 3 et 4 étoiles, de 22 % pour les 2 étoiles et de 10 % seulement pour les 1 étoile.
- Près de 6 nuitées sur 10 (58,5 %) sont assurées par des étrangers (contre 33 % dans les hôtels).
- Forte demande enregistrée depuis plusieurs années en matière de locatifs.

Politique	Actions	Partenaires
Développement d'une offre de qualité adaptée aux exigences de la clientèle	Programme de modernisation de l'hôtellerie de plein air (amélioration de la qualité, diversification des services offerts...) Aide au développement de l'offre Hébergements Légers de Loisirs (HLL)	Département, Région

Accueil des camping-cars

Cette clientèle, en progression chaque année de 20 % au niveau national, est importante dans le département. Malheureusement elle ne trouve pas localement suffisamment de services adaptés à ses besoins.

Repères

- Demande croissante d'informations sur les aires de stationnement et de services réservés aux camping-cars.
- En 2003, 16 aires communales et campings municipaux ou intercommunaux (4 en vallée du Loir et Perche, 5 en vallée de la Loire et 7 en vallée du Cher et Sologne), 15 aires naturelles et campings privés (2 en vallée du Loir et Perche, 8 en vallée de la Loire et 5 en vallée du Cher et Sologne), proposent des services spécifiques ou adaptés.
- À cela s'ajoute une dizaine de lieux labellisés "France Passion" qui propose uniquement du stationnement.

Politique	Actions	Partenaires
Aménagement d'aires pour les camping-cars (en veillant à préserver l'environnement et à privilégier des modes de gestion qui renforceront l'activité des campings)	Programme d'aide départemental Élaboration d'un cahier des charges spécifique à ce type d'équipement	Département, Région, collectivités locales, campings CDT, CAUE

PROMOUVOIR LA "DÉMARCHE PRODUITS" :

Favoriser le développement des complémentarités hébergements - activités

La rentabilité économique passe de plus en plus par le développement de prestations globales intégrant activités, services et hébergements. C'est la raison pour laquelle il est indispensable de promouvoir la "démarche produits".

Cela vaut pour la création de forfaits mais également pour le développement et l'organisation de filières clairement identifiées telles la/les randonnée(s), l'offre "terroir"...

La question de la commercialisation est avant tout une question d'organisation. Ainsi le montage de produits est dévolu aux agences de voyages réceptives mais aussi aux Offices de Tourisme et aux associations professionnelles ou aux prestataires sous certaines conditions. Il est alors nécessaire de veiller à :

- ▣ l'accompagnement des acteurs dans la préparation de la commercialisation (aide au montage de produits...),
- ▣ la mise en place d'un mode d'organisation qui permette la commercialisation de l'ensemble du territoire départemental.

Repères

- ▣ Seulement 38 % des visiteurs déclarent venir en Loir-et-Cher pour le seul patrimoine, 52 % viennent pour une offre plus

globale (patrimoine et activités, patrimoine et gastronomie...).

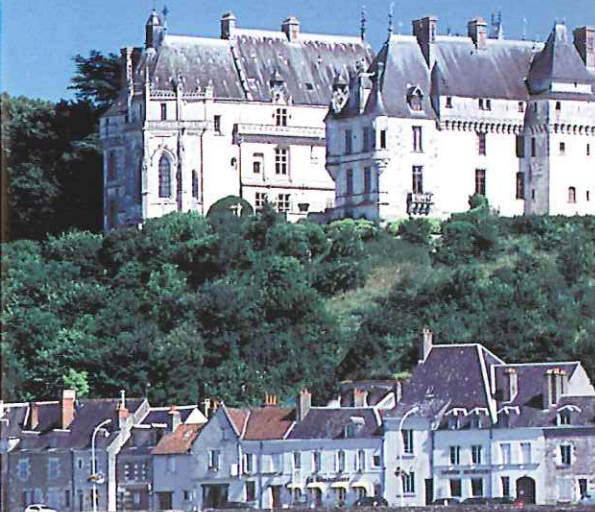
- ▣ Une vingtaine de billets combinés ou passeports ont été créés à l'initiative d'Offices de Tourisme ou des groupements de sites.
- ▣ "La qualité, l'accueil, la conservation, la préservation..." sont des éléments importants pour les visiteurs. Si le niveau de satisfaction est globalement positif, il faut veiller à maintenir la qualité des prestations offertes.

