



## ELABORATION DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU PAYS LOIRE TOURAINE

*Pays Loire  
Touraine*

### PHASE II STRATEGIE TOURISTIQUE

Décembre 2010



PIBS – CP 57 – 56038 VANNES CEDEX  
Tel : 02 97 47 37 27 - Fax : 02 97 54 06 46  
[www.protourisme.com](http://www.protourisme.com)



<b>Préambule</b>	<b>p. 3</b>
<b>Rappel des étapes de l'étude</b>	<b>p. 4</b>
<b>1. Les principaux enseignements issus du diagnostic et des ateliers</b>	<b>p. 5</b>
<b>2. La stratégie touristique du Pays Loire Touraine</b>	<b>p. 18</b>
<b>3. Le plan d'action de la stratégie touristique</b>	<b>p. 32</b>
<b>4. Le schéma organisationnel et la mise en marché du Pays Loire Touraine</b>	<b>p. 37</b>
<b>5. Zoom sur la coordination touristique du territoire</b>	<b>p. 41</b>

Le Pays Loire Touraine, situé en Indre-et-Loire, compte environ 110.000 habitants, pour 58 communes, regroupées en 6 Communautés de Communes : Bléré Val de Cher, Castelrenaudais, Deux Rives, Est Tourangeau, Val d'Amboise et Vouvrillon.

Le Pays et la Région Centre ont souhaité intégrer au Contrat régional de Pays 2006-2010 l'élaboration d'un Schéma de Développement Touristique à l'échelle du Pays, afin d'inscrire des actions significatives dans le cadre du prochain contrat de 3ème génération. Ce schéma, devra également s'inscrire en cohérence avec les orientations du schéma départemental, en cours de finalisation.

Pour cela, le Pays a souhaité être accompagné dans l'élaboration de son Schéma de Développement Touristique, dans sa dimension stratégique et opérationnelle :

**il s'agit d'élaborer une stratégie partagée et un programme d'actions pour un développement touristique durable du Pays Loire Touraine à l'horizon 2015.**

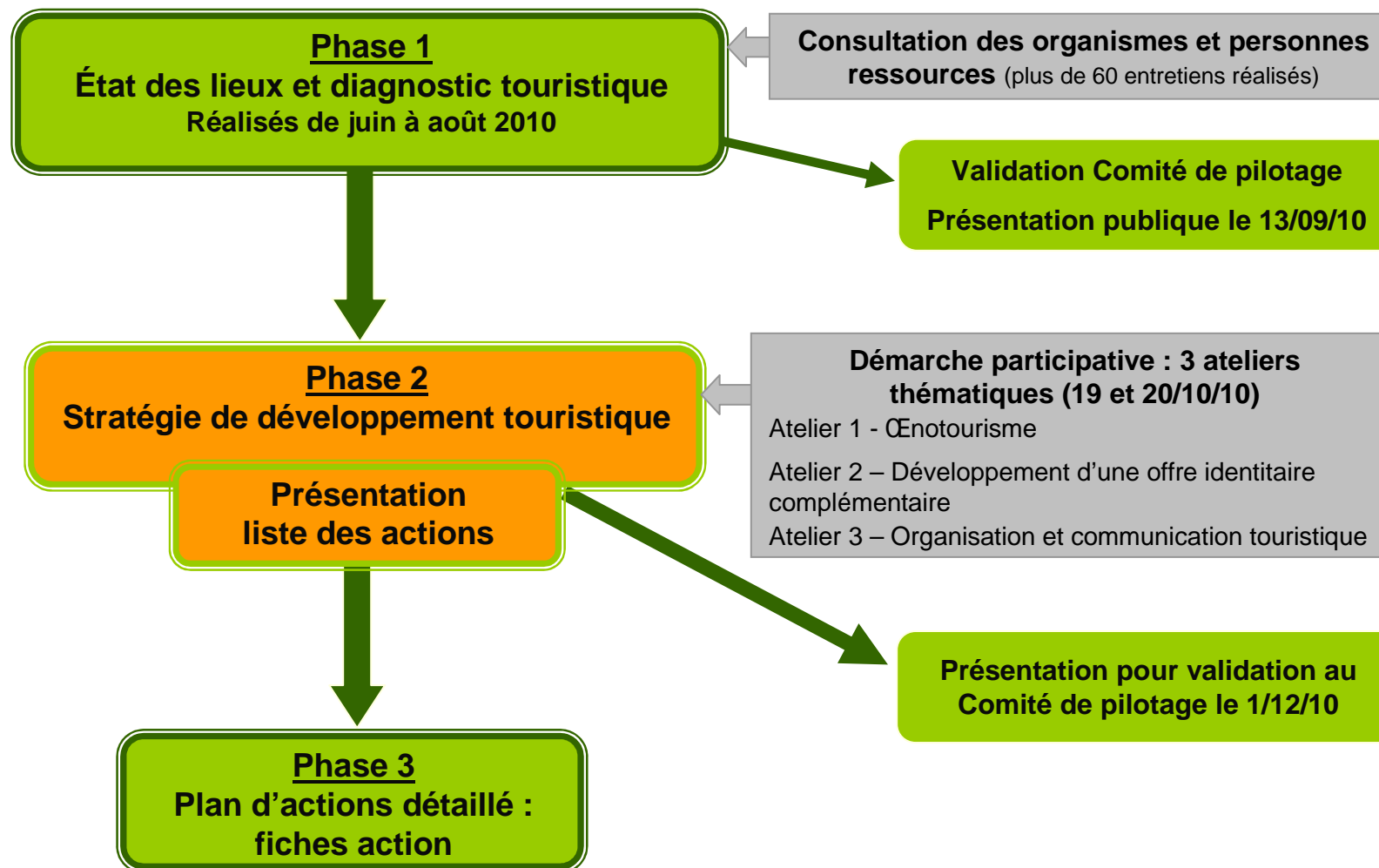
Protourisme, missionné pour cette étude, a proposé une démarche en 3 phases. Le document présent constitue la deuxième phase de l'étude : il présente la stratégie élaborée à partir du diagnostic effectué en phase 1 ainsi qu'à partir des contributions apportées par les participants aux 3 ateliers thématiques qui se sont déroulés en octobre 2010 :

Atelier 1 - L'oenotourisme : un pari ambitieux pour le territoire ?

Atelier 2 - Le développement d'une offre identitaire complémentaire aux châteaux.

Atelier 3 – Comment optimiser l'organisation et la communication touristiques du territoire ?

# Rappel des étapes de l'étude



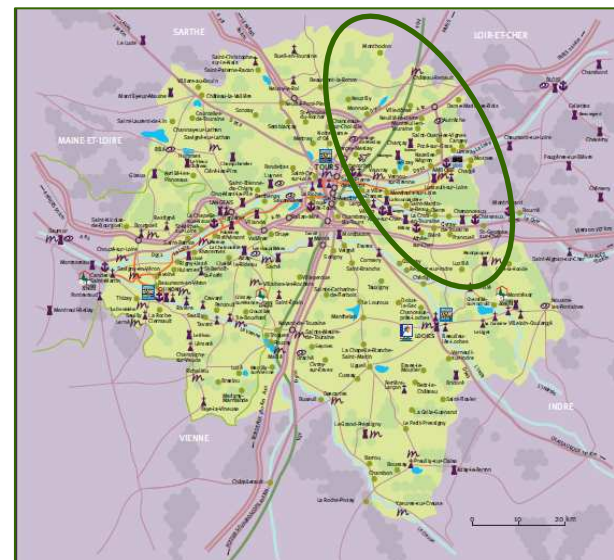
# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.1. L'environnement touristique

- ✓ Un environnement touristique très privilégié au sein d'une destination de notoriété internationale, « les châteaux de la Loire ».
- ✓ Une excellente accessibilité au territoire ...

**Mais,**

- ✓ Un territoire qui n'est qu'une étape de visite, dans un itinéraire dédié aux châteaux.
- ✓ Une offre concentrée dans la vallée de la Loire.
- ✓ Un manque de liaisons et de connexions entre les communes et entre les sites du Pays.
- ✓ Un territoire qui subit une concurrence touristique forte de la part de ses voisins.



### Axes de progrès identifiés



- Conforter la qualité de l'offre culturelle.
- Développer et valoriser des offres identitaires complémentaires à celle des châteaux.
- Rechercher une complémentarité avec les territoires voisins.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.2. Le patrimoine culturel et industriel, les sites de visite

- ✓ Un patrimoine très riche et diversifié, témoin de toutes les époques historiques (châteaux, édifices religieux, patrimoine vernaculaire, ...).
- ✓ Des sites emblématiques incontournables (Château d'Amboise, Château de Chenonceau, Clos Lucé, ...).
- ✓ Des parcs et jardins de grande qualité, dont des potagers conservatoires.
- ✓ Un territoire labellisé « Pays d'art et d'histoire », outil de valorisation du patrimoine et gage d'une qualité patrimoniale.
- ✓ Un territoire doté de plusieurs équipements de loisirs, dont 6 inscrits dans la démarche « Entrez dans la Cour des Grands », adressée aux enfants.

- Mais,**
- ✓ Un patrimoine industriel et des savoir-faire insuffisamment valorisés (tanneries, viticulture, potagers conservatoires).
  - ✓ Un territoire pauvre en communes labellisées, levier supplémentaire en termes d'attractivité.
  - ✓ Un manque de visibilité touristique sur l'offre des parcs et sites de loisirs.



# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.2. Le patrimoine culturel et industriel, les sites de visite



### Axes de progrès identifiés

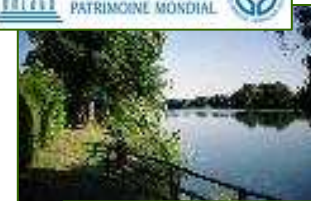


- Capitaliser sur le label « Pays d'art et d'histoire » pour proposer une offre touristique de qualité, pour tous publics.
- Poursuivre la mise en tourisme du pôle de Château-Renault par la valorisation des savoir-faire et du bâti industriels historiques (tanneries). Trouver des portes d'entrée d'intérêt (« Les grands hommes » ?).
- Valoriser les petites communes de la vallée de la Loire, de la Brenne et autour de la Cisse (labellisation et développement de visites guidées et/ou animées par les Offices de Tourisme).
- Valoriser et animer l'offre des parcs et jardins (thématiques saisonnières ?).
- Développer et valoriser l'offre familiale.
- Moderniser ou inscrire dans une dynamique d'évolution certains parcs et sites de loisirs.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.3. Le patrimoine naturel et les activités sportives de plein air

- ✓ Un patrimoine naturel riche et diversifié, en grande partie inscrit à l'Unesco.
- ✓ L'omniprésence de l'eau, vecteur d'attractivité touristique et support d'activités sportives douces.
- ✓ Une offre loisirs nature à fort potentiel : randonnée pédestre, vélo, canoë-kayak, croisières fluviales, ...
- ✓ Des prestataires et associations touristiques dynamiques.
- ✓ Des comportements de clients en évolution, avec un développement de la clientèle en courts séjours ayant des motivations autres que les visites de châteaux.



- Mais,**
- ✓ Des sites naturels à fort potentiel touristique encore peu valorisés (île d'Or, ...).
  - ✓ Un outil de connaissance et de valorisation du patrimoine sous exploité (la Maison de la Loire).
  - ✓ Un manque de lisibilité dans l'offre globale.
  - ✓ Des difficultés dans la mise en oeuvre de la « Loire à vélo » sur une majeure partie du territoire.
  - ✓ Un manque cruel de lieux de baignades et d'activités aqualudiques.

### Axes de progrès identifiés

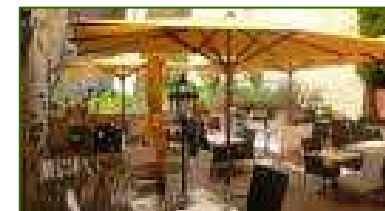


- Structurer et valoriser l'offre nature autour de pôles géographiques (vallée de la Loire, vallée du Cher) et l'adapter aux publics touristiques (langues étrangères, visites guidées, ...).
- Proposer une découverte ludique du patrimoine (naturel, bâti) par la mobilité douce.
- Développer les pôles de baignade et d'activités aqualudiques.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.4. Les savoir-faire, gastronomie et produits du terroir

- ✓ Une image de « gastronomie raffinée » portée par la présence de vignobles et des restaurateurs de qualité (Guide Michelin, Touraine Gourmande).
- ✓ Un territoire viticole renommé avec de nombreuses caves touristiques labellisées.
- ✓ Une nouvelle offre de découverte de la viticulture qui semble émerger (balades en calèche, randonnées et pique-niques dans les vignes, ...).
- ✓ Quelques artisans d'art.



**Mais,**

- ✓ En dehors des vins, l'offre gastronomie/terroir reste limitée.
- ✓ Des lacunes en matière d'accueil oenotouristique (modalités d'ouverture des caves, langues étrangères, objectifs, ...). Des caves touristiques dans une dynamique de vente plus que d'accueil et de partage d'expérience et de savoir-faire, avec une offre segmentée par appellation.
- ✓ Des restaurants qui doivent encore s'adapter aux comportements des clientèles touristiques en termes d'horaires, de jours d'ouverture, de lisibilité pour les clientèles étrangères.
- ✓ Une absence de regroupement des artisans d'art et de circuits thématiques.



### Axes de progrès identifiés



- Travailler l'offre oenotouristique à une échelle visible et s'inscrire dans le label « Vignobles et découvertes ».
- Développer une offre oenotouristique innovante et de qualité (mobiliser et fédérer les acteurs principaux autour de cette thématique).
- Former l'ensemble des acteurs à parler du vin.
- Poursuivre la qualification de l'offre de restauration et la mise en adéquation avec les comportements des visiteurs.
- Inciter les artisans d'art à initier une démarche commune.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.5. Les festivités et animations

- ✓ De nombreuses salles de spectacle et lieux d'exposition.
- ✓ Une offre culturelle riche et diversifiée, surtout autour de la musique.
- ✓ Des initiatives intéressantes (Jours de Cirque, Jours de fête, Jours de Loire), dont certaines réalisées sur une échelle géographique plus large.
- ✓ De nouvelles animations dans le cadre du Pays d'art et d'histoire qui permettent également aux habitants de connaître et de s'approprier leur patrimoine.



- Mais,**
- ✓ Aucun événement fédérateur à l'échelle du Pays.
  - ✓ Un déficit de vie et d'ambiance sur le territoire.

### Axes de progrès identifiés



- Développer la mise en ambiance du territoire.
- Fédérer les communautés de communes autour d'un événement commun.
- Développer les visites et animations dans le cadre du Pays d'art et d'histoire.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.6. Les hébergements touristiques

- ✓ Une offre concentrée dans les vallées de la Loire et du Cher, principalement sur Amboise et sur la Communauté de Communes Bléré Val de Cher.
- ✓ Un poids des résidences secondaires non négligeable (près de 50 %).
- ✓ Une prédominance de lits marchands en hôtellerie de plein air (44 %), principalement localisée sur les CC Val d'Amboise et Bléré Val de Cher.
- ✓ Une offre hôtelière de qualité participant à l'image « haut de gamme » du territoire.
- ✓ Un poids très important des hébergements collectifs (résidences de tourisme et villages de vacances).
- ✓ Une offre en meublés de tourisme d'un bon niveau qualitatif.
- ✓ Une offre en chambres d'hôtes très qualitative avec des produits de charme et d'exception
- ✓ Une part de clientèle étrangère importante.

- Mais,**
- ✓ Une activité très concentrée, essentiellement estivale et pour des courts séjours.
  - ✓ Une offre en hôtellerie de plein air de faible qualité, très traditionnelle et aujourd'hui dépassée.
  - ✓ Une faiblesse de l'offre en hébergement de grande capacité.
  - ✓ Une faiblesse de l'offre d'accueil des camping-cars.

### Axes de progrès identifiés

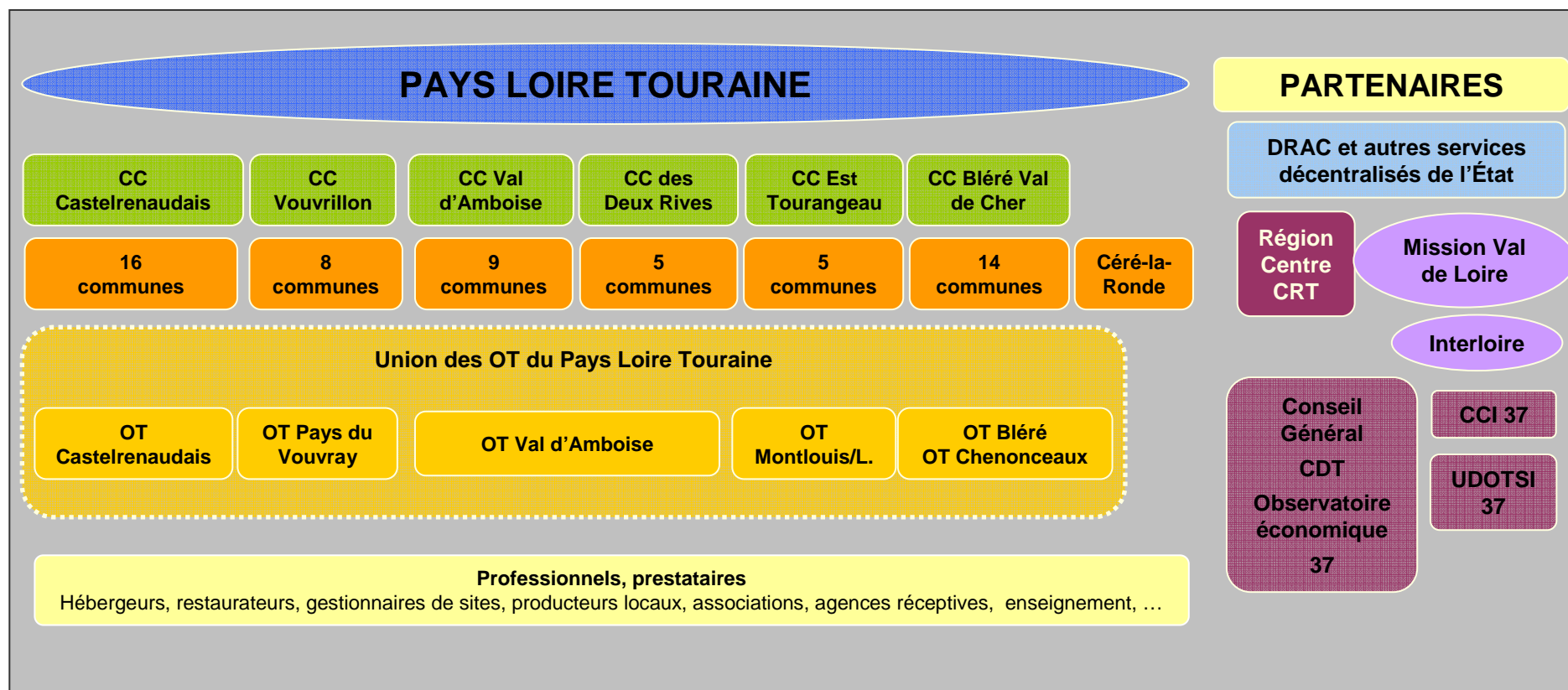


- Favoriser le développement d'une offre d'hébergements touristiques de plein air moderne et de qualité.
- Étudier l'opportunité de création d'hébergements de grande capacité.
- Accompagner la montée en gamme des hébergements touristiques.
- Développer et améliorer les aires d'accueil de camping-cars.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.7. L'organisation touristique

### LES ACTEURS



NB : cette liste n'est pas exhaustive. Elle recense les principaux partenaires.

# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.7. L'organisation touristique

### LES MISSIONS

#### ECHELLE REGIONALE

Région Centre  
CRT Centre

Agences réceptives

Coordination

Promotion  
communication

Ingénierie  
Développement  
Aménagement

Observation

Commercialisation

Promotion  
communication

#### ECHELLE DEPARTEMENTALE

Conseil Général 37  
CDT 37

CCI 37

OE2T

Coordination

Promotion  
communication

Ingénierie  
Développement  
Aménagement  
Gestion d'équipements

Formation

Coordination

Observation

#### ECHELLE PAYS

Pays Loire Touraine

Union des OT du PLT

Coordination  
PAH

Promotion  
Communication  
PAH

Ingénierie

Animation  
PAH

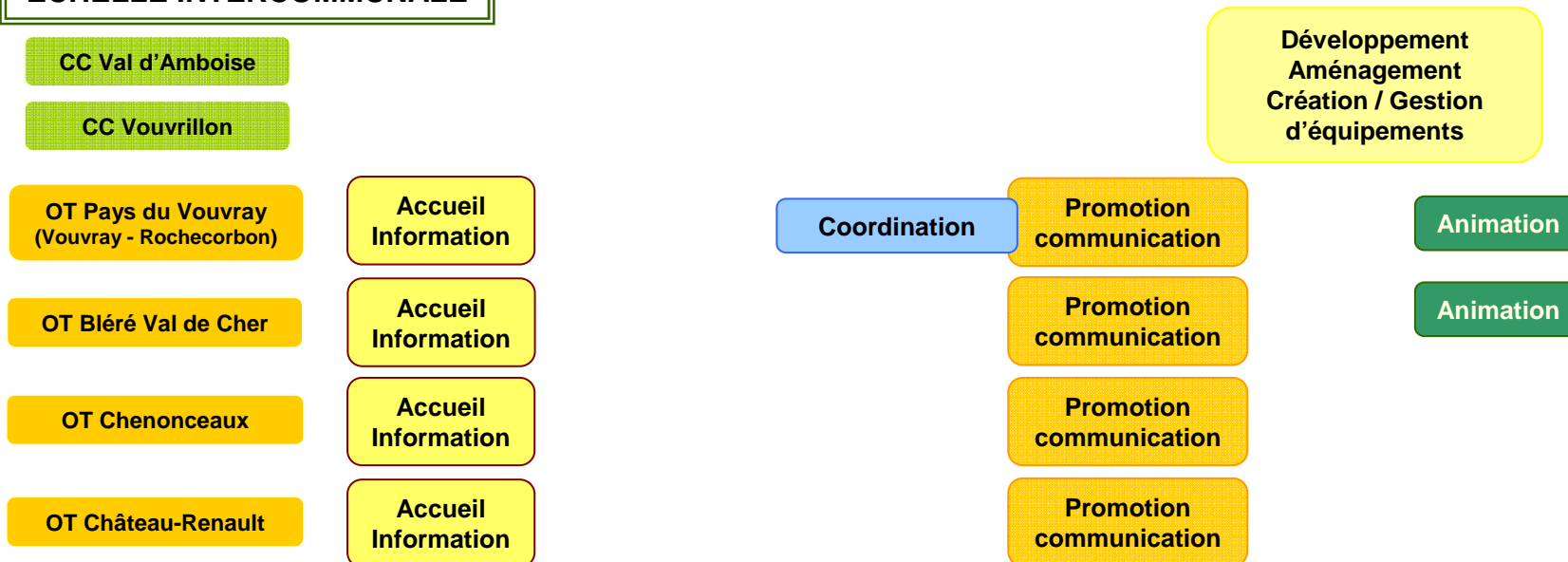
Coordination

Promotion  
communication

## ECHELLE INTERCOMMUNAUTAIRE



## ECHELLE INTERCOMMUNALE



## ECHELLE COMMUNALE



# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.7. L'organisation touristique

- ✓ Présence de 6 Offices de Tourisme et de 2 points d'accueil saisonniers qui assurent un bon maillage du territoire.
- ✓ Présence d'une Union des Offices de Tourisme du Pays, qui fédère et coordonne la communication à l'échelle du Pays.

**Mais,**

- ✓ Une compétence tourisme qui manque de clarté et une sensibilité inégale des communes à la problématique touristique.
- ✓ Un périmètre administratif instable qui peut perturber l'équilibre touristique actuel.
- ✓ Des OT aux moyens limités avec une grande disparité dans la fréquentation, une faible mutualisation des moyens et une faible implication dans les actions de développement.
- ✓ Une coordination à l'échelle du Pays limitée et un problème de lisibilité du « qui fait quoi ».
- ✓ Des politiques « micro-territoires » qui se télescopent et/ou se neutralisent .
- ✓ Une méconnaissance du rôle et des missions du Pays de la part des prestataires touristiques.

### Axes de progrès identifiés



- Clarifier la compétence « tourisme » et systématiser la contractualisation OT / collectivité.
- Renforcer la mutualisation des moyens et la coopération entre OT.
- Développer la mise en réseau des prestataires touristiques.
- Développer la production et la commercialisation d'offres touristiques à l'échelle du Pays.
- Mettre en place une politique unique d'adhésion à l'ensemble des OT.

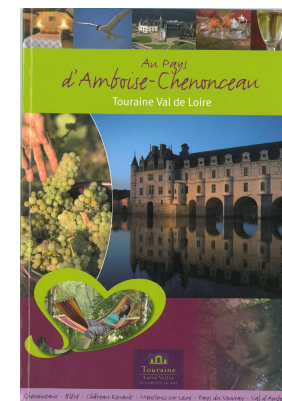
# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.8. La communication

- ✓ Un guide touristique commun, « Au Pays d'Amboise-Chenonceau » / « Au Pays de Chenonceau-Amboise », qualitatif permettant au visiteur de disposer d'un support unique et respectant les codes visuels de la destination Touraine.
- ✓ Des sites Internet des OT de bonne qualité, homogènes, en cohérence avec l'identité graphique « Touraine » et bien référencés.
- ✓ Des documents thématiques édités à l'échelon départemental, diffusés dans les OT.

**Mais,**

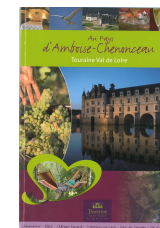
- ✓ Un guide touristique commun très lourd en termes de réalisation pour les OT et qui manque de lisibilité.
- ✓ Un guide touristique à une échelle plus locale, « Chenonceaux-Bléré », qui ne se justifie pas et n'optimise pas les budgets d'action commerciale des prestataires.
- ✓ Des sites Internet trop informatifs et peu vendeurs.
- ✓ Une absence de liens entre les sites Internet des OT.
- ✓ Des sites Internet de Communes et Communautés de Communes qui mélangent information touristique et vie locale et ne renvoient pas systématiquement vers les sites des OT.
- ✓ Un site Internet de Pays peu « lisible » et « ancienne génération », comportant une information touristique disséminée et non mise à jour.
- ✓ Des actions du Pays d'art et d'histoire peu valorisées sur Internet.
- ✓ Une communication interne à destination des prestataires peu développée.
- ✓ Des supports thématiques à réactualiser (randonnée).



# 1 – Les principaux enseignements du diagnostic et des ateliers

## 1.8. La communication

### Axes de progrès identifiés



- Choisir une appellation porte drapeau pérenne pour le territoire (« Au Pays d'Amboise-Chenonceau » ou « Au Pays de Chenonceau-Amboise »).
- Améliorer la lisibilité globale du territoire et de son offre pour les visiteurs, les prestataires et les habitants : améliorer la hiérarchisation de l'information et la mise en page du guide touristique Pays.
- Valoriser l'appartenance du Pays Loire Touraine au réseau « Pays d'art et d'histoire ».
- Développer des outils de promotion à l'échelle du territoire (site Internet).
- Développer des outils de communication à destination des prestataires.
- Initier des actions de mise en marché à des échelles adaptées selon leur nature et leur cible (Département, Pays, CC ...).
- Distinguer la communication institutionnelle de la communication touristique.

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.1. Enjeu et principes du développement touristique du Pays

ENJEU

**Favoriser un développement touristique durable en cohérence avec la destination Touraine, le territoire de vie et ses valeurs.**

- ✓ Le tourisme est une activité économique majeure, impliquant de nombreux professionnels, le rôle des collectivités étant d'accompagner et de créer les conditions nécessaires à la réussite des projets publics et privés.
- ✓ Le tourisme doit être favorisé et développé sur l'ensemble du Pays Loire Touraine. Cependant, certains pôles majeurs, contribuant plus fortement à l'attractivité du territoire ou potentiellement en mesure d'y contribuer, doivent faire l'objet d'une attention mobilisatrice. C'est le cas de la vallée de la Loire (Amboise et la « Loire à Vélo »), de la vallée du Cher (Chenonceau, patrimoine fluvial et potentiel loisirs nature) et enfin de Château-Renault via la vallée de la Brenne. Quant aux communes bordant la Cisse, elles doivent principalement agir en matière de valorisation identitaire.
- ✓ Le territoire Pays Loire Touraine ne constitue pas une marque de destination touristique. Il est partie intégrante de la destination « Touraine Loire Valley » et son offre s'inscrit en complémentarité de l'offre touristique des territoires proches. Par contre, Chenonceau et Amboise, à eux seuls, constituent des leviers indiscutables (et des déclencheurs indéniables de l'intérêt premier pour le territoire). C'est pourquoi, l'appellation « Au Pays d'Amboise - Chenonceau » est légitime. De même, le dispositif « Pays d'art et d'histoire », élément fédérateur pour le territoire, doit s'inscrire comme un élément porteur du positionnement touristique de la Touraine, « Ici, vivre est un art ».
- ✓ Le Pays élabore actuellement son Agenda 21, qui vise à donner les orientations pour un développement durable du territoire. La stratégie touristique du Pays doit s'appuyer sur le développement d'un tourisme durable, se définissant comme un tourisme éthique, respectueux de l'environnement, du patrimoine, des traditions culturelles et locales, visant à ce que la population bénéficie de ses retombées. Dans la même optique, l'offre touristique complémentaire du territoire doit s'inscrire dans les tendances fortes actuelles : rapport à la nature, recherche de bien-être, d'authenticité et de convivialité.

