

(Schéma régional de développement **du tourisme** **et des loisirs** 2007-2011



l'esprit grand ouvert



Région

PAYS DE LA LOIRE

Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs

Une stratégie d'ambition	4
Un enjeu de développement	5
Une élaboration concertée	5
Une vision à partager	5
5 questions à Joël Batteux et Daniel Dupuis	5
Un poids important dans l'économie	8
Les clientèles touristiques des Pays de la Loire	9
Les étrangers peu présents	9
Un ancrage en vallée de la Loire et sur le littoral	10
Une offre diverse, des marques multiples	11
Stratégie de développement	12
Trois axes stratégiques	12
Développer l'attractivité	13
L'excellence environnementale	14
Améliorer la compétitivité	15
Une promotion dynamique	16
Renforcer la solidarité	17
Les axes de travail de la stratégie régionale	18

COORDINATION Direction de la communication pour la Direction de l'action économique.
CRÉATION ET RÉALISATION GRAPHIQUE Le Kwaté 02 40 95 28 28. CRÉDITS PHOTOS RPDL : A. Cantreau, P.-B. Fourny, A. Le Bot, Ouest Média, B. Warion / SEM régionale PDL : G. Arnaud, D. Drouet, J.-P. Klein, V. Sarazin, M. Thiery / OTNM : G. Arnaud / Zoo de La Flèche.
IMPRESSION Imprimerie Grenier 01 46 15 83 00. IMPRIMÉ EN MAI 2007 sur papier recyclé Cyclus Reprint avec des encres végétales écologiques.

Une politique de tourisme et de loisirs performante



Résultat d'un véritable travail collectif avec l'ensemble des acteurs, le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs constitue aujourd'hui un outil d'actions abouti qui fixe les choix stratégiques de la Région.

Le SRDTL identifie des enjeux prioritaires tels que l'organisation de l'offre touristique, la diffusion des retombées économiques, la promotion et l'attractivité des structures et des territoires. Composante du Schéma régional du développement économique, ce document de référence fixe des orientations claires, met en œuvre une démarche opérationnelle et propose des dispositifs propres. Il a été adopté à l'unanimité par notre assemblée régionale.

Les objectifs de ce schéma sont ambitieux et incontournables : anticiper les évolutions du secteur et des clientèles, appuyer tous les facteurs d'attractivité, de compétitivité, consolider et amplifier les capacités d'accueil, accompagner une politique événementielle cohérente et porteuse pour les entreprises et les territoires, assurer la mise en place de politiques de solidarité pour des publics spécifiques...

L'emploi, la formation, tout comme la production de valeur ajoutée, la présence d'infrastructures modernes et adaptées, la promotion et l'ouverture à l'international sont autant d'éléments essentiels pour assurer une politique de tourisme et de loisirs performante, efficace et durable. Des attentes ont été exprimées et des mesures d'accompagnement et de développement sont proposées. Dans le cadre d'une approche offensive et partagée, la structuration en filières trouve également tout son sens pour conforter les ambitions.

Avec la diversité de nos territoires, leur histoire, un patrimoine culturel et des espaces naturels exceptionnels, les Pays de la Loire possèdent une richesse incomparable qu'il est nécessaire de valoriser. Le Conseil régional, en tant que chef de file du développement économique, prend donc toute sa place dans le domaine du tourisme et des loisirs pour contribuer à la dynamique des territoires et des acteurs. ●

Jacques Auxiette
PRÉSIDENT DU CONSEIL RÉGIONAL
DES PAYS DE LA LOIRE



Une stratégie d'ambition

Élaboré dans la concertation avec tous les acteurs concernés, le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) des Pays de la Loire présente à la fois les ambitions du Conseil régional pour le secteur du tourisme et les axes stratégiques d'actions qu'il privilégie pour les faire aboutir.

Un enjeu de développement

Le tourisme est un atout majeur de l'économie ligérienne. Le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) est ainsi un élément constitutif du Schéma régional de développement économique (SRDE). Il illustre dans ce secteur les ambitions de développement durable des Pays de la Loire définies dans le Manifeste régional 2005-2015.

Une élaboration concertée

Le SRDTL a été élaboré au cours de l'année 2006 par le Comité régional du tourisme, avant d'être adopté par le Conseil régional, après consultation du Conseil économique et social régional ainsi que des Comités départementaux du tourisme.

Le SRDTL se déploie en trois temps :

- état des lieux : diagnostic de l'activité touristique régionale ;
- concertation : réflexion de fond alimentée par 5 groupes de travail (tourisme urbain, d'affaires, littoral, de pleine nature, patrimonial et culturel) et la contribution de professionnels ;
- action : adoption par le Conseil régional d'un plan d'actions à moyen terme.

Une vision à partager

Le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) des Pays de la Loire présente ainsi la « stratégie tourisme » du Conseil régional et les actions qui en découlent, autour d'une ambition de développement du tourisme sur son territoire que le Conseil régional souhaite partager avec ses partenaires. ●

5 QUESTIONS À...



JOËL BATTEUX & **DANIEL DUPUIS**
vice-président du Conseil régional, président de la Commission action économique & président du Comité régional du tourisme, conseiller régional

Pourquoi un schéma ?