"Réceptifs" locaux - état des lieux :

- ▣ En mars 2004, on comptait 26 "réceptifs" sur le département, ils se répartissaient comme suit :
 - ◆ 10 agences de voyages
 - ◆ 3 organismes locaux de tourisme (Offices de Tourisme de Blois et de Vendôme, association "Tourisme Vert")
 - ◆ 13 prestataires touristiques réceptifs (dont 8 hôtels et 1 camping)

Beaucoup proposent des circuits à la carte ou sur demande, toutefois on recense une soixantaine de produits clefs en main (d'une durée de 1 à 8 jours), dont plus de la moitié à destination des groupes.

Politiques	Actions	Partenaires
Aide à la mise en marché (promotion, accompagnement des acteurs pour la commercialisation)	Mise en place d'actions de promotion pour accompagner les prestataires engagés dans de telles démarches (définition d'un plan marketing)	CDT, prestataires
Soutenir les initiatives de montage de produits adaptés aux clientèles visées	Rôle de conseil du CDT	CDT, OT, prestataires
Garantir la qualité des prestations offertes	Labellisation des prestations/activités	CDT, CCI, prestataires, Pays





OPTIMISER L'ORGANISATION DES ACTEURS DU TOURISME

En examinant l'organisation des acteurs touristiques et leur mode de fonctionnement, force est de constater à ce jour que la communication et les actions collectives sont limitées. De même, il apparaît que les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (OT-SI) sont très nombreux et rarement regroupés en intercommunalité. Enfin, la question de la commercialisation se pose régulièrement et certains territoires sont dépourvus de structure adéquate.

Face à la dispersion des initiatives locales, la coordination des acteurs du tourisme constitue un préalable indispensable au développement de l'activité touristique.

Le mode d'organisation envisagé doit permettre la mise en place de partenariats et la professionnalisation de ce secteur.

Pour se faire, il conviendra de veiller à :

- ≡ "professionnaliser" des Offices de Tourisme dans le cadre d'un maillage cohérent,
- ≡ développer une politique d'accueil et d'information à l'échelle du département,
- ≡ encourager la formation de l'ensemble des acteurs,
- ≡ bâtir un plan de promotion pour le département,
- ≡ se coordonner avec l'ensemble des acteurs du département et les partenaires régionaux.

Des offices de tourisme or

Cette étape est indispensable à la professionnalisation du secteur tourisme et 4 pôles émergent au sein desquels des réseaux locaux se tissent :

- ≡ le Vendômois regroupant la vallée du Loir et le Perche,
- ≡ le Val de Loire associant Blaisois, Pays Beauce-Val de Loire et Pays des Châteaux,
- ≡ la vallée du Cher,
- ≡ la Sologne.

Une politique d'accueil et

Repère

- ≡ Les visiteurs ont émis quelques reproches vis à vis de la signalisation touristique "mauvaise signalisation des petits châteaux", "camping difficile à trouver", "seules les grandes directions sont indiquées"...

La formation pour tous les

La professionnalisation du tourisme implique la formation de tous les acteurs (professionnels et bénévoles). Il est alors de nombreux partenaires (les chambres consulaires, le milieu associatif : relais des Gîtes de France, UDOTSI..., le lycée hôtelier...) dont les actions se doivent d'être relayées et coordonnées. Parallèlement il conviendra de sensibiliser les élus au tourisme et à son impact économique.