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.2. L'ambition touristique du Pays Loire Touraine

- ✓ Être identifié comme un territoire animé, sur lequel vie culturelle et loisirs sont intimement liés, voire indissociables, et participer activement au renforcement du positionnement « Art de vivre » de la Touraine.

#### Pour pouvoir :

- ✓ Fidéliser la clientèle de passage, souvent composée de primo-visiteurs, et lui donner envie de revenir sur le territoire (clientèle française et européenne).
- ✓ Capturer de nouvelles clientèles de proximité à la recherche d'une destination « loisirs-nature » accessible facilement.
- ✓ Favoriser la consommation immédiate d'offres complémentaires aux châteaux par les clientèles peu susceptibles de revenir sur le territoire (clientèles étrangères).

#### Et pour cela :

- Soutenir le renouvellement et l'adaptation de l'offre patrimoniale.
- Développer et structurer une offre de loisirs complémentaire à la visite des grands châteaux.
- S'appuyer sur la labellisation « Pays d'art et d'histoire » pour valoriser le patrimoine et proposer une offre d'animation innovante et de qualité.
- Proposer une offre innovante et de qualité dans toutes ses composantes, accueil et contenu (hébergements, loisirs, sites, visites, animations, ...).
- Créer une véritable dynamique touristique avec tous les acteurs du territoire.
- Diffuser la dynamique touristique existant dans la vallée de la Loire vers le nord et le sud du territoire.
- Rendre l'organisation et la communication touristique plus efficaces.

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.3. Les publics / clientèles cibles

#### CLIENTELES CIBLES / SEGMENTS

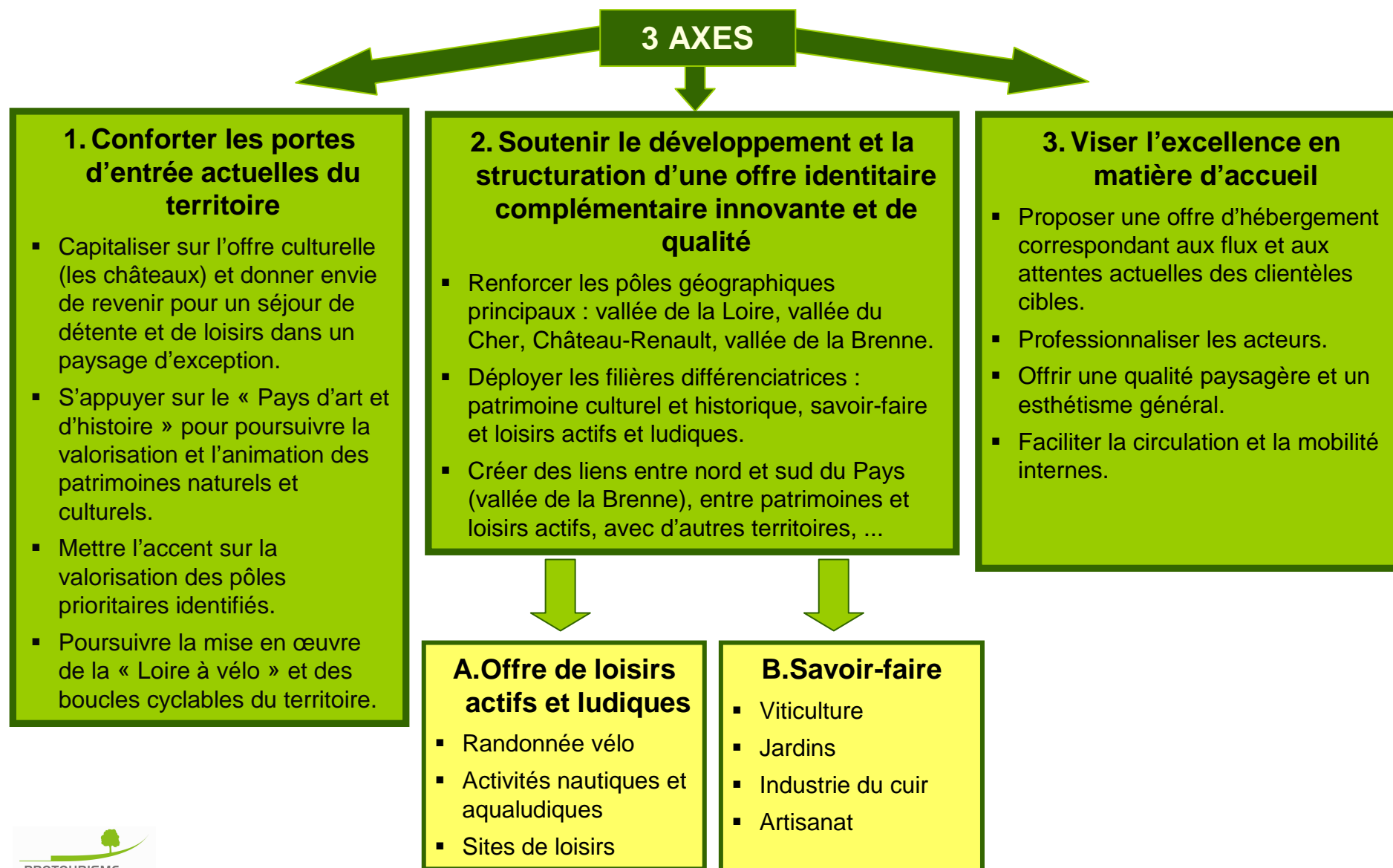
Segmentation en adéquation avec les clientèles et le positionnement visés par la Touraine : « Haut de gamme moderne »

#### OBJECTIFS STRATEGIQUES



## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques



## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 1 – CONFORTER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

##### Le patrimoine architectural

##### ➤ **Soutenir l'évolution de l'offre des sites patrimoniaux**

- ✓ Soutenir le développement d'outils d'interprétation et de découverte innovants (NTIC, interactivité) répondant aux attentes des divers publics (adultes, enfants, tous types de handicaps).
- ✓ Soutenir les actions d'amélioration de la qualité (accueil, accessibilité, contenu, ...).
- ✓ Développer le hors saison par des propositions thématiques.

##### ➤ **Poursuivre la mise en œuvre des missions du Pays d'art et d'histoire**

- ✓ Encourager la protection, la restauration et la réhabilitation du patrimoine bâti.
- ✓ Favoriser la mise en valeur des communes (en particulier dans les vallées de la Cisse et de la Brenne).
- ✓ Encourager la protection, la mise en valeur du patrimoine naturel.
- ✓ Développer les animations permettant la découverte des patrimoines et leur appropriation par les habitants.
- ✓ Faire découvrir les savoir-faire.
- ✓ Créer un Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine, relais touristique pour le Pays, en lien avec les acteurs concernés par la préservation et la valorisation des patrimoines (ex : Maison de la Loire).

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 1 – CONFORTER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

##### Le patrimoine architectural

###### ➤ Faciliter l'accès aux sites patrimoniaux

- ✓ Mettre à jour la signalétique touristique, la structurer à l'échelle du Pays d'art et d'histoire.
- ✓ Créer des outils efficaces de lisibilité de l'offre globale.
- ✓ Développer l'intermodalité et favoriser l'accès aux sites par les modes de circulation doux (parcs relais, parcs vélos, navettes électriques, ...).
- ✓ Créer des liens physiques et « monétaires » (Pass) entre sites patrimoniaux, et sites et activités de loisirs.

##### La Loire à Vélo

###### ➤ Poursuivre et élargir la mise en œuvre du produit Loire à Vélo et le maillage du territoire

- Poursuivre la mise en œuvre du schéma de boucles cyclables du Pays élaboré par Altermodal (tenir compte de la nécessité d'irriguer tout le territoire).
- Favoriser le développement des commerces et des services liés (aires de services, laveries, location de vélos, hébergements, ...).