Joël Batteux : La loi a prévu que chaque Région française élabore un Schéma régional de développement touristique et des loisirs. C'est en mars 2005 que nous avons décidé d'élaborer le nôtre ; jusqu'alors le Conseil régional des Pays de la Loire ne s'était pas conformé à cette obligation. C'est en 2006 que nous avons lancé ce grand chantier :

- en ayant le souci constant de suivre scrupuleusement la procédure d'élaboration qui est très encadrée par les textes réglementaires du code du tourisme ;
- en inscrivant d'entrée de jeu ce schéma dans le respect des objectifs et des enjeux assignés au tourisme par le Manifeste régional et le Schéma régional de développement économique. ...



Le schéma du tourisme en est l'un des volets. Mais un volet singulier qui croise les politiques de loisirs, les politiques culture, environnement ; un volet singulier aussi parce que le tourisme a un impact sur de nombreux secteurs tels que le commerce de détails, l'artisanat, le patrimoine, les sports, les transports...

Quel est le poids économique du tourisme ?

Daniel Dupuis : Très brièvement, en région des Pays de la Loire, le tourisme est une activité économique à part entière qui, globalement, génère autour de 14 milliards de chiffre d'affaires dont 6 milliards de chiffre d'affaires direct. La valeur ajoutée de l'industrie touristique est estimée à quelque 3 milliards soit 4% du PIB régional. Enfin, l'emploi induit par le tourisme peut raisonnablement être estimé à 120 000 postes de travail, soit 10% de l'ensemble de l'emploi salarié de la région.

Voilà pour les chiffres. Au-delà, dans un contexte de plus en plus concurrentiel et très fortement influencé par l'évolution des goûts et des aspirations des clients, la région des Pays de la Loire peut occuper une position touristique majeure au plan national et européen. Elle le peut grâce à sa situation géographique, à des territoires d'une grande diversité permettant de nombreuses activités, grâce aussi à son patrimoine culturel et événementiel...

Qu'apporte ce schéma ?

J.B. : Bien qu'historiquement ancré régionalement, le développement touristique n'est plus acquis systématiquement ; il réclame de chacun une attitude plus volontaire afin que les enjeux économiques qui en dépendent sur le territoire régional ne soient pas menacés.

L'exigence de plus en plus forte en termes de qualité de l'offre et des services qui y sont liés ; la valorisation des ressources naturelles et culturelles ; les défis à relever en termes d'attractivité et de compétitivité exigent deux choses des décideurs et des acteurs du tourisme : l'affichage de nouvelles ambitions et la définition et l'application d'une véritable stratégie pour les servir.

En définissant les grandes orientations de la politique touristique régionale, le SRDTL constitue un outil au service de tous les acteurs ; il permet la mise en œuvre d'une démarche commune en vue d'un développe-

ment optimal de l'offre en direction des clientèles intra-régionales, nationales et étrangères; il tend à la mise en œuvre d'une meilleure répartition de la fréquentation sur l'ensemble de l'année et des territoires; il inscrit aussi dans ses priorités le développement du tourisme vers la population régionale et le tourisme de proximité.

Qu'attend la Région?

D.D.: Dans l'application de cette stratégie, qui doit être viable sur le plan économique, équitable sur le plan éthique et social, supportable sur le plan écologique, la Région souhaite :

- renforcer son rôle fédérateur à l'échelle régionale;
- inciter et favoriser le développement de filières et de l'innovation afin de gagner en compétitivité pour que le dynamisme du secteur bénéficie à l'ensemble des territoires et des habitants.

Le contexte de l'économie touristique et ses enjeux sociaux nécessitent plus que jamais la mobilisation et la mutualisation des moyens humains, techniques, financiers de tous les acteurs.

Conclusion?

J.B.: Vous l'avez compris, ce schéma a bien une double ambition :

- faire du tourisme un secteur majeur de l'économie régionale, un moteur de l'emploi, de l'aménagement et du développement des territoires via une politique basée sur la qualité, l'innovation, et le comportement responsable de chacun des acteurs ;
- augmenter la fréquentation et ses retombées économiques de manière maîtrisée afin d'améliorer leur répartition dans le temps et dans l'espace. ●





Un poids important dans l'économie

Le tourisme est vecteur de développement économique et pourvoyeur d'emplois

Avec un chiffre d'affaires direct de 5,9 milliards d'euros, un chiffre d'affaires indirect de 2,9 milliards d'euros, mais aussi 120000 emplois directs (10% du total régional), le tourisme est un secteur d'activités majeur dans l'économie des Pays de la Loire.