ganisés de manière plus professionnelle

Repères

- 44 % des personnes interrogées se rendent dans un office de tourisme ou un syndicat d'initiative pour recueillir des informations.
- On compte une cinquantaine d'OTSI en Loir-et-Cher contre 26 en moyenne dans les autres départements de la Région.
- Seuls 2 offices de tourisme sont classés 3 étoiles (aucun 4 étoiles) ; les syndicats d'initiative, en surnombre, représentent 66 % des structures contre 39 % au niveau régional, 32 % au niveau national.
- 2 offices de tourisme intercommunaux (OTI) seulement : Val de Cher-Saint-Aignan et Vendôme (communauté de communes du Pays de Vendôme).
- En dépit de leur nombre, les OTSI de Loir-et-Cher ne reçoivent que 15 % de la clientèle accueillie dans la région contre respectivement 28 % et 20 % pour l'Indre-et-Loire et le Loiret.
- 4 offices de tourisme (Blois, Cheverny/Cour-Cheverny, Romorantin et Vendôme) drainent, à eux seuls, plus de la moitié de la clientèle départementale (55 %).

Politiques	Actions	Partenaires
Incitation au regroupement et à la professionnalisation des Offices de Tourisme	Programmes d'aides aux Offices de Tourisme sous conditions de regroupement	Département, OTSI
Animation du réseau des Offices de Tourisme Intercommunaux (OTI) et OT de "pôle"	Développement du partenariat CDT - Offices de Tourisme	CDT, UDOTSI



d'information à l'échelle du département

Politiques	Actions	Partenaires
Améliorer l'accueil	Amélioration du schéma départemental de signalisation touristique	Département, Pays
Promotion interne du tourisme en Loir-et-Cher	Sensibilisation des habitants	Département, CDT, l'ensemble des acteurs



acteurs

Repère

- Les étrangers sont demandeurs de brochures et de guides en langues étrangères ; ils regrettent que les personnes sur les sites ne parlent pas plusieurs langues.

Politique	Action	Partenaires
Mise en place d'un plan de formation départemental qui s'adresse à la fois aux professionnels et aux bénévoles	Développement des initiatives de cette nature	CDT, CCI, Chambre de Métiers, Association Vacances Vertes, UDOTSI...



Un plan de promotion pour le département

Si l'on souhaite garantir la visibilité de la destination, seule la signature vallée de la Loire s'avère pertinente pour les clientèles étrangères. À l'inverse, pour la clientèle française les "régions naturelles" constituent des éléments d'identité forts qu'il convient de renforcer en développant des "fils conducteurs" par région touristique, ceux-ci pourraient être les suivants.

Vendômois (Perche et vallée du Loir)

- Le patrimoine (patrimoine religieux, sites troglodytiques...) et les jardins
- Les animations culturelles (festival de Montoire-sur-le-Loir...)
- Les loisirs nautiques

Vallée de la Loire (Blésois, Pays des Châteaux et Beauce-Val de Loire)

- Le tourisme culturel (patrimoine monumental, petit patrimoine...)
- La Loire
- Le vélo



La coordination des acteurs

Le Comité Départemental du Tourisme se doit de jouer pleinement son rôle d'animateur et de développer la concertation avec l'ensemble des acteurs du territoire (Offices de Tourisme, agents de développement locaux...) en définissant précisément les modalités des collaborations ainsi engagées.

La prise en compte de régions touristiques qui "débordent" le cadre départemental impose également de travailler en relation avec les départements limitrophes et la Région.



Vallée du Cher

- Le patrimoine archéologique et médiéval
- La viticulture
- L'eau

Sologne (Romorantinais - Pays de Grande Sologne)

- Le tourisme de nature
- La gastronomie
- La chasse et la pêche

Toutefois, il est indispensable avant toute chose de travailler au positionnement de la destination. En effet, il convient de définir et d'asseoir l'image du Loir-et-Cher pour lui permettre d'être perçu comme une destination touristique à part entière, complémentaire mais différente de celles des départements voisins.