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE

##### Deux pôles stratégiques et 2 pôles complémentaires



## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE



## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE

##### AXE 2.A. – DEVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE DE LOISIRS ACTIFS ET LUDIQUES

- **Poursuivre le développement des voies cyclables sur le Pays.**
  - ✓ Poursuivre la mise en œuvre de la Loire à Vélo et des boucles du schéma cyclable du Pays.
  - ✓ Développer le Cher à Vélo.
  - ✓ Mettre en œuvre l'axe cyclable dans la « vallée de la Brenne » (lien entre le sud et le nord du territoire et vers la vallée du Loir).
- **Optimiser l'offre de sentiers de multi randonnées**
  - ✓ Adapter les sentiers pour favoriser les multi pratiques.
  - ✓ Mutualiser les services et structures d'accueil.
  - ✓ Lier les différentes pratiques entre elles et avec l'offre de loisirs (découverte de la même offre possible à pieds, à vélo ou à cheval).
- **Développer et structurer l'offre de loisirs liés à l'eau.**
  - ✓ Canoë-kayak, aviron, ...
  - ✓ Batellerie
  - ✓ Pêche
- **Favoriser l'émergence d'une offre de loisirs aqualudiques.**
  - ✓ Créer des lieux de baignade (plages en bord de Loire, en bord de Cher, baignades naturelles équipées).
  - ✓ Favoriser la création de bases de loisirs aqualudiques (bord de Loire, bord du Cher).
- **Soutenir le renouvellement de l'offre des parcs et activités de loisirs.**

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE

##### AXE 2.A. – DEVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE DE LOISIRS ACTIFS ET LUDIQUES

- **Structurer et promouvoir l'offre de découverte du patrimoine et des milieux naturels.**
  - ✓ Capitaliser sur l'outil « Maison de la Loire ».
  - ✓ Développer des outils variés d'interprétation des milieux naturels (visites guidées, audioguides, smartphones, livrets jeux, ...).
  - ✓ Développer les actions et animations favorisant l'éducation à l'environnement et la découverte du patrimoine naturel de manière interactive et ludique, pour tous publics.
  - ✓ Créer des liens entre loisirs actifs et découverte du patrimoine naturel (découverte du milieu naturel en vélo, en canoë, en bateau, ...).
- **Favoriser la création de produits/séjours écotouristiques, d'offres intergénérationnelles.**

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE

##### AXE 2.B. – DEVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

- **Valoriser les métiers du cuir (tanneries de Château-Renault).**
  - ✓ Améliorer l'attractivité du site du Musée du Cuir : poursuivre la réhabilitation des bâtiments et valoriser les extérieurs.
  - ✓ Diversifier les outils de découverte du musée (audioguides, livrets jeux pour les enfants, utilisation des NTIC).
  - ✓ Développer les animations permettant aux visiteurs de tous âges de pratiquer l'activité de tannerie (ateliers découverte de certaines étapes du métier de tanneur, confection d'objets, vêtements en cuir, ...).
  - ✓ Développer la boutique.
  - ✓ Organiser des animations de type « marché des artisans du cuir ».
- **Valoriser les métiers du vin.**
  - ✓ Structurer l'offre œnotouristique en s'appuyant sur le label « Vignobles et Découvertes » et en sortant de la segmentation par AOC.
  - ✓ Favoriser le développement d'offres permettant une découverte interactive et conviviale.
  - ✓ Proposer des offres de visite et de découvertes adressées aux enfants.
  - ✓ Développer l'événementiel et les animations festives à l'échelle du territoire.
  - ✓ Mettre en scène les communes concernées par cette thématique (ex : projet de sculpture en verre à Amboise).
  - ✓ Favoriser la découverte du vignoble par la mobilité douce.
  - ✓ Renforcer les partenariats avec les restaurateurs locaux.

## 2 – La stratégie touristique du Pays Loire Touraine

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 2 – DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLÉMENTAIRE

##### AXE 2.B. – DEVELOPPER LA VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

- **Valoriser les métiers des fleuves et des rivières.**
  - ✓ Développer les visites de patrimoines bâtis (moulins, barrages à aiguilles, maisons éclésières, ...) et favoriser la découverte des métiers liés à l'eau (pêche, batellerie, ...).
  - ✓ Soutenir l'offre de promenades fluviales.
- **Valoriser l'offre de découverte des jardins et potagers (conservatoires).**
  - ✓ Développer les animations en lien avec les sens et permettant aux visiteurs de faire ou d'apprendre à faire (stages de formation technique, cours de cuisine, art floral, ...).
  - ✓ Développer des actions communes dans le cadre de l'éducation au goût, aux saveurs oubliées (participation à la biennale européenne du goût et de l'alimentation, Eurogusto).
  - ✓ Proposer des animations de grande envergure permettant de rassembler habitants et visiteurs autour de la découverte des saveurs et des savoir-faire culinaires (associer restaurateurs, viticulteurs, producteurs, ...).
- **Structurer la filière des artisans d'art.**
  - ✓ Recenser l'offre d'artisanat d'art.
  - ✓ Encourager la mise en réseau et la visibilité de l'offre.

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 3 – VISER L'EXCELLENCE EN MATIERE D'ACCUEIL

##### AXE 3.A. – ADAPTER, MODERNISER ET DEVELOPPER L'OFFRE D'HEBERGEMENTS

- **Favoriser le renforcement d'une offre d'hébergements de qualité et éco-responsables, adaptée aux attentes actuelles.**
  - ✓ Montée en gamme et / ou en qualité des hébergements.
  - ✓ Requalifier les campings en répondant aux attentes actuelles (emplacements équipés) et prendre en compte l'accueil des campings caristes.
  - ✓ Requalifier et adapter l'offre d'hébergements collectifs (Village de vacances, AJ).
- **Favoriser le développement d'une offre d'hébergements thématisés.**
  - ✓ Bord de Loire, Bord de Cher
  - ✓ Thématique viticole, jardin
- **Favoriser le développement d'une offre en hôtellerie de plein air écologique haut de gamme (4\*).**
  - ✓ Favoriser le développement d'une offre d'hôtellerie de plein air typée nature en lien avec les boucles cyclables du Pays.
  - ✓ Prendre en compte les projets touristiques dans les documents d'urbanisme et définir des réserves foncières.
  - ✓ Favoriser les territoires moins bien pourvus en hébergements touristiques mais porteurs d'un potentiel d'attractivité (au nord de la Loire ?).
- **Étudier l'opportunité de développer l'offre en hébergement adaptée à l'accueil de « groupes autocaristes » (extension et / ou création).**

### 2.4. Les axes stratégiques

#### AXE 3 – VISER L'EXCELLENCE EN MATIERE D'ACCUEIL

##### AXE 3.B. – FAVORISER L'EXPERIENCE POSITIVE DE LA DESTINATION PAR LES CLIENTELES

- **Poursuivre la valorisation des paysages**
  - ✓ Améliorer la mise en condition des clientèles (portes d'entrée du territoire, ...).
  - ✓ Valoriser le cadre urbain des communes.
  - ✓ Renforcer l'identité paysagère.
- **Favoriser la sérénité des visiteurs**
  - ✓ Faciliter la circulation (signalétique, transports, ...).
- **Savoir recevoir l'ensemble des publics**
  - ✓ Encourager les démarches qualité (Qualité Tourisme, Loire à Vélo, Tourisme et Handicap).
  - ✓ Sensibiliser et professionnaliser les prestataires aux différentes cultures, aux langues étrangères.
  - ✓ Accompagner les prestataires pour la prise en compte des publics spécifiques (scolaires, handicapés, familles, ...).

#### AXE 1 – CONFORTER LES PORTES D'ENTREE DU TERRITOIRE

Le patrimoine architectural	
<b>Action 1.1</b>	<b>Soutenir l'évolution de l'offre des sites patrimoniaux</b> Amélioration de la visibilité et de la qualité : accessibilité, accueil, contenu ; développement de l'offre hors saison.
<b>Action 1.2</b>	<b>Poursuivre la mise en œuvre des missions du Pays d'art et d'histoire</b> Mise en valeur des communes ; protection et réhabilitation du patrimoine bâti et naturel ; développement des visites et animations ; création d'un CIAP.
La Loire à Vélo	
<b>Action 1.3</b>	<b>Soutenir les aménagements, la structuration et la qualification de l'offre concernant la Loire à Vélo</b> Favoriser le développement/l'adaptation des services liés au produit Loire à Vélo (aires de services, locations de vélos, hébergements, restauration, commerces et services (laveries, consignes, ...), parcs à vélos sur les sites, intermodalité).
<b>Action 1.4</b>	<b>Soutenir la mise en œuvre du schéma de boucles cyclables du Pays</b> Favoriser le développement des liaisons et boucles en lien avec la Loire à Vélo, permettant la découverte des pôles prioritaires identifiés.

## AXE 2 – DEVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLEMENTAIRE

Axe 2.A. - Développer et structurer l'offre de loisirs actifs et ludiques	
<b>Action 2.1</b>	<b>Soutenir le développement des voies cyclables sur le Pays (Cf. actions 1.3 et 1.4)</b> Mise en œuvre complète de la Loire à Vélo, des boucles et liaisons du schéma cyclable du Pays ; développement du Cher à Vélo.
<b>Action 2.2</b>	<b>Étudier l'offre de randonnée pédestre du Pays et soutenir sa rationalisation</b> « Mettre à plat » l'offre de circuits de randonnées pédestre du Pays, étudier la fréquentation des différents circuits et identifier les circuits véritablement touristiques, travailler sur la refonte et la thématisation de ces circuits et les proposer au CDT pour la promotion.
<b>Action 2.3</b>	<b>Étudier l'opportunité et la faisabilité du développement d'une offre de randonnée équestre</b>
<b>Action 2.4</b>	<b>Optimiser l'offre de sentiers de multi randonnées</b> Adaptation des sentiers favorisant les multi pratiques en mutualisant les services et structures d'accueil ; lier les différentes pratiques entre elles et avec l'offre de loisirs (découverte de la même offre possible à pieds, à vélo ou à cheval).
<b>Action 2.5</b>	<b>Soutenir le développement et la structuration de l'offre de loisirs liés à l'eau</b> Balades en canoë-kayak, aviron, bateaux traditionnels ; découverte des paysages et du milieu naturel aquatique ; création de lieux de baignades et de pôles de loisirs aqualudiques ; pêche de loisirs sur l'ensemble du territoire.
<b>Action 2.6</b>	<b>Soutenir la structuration et la promotion de l'offre de découverte du patrimoine et des milieux naturels</b> Soutien au développement des outils et des offres de découverte conjointes proposées par les associations d'éducation à l'environnement et les prestataires touristiques (exemple : découverte de la faune de Loire en canoë par la Maison de la Loire et Canoë Company).
<b>Action 2.7</b>	<b>Accompagner le renouvellement de l'offre des parcs et activités de loisirs et l'implantation de nouveaux équipements</b>