<i>Politiques</i>	<i>Actions</i>	<i>Partenaires</i>
Établissement d'un plan de promotion annuel en prenant appui sur le Comité "Tourismus"	<p>Identification des cibles prioritaires, mise en avant des éléments repères (valorisation de l'offre stratégique, prise en compte des politiques de diversification envisagées)</p> <p>Développement des partenariats CDT – OT (logiques d'éditions, de salons...) en veillant à travailler dans la durée pour garantir la cohérence des actions engagées (plan d'action sur 3 ans)</p>	CDT, l'ensemble des partenaires
Définition d'une politique d'édition départementale	<p>Élaboration d'une charte graphique départementale, redéfinition des éditions départementales</p> <p>Soutien aux éditions locales sous conditions de regroupement</p>	CDT Département, OT, Pays



<i>Politiques</i>	<i>Actions</i>	<i>Partenaires</i>
Coordination des missions et des moyens	Initiation de partenariats avec les groupements de professionnels, l'UDOTSI...	CDT, groupements de professionnels
Organisation de la concertation	Relance du Comité "Tourismus" (représentation des professionnels) pour assurer le suivi annuel du schéma et garantir la concertation nécessaire à l'élaboration d'un plan de promotion départemental	CDT, professionnels
Travailler en collaboration avec les partenaires extra-départementaux	Développement d'actions communes avec le CRT et les CDT voisins	CDT



MÉTHODOLOGIE

Le Schéma Départemental de Développement Touristique est un document de référence, il doit permettre de définir les grands axes autour desquels une stratégie de développement sera élaborée.

Son élaboration s'appuie sur un diagnostic réalisé en partenariat avec l'Observatoire de l'Économie et des Territoires de Loir-et-Cher avec 2 études.



- Le Tourisme en Loir-et-Cher - Octobre 2004 - Les études de l'Observatoire - N° 30
L'essentiel des données utilisées concerne 2002 – les dernières disponibles au moment de la réalisation de cette étude.



- L'étude de la clientèle touristique rencontrée en Loir-et-Cher au cours de l'été 2003.

De la même façon, il est à souligner que cette stratégie ne peut être mise en œuvre sans le concours et l'implication de l'ensemble des acteurs concernés, qu'ils soient publics ou privés : syndicats mixtes de Pays, communes, établissements publics de coopération intercommunale, chambres consulaires, entreprises privées ou associatives ainsi que leurs représentations syndicales et professionnelles. C'est la raison pour laquelle son élaboration repose également sur une très large concertation, organisée autour de multiples temps de débats et d'entretiens qui ont été animés et analysés par le Bureau d'Études CEDDAET :

- Plus de 400 personnes ont été réunies à 2 reprises dans les Pays du Loir-et-Cher (Pays Beauce-Val de Loire, Pays des Châteaux associé à Agglopolys, Pays de Grande Sologne, Pays de la Vallée du Cher et du Romorantinais, Pays Vendômois),
- Une soixantaine de personnes et d'institutions a été directement sollicitée,
- Une trentaine de personnes a pu faire part de ses remarques et suggestions (appels téléphoniques, renvoi de questionnaires distribués lors des réunions),
- Par ailleurs, un Comité de Pilotage, regroupant 80 organismes directement impliqués dans le tourisme, a été associé à ces travaux pour enrichir la réflexion.

Photos : CDT 41 / imagesource / D. Ronflard / E. Mangeat-CRT Centre /
D. Sourice / C. Lazi / Le Grand hôtel du Lion d'or-Romorantin-Lanthenay /
Camping des Alicourts-Pierrefitte-sur-Sauldre / S. Chevillon / Zoo Parc de
Beauval-Saint-Aignan-sur-Cher / X. Anquetin / Papyrus Perdereau / Office
de Tourisme de Vendôme / D. Jean (Maison de la Magie de Blois, "Les
Dragons", sculptures de Michell et Jean Hartmann).

Conception : Flamia Création

Impression : Imprimerie Rollin

Avril 2005



COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME
5 rue de la Voûte du Château - BP 149 - 41005 - BLOIS Cedex

Tél. 02 54 57 00 41 - Fax 02 54 57 00 47
E-mail infos@cdt41.com - Site www.tourismeloir-et-cher.com