## AXE 2 – DEVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE IDENTITAIRE COMPLEMENTAIRE

### Axe 2.B. - Développer la valorisation des savoir-faire

<b>Action 2.8</b>	<b>Valoriser les métiers du cuir</b> Musée du Cuir de Château-Renault : amélioration de l'attractivité du site, développement des activités et animations proposées, diversification des outils de découverte, développement de la boutique.
<b>Action 2.9</b>	<b>Valoriser les métiers du vin</b> Mettre en scène les communes viticoles ; s'appuyer sur le label « Vignobles et Découvertes » pour proposer une offre œnotouristique innovante et de qualité, et s'affranchir de la segmentation par appellation ; renforcer les partenariats avec les restaurateurs locaux ; favoriser les rencontres entre prestataires autour des vignobles afin de développer une culture commune et adopter le bon langage ; développer l'événementiel et les animations festives impliquant l'ensemble du territoire ; structurer l'offre de randonnée dans les vignes.
<b>Action 2.10</b>	<b>Valoriser les métiers des fleuves et des rivières</b> Soutenir la réhabilitation et la valorisation du patrimoine fluvial : moulins, barrages à aiguilles, maisons éclusières, ... ; favoriser le développement de l'offre de visites de ce patrimoine et des métiers liés à l'eau (pêche, batellerie, ...) ; soutenir l'offre de promenades fluviales (cf. action 2.4).
<b>Action 2.11</b>	<b>Valoriser l'offre de découverte des jardins et potagers</b> Soutenir la diversification de l'offre de visites et d'animations favorisant l'interactivité et la rencontre entre professionnels et visiteurs : stages/ateliers cuisines, art floral, dégustations, ... ; favoriser la valorisation des produits locaux par les restaurateurs.
<b>Action 2.12</b>	<b>Soutenir l'organisation d'une filière des artisans d'art</b> Recenser les artisans d'art (en cours via la Chambre de Métiers et d'Artisanat) ; favoriser leur mise en réseau afin de faire émerger un programme d'animations et d'expositions en lien avec les savoir-faire identitaires du territoire.

### AXE 3 – VISER L'EXCELLENCE EN MATIERE D'ACCUEIL

Axe 3.A. - Adapter, moderniser et développer l'offre d'hébergements	
<b>Action 3.1</b>	<b>Favoriser le renforcement d'une offre d'hébergements de qualité et éco-responsables, adaptée aux attentes et thématisée</b> Bord de Loire, bord de Cher, thématique viticole, montée en gamme et / ou en qualité des hébergements ...
<b>Action 3.2</b>	<b>Étudier l'opportunité de développer l'offre en hébergement adapté à l'accueil de groupes (création et/ou extension)</b>
<b>Action 3.3</b>	<b>Favoriser la requalification des campings et améliorer l'accueil de camping cars</b> Montée en gamme des campings ; développement des emplacements équipés d'un locatif ; diversité des locatifs (yourtes, cabanes sur pilotis, roulottes, tipis, ...) ; développement des services et équipements pour les randonneurs et les familles ; étude sur l'accueil des camping-cars.
<b>Action 3.4</b>	<b>Favoriser le développement d'une offre en hôtellerie de plein air écologique haut de gamme (4*)</b> Prendre en compte le schéma des boucles cyclables du Pays, les projets touristiques et les documents d'urbanisme afin de définir des réserves foncières aux emplacements stratégiques.
<b>Action 3.5</b>	<b>Favoriser la requalification et l'adaptation de l'offre d'hébergements collectifs</b> Modernisation de l'Auberge de Jeunesse Charles Péguy d'Amboise en cours, réflexion sur le VV des Violettes

### AXE 3 – VISER L'EXCELLENCE EN MATIERE D'ACCUEIL

#### Axe 3.B – Favoriser l'expérience positive de la destination par les clientèles

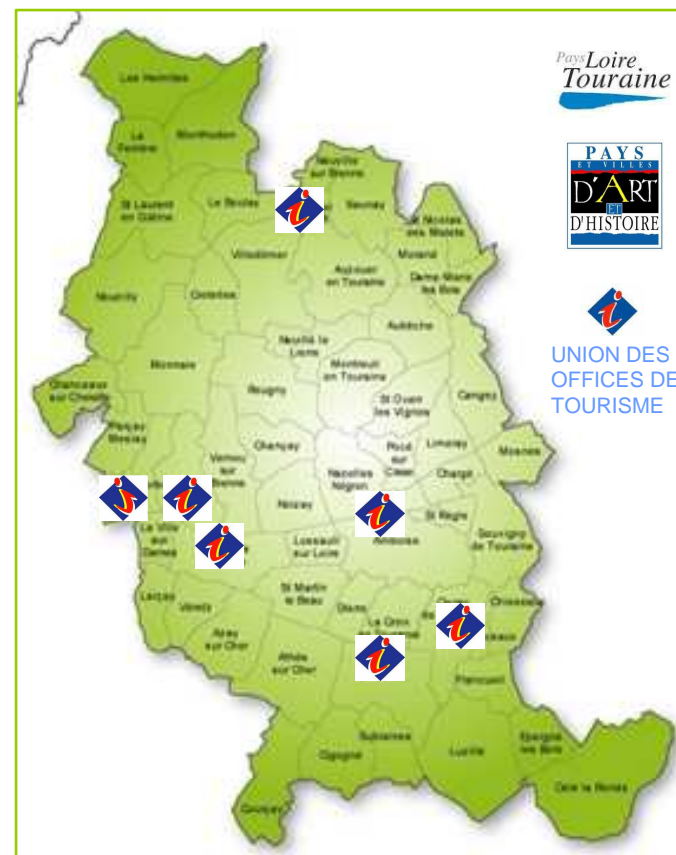
<b>Action 3.6</b>	<b>Poursuivre la mise en œuvre des préconisations de la charte d'environnement du Pays en matière de qualité des paysages, du patrimoine bâti, des espaces publics et de maîtrise des déplacements</b> Valoriser les portes d'entrées du territoire, les entrées de villes, les bourgs, en cohérence avec leur identité paysagère ; vérifier et harmoniser les signalisations directionnelles et touristiques ; favoriser l'utilisation des transports en commun et les déplacements doux ; communiquer sur les possibilité de stationnement.
<b>Action 3.7</b>	<b>Favoriser l'utilisation des transports en commun</b> Favoriser le stationnement des véhicules en périphérie de territoire ; développer la desserte des grands sites touristiques par les transports en commun ; favoriser l'intermodalité ; communiquer sur les réseaux de transports en commun desservant les sites touristiques (cartes des sites et des réseaux).
<b>Action 3.8</b>	<b>Favoriser l'amélioration de l'accessibilité pour tous</b> Favoriser l'accessibilité des villes et des sites touristiques par tous modes de déplacement. Inciter et soutenir la labellisation Tourisme et Handicap des sites et équipements du territoire : sites touristiques, sentiers de randonnée, hébergements, restaurants, ...
<b>Action 3.9</b>	<b>Sensibiliser les prestataires à l'adaptation de leur offre</b> Sensibiliser les prestataires à l'importance de l'accueil des visiteurs ; organiser un « roulement » entre les restaurateurs ; développer les liens avec les écoles pour adapter les formations à la demande.

### UN 4ème AXE DEDIE AUX MOYENS A METTRE EN ŒUVRE POUR REpondre A LA STRATEGIE



#### 4. Optimiser l'organisation, l'accueil et la communication touristiques du territoire

- Définir les missions de chacun.
- Favoriser le coopération et la mutualisation des moyens.
- Favoriser la rencontre et les liens entre prestataires.
- Créer les conditions nécessaires pour l'émergence d'offres commercialisables.



Le schéma organisationnel doit anticiper l'entrée en vigueur le 1er janvier 2014 des nouveaux critères de classement des Offices de Tourisme (*arrêté du 12 novembre 2010 fixant les critères de classement des Offices de Tourisme*).

### AXE 4 – OPTIMISER L'ORGANISATION, L'ACCUEIL ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUES

- **Centraliser la coordination touristique du territoire.**
  - ✓ Mutualiser et mettre en réseau les outils des OT du Pays (fichier des adhérents, ...).
  - ✓ Créer un réseau de guides communs.
  - ✓ Créer un poste de chargé(e) de développement touristique à l'échelle du Pays (salarié de l'Union des OT ?).
- **Optimiser l'accueil touristique des Offices de Tourisme.**
  - ✓ Observer et évaluer l'activité touristique (enquêtes, veille sur les territoires voisins, nationaux et internationaux et sur les thématiques communes) afin de développer des solutions permettant un accueil répondant aux attentes des publics.
  - ✓ Mutualiser les ressources humaines afin d'avoir plus d'efficacité en matière d'accueil (accueil physique, contacts à distance, ...).
- **Améliorer les supports et outils de communication et d'information.**
  - ✓ Optimiser les documents d'information et les supports de promotion (guide, éditions thématiques, site Internet, ...).
  - ✓ Revoir l'organisation des informations contenues dans le guide papier (mise en page, cartographie, thématiques, ...) et sur les sites Internet des OT.
- **Renforcer/créer des liens entre prestataires et avec les institutionnels (mise en réseau).**
  - ✓ Créer et animer un club des professionnels du tourisme.
  - ✓ Développer des Pass inter-sites thématiques (familles, offre culturelle, loisirs actifs, mixité des activités, ...).
  - ✓ Développer des produits touristiques commercialisables par les agences réceptives du territoire.

### AXE 4 – OPTIMISER L'ORGANISATION, L'ACCUEIL ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUES

#### Axe 4.A - L'organisation et l'accueil

<b>Action 4.1</b>	<b>Centraliser la coordination touristique du territoire</b> Créer un poste de chargé(e) de développement touristique du Pays (salarié de l'Union des OT ? Salarié du Pays ?).
<b>Action 4.2</b>	<b>Optimiser les moyens (humains et outils) des Offices de Tourisme à l'échelle du territoire</b> Mutualiser les ressources humaines afin d'optimiser l'ensemble des missions des Offices de tourisme ; Mutualiser et mettre en réseau les outils des OT du Pays (fichier des adhérents, écoute client, ...) ; créer un réseau de guides, observation et veille Recenser des animations et planifier le calendrier ; communiquer de manière conjointe sur les thématiques communes.

### AXE 4 – OPTIMISER L'ORGANISATION, L'ACCUEIL ET LA COMMUNICATION TOURISTIQUES

Axe 4.B - La communication et mise en marché	
<b>Action 4.3</b>	<p><b>Mettre en place une politique et des outils de communication interne</b></p> <p>Communiquer entre OT, vers les communes, vers les prestataires et commerces ; Créer un club des professionnels du tourisme, un blog entre professionnels.</p>
<b>Action 4.4</b>	<p><b>Améliorer les supports et outils de communication et d'information</b></p> <p>Optimiser les documents d'information et les supports de promotion (guide, éditions thématiques, site Internet, ...) ; revoir l'organisation des informations contenues dans le guide papier (mise en page, cartographie, thématiques, ...) et sur les sites Internet des OT ; s'orienter vers des sites Internet d'OT en réseau, voire un site unique ; concevoir un nouveau site Internet pour le Pays avec un lien vers le site Internet des OT ; veiller au renvoi systématique vers les sites des OT pour tout ce qui concerne l'information touristique, culturelle et événementielle .</p>
<b>Action 4.5</b>	<p><b>Créer des dispositifs incitatifs de découverte du territoire</b></p> <p>Mettre en place une carte ambassadeur pour les habitants et les résidents secondaires, créer un site web participatif.</p> <p>Mettre en place des Pass inter-sites thématiques (familles, offre culturelle, offre nature, loisirs actifs, mixité des activités, ...).</p>
<b>Action 4.6</b>	<p><b>Créer des synergies avec d'autres territoires proches et/ou lointains se positionnant sur des thématiques identiques ou complémentaires</b></p> <p>Créer des partenariats avec le Pays des Châteaux sur la mise en valeur du patrimoine ligérien, avec le Pays Loire Nature et le Pays de la Vallée du Loir sur le tourisme vert, sur l'oenotourisme, les châteaux à vélo, ...</p>
<b>Action 4.7</b>	<p><b>Soutenir la création de produits touristiques</b></p> <p>Mettre en place des séjours écotouristiques, des offres familiales et intergénérationnelles, ...</p>

## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.1. – Rappel de l'organisation touristique actuelle

#### PAYS LOIRE TOURAINE



- Une compétence tourisme qui manque de clarté (absence de transfert de la compétence au niveau des communautés de communes mais des financements par ces dernières, sauf pour Montlouis-sur-Loire).
- Des missions (accueil, information, animation, promotion, communication, coordination, ingénierie, aménagement, création/gestion d'équipements) présentes à différents niveaux.

### 5.2. – Rappel des deux logiques de regroupement

#### La logique conventionnelle

- Logique de coopération
- Plusieurs OT organisés autour d'un OT « animateur / chef de file »
- Décision volontaire des structures communales et intercommunales concernées
- Pas de création d'une nouvelle entité juridique
- Utilisation d'un outil juridique simple et souple : une convention de base et des avenants
- Principe d'autonomie, de respect des identités, de complémentarité et de coordination des actions
- Aide et assistance aux petites structures
- Addition des moyens existants (humains, matériels et financiers)

3 scénarios (1-a, 1-b, 2)

#### La logique institutionnelle

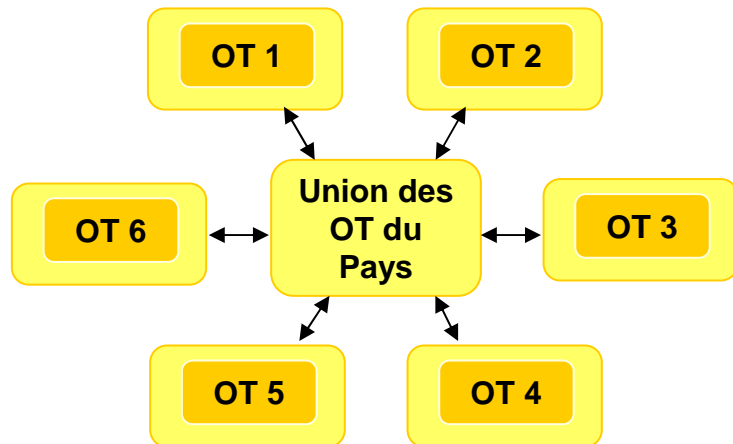
- Logique d'intégration
- Une structure porteuse, l'OT intercommunautaire, et des antennes d'accueil
- Décision des élus
- Création d'une nouvelle entité juridique de substitution
- Transfert définitif et complet de la compétence tourisme à la nouvelle entité (gestion publique ou DSP)
- « Démantèlement » des OT existants qui deviennent juridiquement des antennes de l'OT et subsistent comme points d'accueil
- Centralisation administrative et financière des moyens et des actions

1 scénario (3)

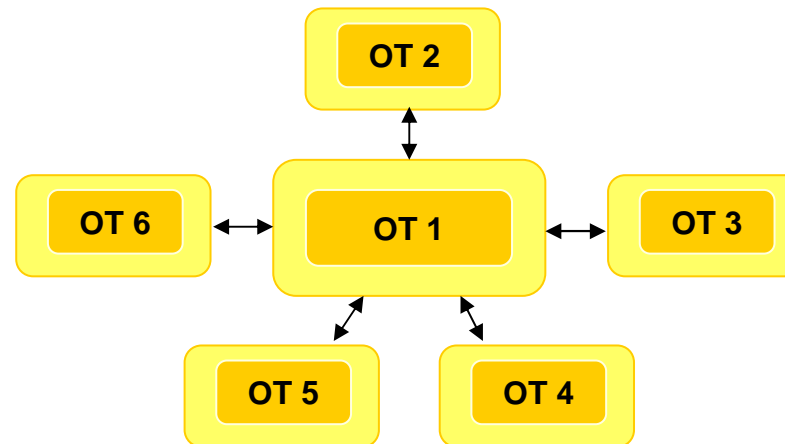
## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.3. – Les différents scénarios envisageables

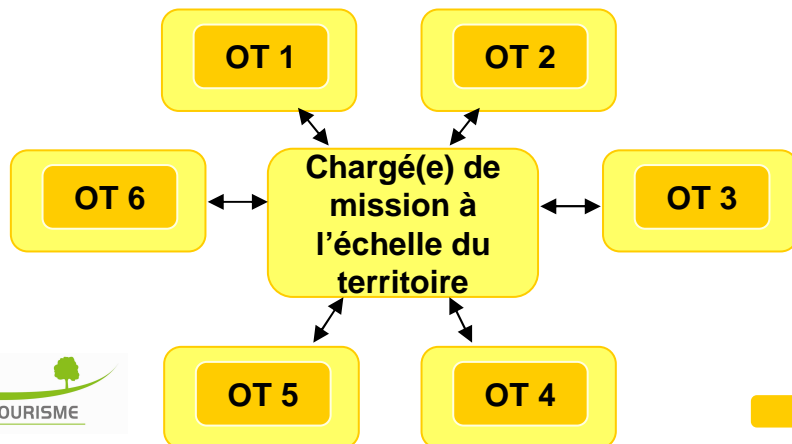
**Scénario 1-a (scénario actuel)**  
Cellule de collaboration au niveau intercommunautaire



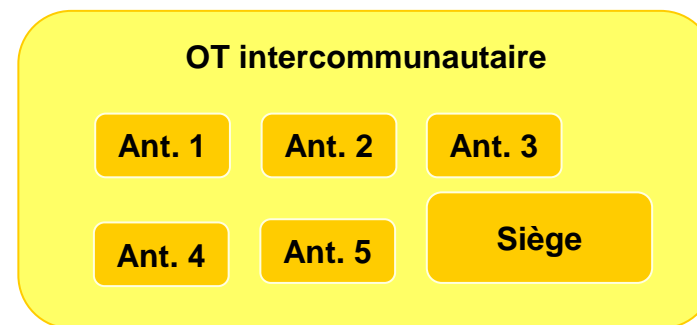
**Scénario 2**  
Un Office de Tourisme « animateur »



**Scénario 1-b**  
Cellule de coordination au niveau intercommunautaire



**Scénario 3**  
Un Office de Tourisme de Pays unique et des antennes



## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

#### ↳ Les 3 scénarios dans la logique conventionnelle

Scénarios	Missions	Statuts	Moyens
<p align="center"><b>Scénario 1-a</b> Cellule de <u>collaboration</u> au niveau intercommunautaire</p> <p align="center">= scénario actuel</p>	<p><u>Union des OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promotion</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De l'accueil à la commercialisation selon les OT</li> </ul>	<p><u>Union des OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Association</li> <li>- Pas de transfert de compétence tourisme</li> <li>- Signature d'une convention</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 associations</li> <li>- 1 régie municipale</li> </ul>	<p><u>Union des OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Subventions</li> <li>- Affectation de personnel en fonction des besoins</li> <li>- Pas de salarié(e)</li> <li>- Pas de local / matériel</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotisations</li> <li>- Subventions</li> <li>- Ressources propres</li> <li>- Salariés + bénévoles</li> </ul>
<p align="center"><b>Scénario 1-b</b> Cellule de <u>coordination</u> au niveau intercommunautaire</p> <p align="center">(Chargé(e) de développement touristique au sein de l'Union des OT ou du Pays ou d'une autre structure(ou appellation) de type agence de développement)</p>	<p><u>Structure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordination</li> <li>- Conseil</li> <li>- Développement</li> <li>- Observation</li> <li>- Promotion</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil, information</li> <li>- Promotion</li> <li>- Animation</li> <li>- (Commercialisation)</li> </ul>	<p><u>Structure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Syndicat mixte ou Association</li> <li>- Pas de transfert de compétence tourisme</li> <li>- Signature d'une convention</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 associations</li> <li>- 1 régie municipale</li> </ul>	<p><u>Structure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotisations</li> <li>- Subventions</li> <li>- Chargé(e) de développement touristique</li> </ul> <p><u>OT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotisations</li> <li>- Subventions</li> <li>- Ressources propres</li> <li>- Salariés + bénévoles</li> </ul>

## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

Scénarios	Missions	Statuts	Moyens
<p><b>Scénario 2</b></p> <p><b>Un Office de Tourisme « animateur » de la zone géotouristique</b></p> <p>( variante : des Offices de Tourisme animateurs de filières : patrimoine, vignoble, ...)</p>	<p><b><u>OT « animateur »</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil</li> <li>- Information</li> <li>- Promotion</li> <li>- Animation</li> <li>- Commercialisation</li> <li>- Coordination</li> <li>- Conseil</li> <li>- Développement</li> <li>- Observation</li> </ul> <p><b><u>OT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil</li> <li>- Information</li> <li>- Promotion</li> <li>- Animation</li> </ul>	<p><b><u>OT « animateur »</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Association</li> <li>- Pas de transfert de la compétence tourisme</li> <li>- Signature d'une convention</li> </ul> <p><b><u>OT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 associations</li> <li>- 1 régie municipale</li> </ul>	<p><b><u>OT « animateur »</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotisations</li> <li>- Ressources propres</li> <li>- Subventions des collectivités</li> <li>- Subventions État, Région, ...</li> <li>- Chargé(e) de développement touristique</li> </ul> <p><b><u>OT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cotisations</li> <li>- Subventions</li> <li>- Ressources propres</li> <li>- Salariés + bénévoles</li> </ul>

## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

#### ↳ Le scénario dans la logique institutionnelle

Scénarios	Missions	Statuts	Moyens
<p><b>Scénario 3</b> Un Office de Tourisme de Pays unique et des antennes</p>	<p><u>OT intercommunautaire</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil</li> <li>- Information</li> <li>- Promotion</li> <li>- Animation</li> <li>- Commercialisation</li> <li>- Coordination</li> <li>- Conseil</li> <li>- Développement</li> <li>- Observation</li> </ul> <p><u>Antennes / Points d'accueil</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accueil</li> <li>- Information</li> </ul>	<p><u>OT intercommunautaire</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transfert obligatoire de la compétence tourisme des communes et CdC à un Syndicat Mixte fermé (communes et CdC uniquement) ou ouvert (communes, CdC, institutions d'utilité commune et chambres consulaires)</li> <li>- Création d'un OT sous forme d'association ou d'EPIC (Établissement Public Industriel et Commercial)</li> <li>- Si EPIC, Organe délibérant = Comité de Direction (Élus majoritaires + socioprofessionnels)</li> </ul> <p><u>Antennes / Points d'accueil</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence de structure juridique propre et maintien possible des associations pour certaines missions (animation locale)</li> </ul>	<p><u>OT intercommunautaire</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si EPIC, Directeur obligatoire, de droit public, comptable de droit public, salariés de droit privé</li> <li>- Création d'un poste de chargé(e) de développement touristique</li> <li>- Ressources propres</li> <li>- Moyens de fonctionnement accordés par les CdC</li> <li>- Taxe de séjour</li> <li>- Subventions État, Région, ...</li> </ul> <p><u>Antennes / Points d'accueil</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bénévoles (animation locale)</li> <li>- Salariés de l'OT intercommunautaire (permanents ou saisonniers)</li> </ul>

## 5 – Zoom su la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

Scénarios	Avantages	Freins
<p><b>Scénario 1-a</b> Cellule de <u>collaboration</u> au niveau intercommunautaire (Union des OT)  = scénario actuel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapidité et facilité de mise en oeuvre</li> <li>- Maintien de l'identité et de l'autonomie de chacun</li> <li>- Mutualisation du guide touristique</li> <li>- Création d'habitudes de travail en commun</li> <li>- Mise en relation annuelle des prestataires touristiques à l'échelle du Pays</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rôle limité de l'Union des OT</li> <li>- Absence d'interlocuteur opérationnel unique</li> <li>- Budget limité de l'Union des OT</li> <li>- Absence de systématisation dans la coordination des actions envisageables à l'échelle du Pays</li> <li>- Difficulté d'arbitrage des décisions</li> <li>- Risque de générer des surcoûts plutôt que des économies</li> <li>- Risque de déresponsabilisation des OT par rapport à la démarche commune</li> <li>- Niveau d'intervention supplémentaire</li> </ul>
<p><b>Scénario 1-b</b> Cellule de <u>coordination</u> au niveau intercommunautaire (Chargé(e) de développement touristique au sein de l'Union des OT ou du Pays ou d'une autre structure(ou appellation) de type agence de développement)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintien des structures existantes et de l'identité et l'autonomie de chacun</li> <li>- Coordination des moyens et des actions par l'Union des OT <u>ou</u> le Pays <u>ou</u> autre structure</li> <li>- Identification claire d'un interlocuteur</li> <li>- Un(e) animateur(trice) tourisme au même titre qu'une animatrice Pays d'art et d'histoire</li> <li>- Meilleure cohérence des actions</li> <li>- Plus grande facilité de mise en œuvre d'une stratégie de développement touristique de Pays</li> <li>- Une étape intermédiaire vers une logique institutionnelle ayant la faveur du Département</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'un poste de chargé(e) de développement touristique</li> <li>- Difficulté d'arbitrage des décisions</li> <li>- Risque de générer des surcoûts plutôt que des économies</li> <li>- Risque de déresponsabilisation des OT par rapport à la démarche commune</li> <li>- Niveau d'intervention supplémentaire</li> </ul>

## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

#### Logique conventionnelle

Scénarios	Avantages	Freins
<p><b>Scénario 2</b> <b>Un Office de Tourisme</b> <b>« animateur »</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rapidité de mise en oeuvre</li><li>- Maintien des structures existantes et de l'identité et l'autonomie de chacun</li><li>- Création d'habitudes de travail en commun</li><li>- Coordination des moyens et des actions par l'OT « animateur »</li><li>- Meilleure cohérence des actions</li><li>- Plus grande facilité de mise en oeuvre d'une stratégie de développement touristique de Pays</li><li>- Une étape intermédiaire vers une logique institutionnelle ayant la faveur du Département</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Choix d'un OT « animateur » parmi les OT existants</li><li>- Difficultés de coordination</li><li>- Difficultés dans la prise de décisions</li><li>- Addition des moyens existants</li><li>- Nécessité d'attribuer des moyens financiers pour les actions « Pays »</li><li>- Création d'un poste de chargé(e) de développement touristique au sein de l'OT « animateur »</li></ul>

## 5 – Zoom sur la coordination touristique du territoire

### 5.4. – Analyse des différents scénarios envisageables

Scénarios	Avantages	Freins
<p style="text-align: center;"><b>Scénario 3</b> <b>Un Office de Tourisme de Pays unique et des antennes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Organisation touristique simplifiée et optimisée (mutualisation des moyens et compétences)</li><li>- Interlocuteur clairement identifié par tous les acteurs du tourisme (personnel des OT et des antennes, élus, prestataires, institutionnels, ...)</li><li>- Un seul conseil d'administration et une seule comptabilité si EPIC</li><li>- Harmonisation du statut des salariés</li><li>- Présence de tous les partenaires dans l'OT intercommunautaire (de Pôle)</li><li>- Véritable outil de développement économique</li><li>- Meilleure cohérence et efficacité des actions</li><li>- Absence de « concurrence » entre les OT et meilleure promotion du territoire dans son ensemble</li><li>- Une seule adhésion pour les prestataires</li><li>- Plus grande facilité de mise en œuvre d'une stratégie de développement touristique de Pays</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mise en œuvre plus complexe et plus lente</li><li>- Sentiment des élus de perdre la main sur le développement touristique de leur commune ou communauté de communes</li></ul>

### 5.5. – Les priorités apparaissant dès à présent

↻ **Identifier un coordinateur, interlocuteur référent pour le développement touristique du Pays :**

- Un agent de développement touristique au sein de l'Union des OT du Pays Loire Touraine

Ou

- Un agent de développement touristique au sein du Pays Loire Touraine

Ou

- Un agent de développement touristique au sein d'une agence de développement (qui peut être l'association de l'union des OT)

Ou

- L'Office de Tourisme d'Amboise avec une personne dédiée à la coordination / développement

↻ **Mettre à plat les moyens et l'organisation des Offices de Tourisme afin d'étudier les possibilités de mutualisation des outils et des moyens humains et financiers ainsi que la répartition des rôles / fonctions / missions de chacun à l'échelle du Pays.**

### 5.6. – Réflexion à mener pour une optimisation de l'organisation touristique

#### Sous condition de volonté commune des élus :

#### ↪ **Tendre vers la mise en œuvre de la logique institutionnelle, l'Office de Tourisme de Pays :**

- Définir précisément au niveau des communes, ce qui, dans la compétence tourisme, est d'intérêt communautaire (quid de l'animation, par exemple).
- Transférer la compétence tourisme des communes aux Communautés de Communes ou directement au Syndicat de Pays.
- Modifier les statuts de l'Office de Tourisme d'Amboise (EPIC) et l'instituer comme Office de Tourisme de Pays.
- Revoir le maillage du territoire en matière d'antennes / points d'accueil touristiques permanents et saisonniers entre Bléré, Château-Renault, Chenonceaux, Montlouis-sur-Loire, Rochecorbon, Veretz, Vouvray.