Le tourisme est un secteur aux caractéristiques particulières :

- la transversalité des facteurs de son développement : culture, sports, loisirs ou environnement sont des déterminants majeurs de l'activité touristique,

mais ils relèvent de politiques publiques ayant leurs propres objectifs ;

- le lien fort avec le territoire, qui compte pour beaucoup dans le choix de la destination touristique ;
- le caractère structurant de l'action publique dans le développement du tourisme, qu'il s'agisse des politiques d'aménagement ou des actions de promotion.

Les clientèles touristiques des Pays de la Loire

Les clientèles touristiques régionales sont avant tout françaises, et de proximité.

Les Pays de la Loire accueillent une clientèle touristique essentiellement française, originaire principalement de la région parisienne et du quart nord-ouest du pays.

La structure de l'économie touristique régionale se distingue par le poids des hébergements non-marchands, qui est ici supérieur à la moyenne nationale.

Les clientèles familiales sont importantes, et le revenu moyen du touriste en Pays de la Loire est inférieur à la moyenne française. Cet écart, qui s'atténue cependant, témoigne du développement historique d'un tourisme populaire de masse, en particulier sur la côte vendéenne. ●

LES ÉTRANGERS PEU PRÉSENTS

La clientèle étrangère est assez peu nombreuse en Pays de la Loire. Elle représente 12,8% de la fréquentation dans les hôtels, mais 22% dans les campings. Les étrangers se concentrent en effet surtout dans les campings 4 étoiles avec habitation légère (HLL) du littoral vendéen.

Les Britanniques (effet de proximité) et les Néerlandais (attrait des campings) sont les plus nombreux.

Le renforcement de la clientèle étrangère passe par une offre d'hébergements adaptée à leurs attentes, avec notamment des résidences de tourisme sur le littoral, mais aussi une offre hôtelière plus étoffée et structurée pour accroître la fréquentation et la durée des séjours, en particulier sur la destination « Loire Valley » dont est friande la clientèle étrangère.



Un ancrage en vallée de la Loire et sur le littoral

La vallée de la Loire et la côte atlantique disposent d'une attractivité qui peut se diffuser vers l'ensemble du territoire régional.

Le chiffre d'affaires touristique de la région se concentre essentiellement sur le littoral et la vallée de la Loire. Il est essentiel de capitaliser sur cette ancre Loire/façade atlantique pour renforcer l'attractivité touristique globale des Pays de la Loire et développer la fréquentation par diffusion sur l'ensemble du territoire.

La côte atlantique présente une double caractéristique :

- **un littoral « résidentielisé » en Loire-Atlantique**, où l'on constate un grand nombre de résidences secondaires;
- **un littoral « produit touristique » en Vendée**, marqué par une forte présence de campings de très bon niveau qualitatif, attirant les clientèles étrangères.

L'axe de la **Vallée de la Loire** est riche de sa notoriété :

- il bénéficie en amont d'Angers du label « patrimoine mondial de l'Unesco », avec les sites remarquables du château de Saumur et de l'abbaye royale de Fontevraud;
- le tourisme urbain se développe à Nantes et à Angers;
- la « mise en tourisme » des paysages de la Loire et de son estuaire progresse, avec en particulier l'itinéraire « La Loire à vélo ». ●

UNE OFFRE DIVERSE, DES MARQUES MULTIPLÉS

Les Pays de la Loire se caractérisent par la grande diversité de ses paysages, de ses sites remarquables, de ses événements à forte notoriété. Des « marques » multiples qui ne permettent pas de dégager une image unique, mais qui composent une offre exceptionnelle pour les touristes.

Sites historiques : Fontevraud, Saumur, Angers, Nantes, Le Mans, Guérande...

Patrimoine industriel : chantiers navals, aéronautique, biscuiterie, ardoisières... à Nantes, Saint-Nazaire, en Anjou...

Fleuves, rivières et marais : estuaire et bassin de la Loire et de ses affluents, estuaire de la Vilaine, Marais poitevin, Brière...

Stations balnéaires : La Baule, Pornichet, Pornic, Les Sables-d'Olonne, Saint-Gilles Croix-de-Vie, Saint-Jean-de-Monts...

Îles : Yeu et Noirmoutier

Événements sportifs ou culturels : 24 Heures du Mans (auto et moto), Folle Journée, Jumping de La Baule, Cadre Noir...





Enjeux et stratégie de développement

Le développement de l'attractivité régionale, l'accroissement de la compétitivité globale du secteur, et le renforcement des valeurs de la solidarité s'imposent comme les trois enjeux majeurs du développement touristique des Pays de la Loire.

Dans une optique de développement de l'attractivité régionale, il faut travailler à améliorer l'image de la région. Le Val de Loire classé par l'Unesco, mais aussi « Loire Valley », grande marque internationale du tourisme français, peuvent être le moteur de cette attractivité renforcée des Pays de la Loire.

L'effort de renforcement de la compétitivité de l'économie touristique ligérienne, pour générer plus de valeur ajoutée et d'emplois, passe par le travail sur la qualité de l'offre et l'amélioration de la compétitivité

des entreprises ; notamment sur le littoral, où est généré l'essentiel du chiffre d'affaires du tourisme régional.

Une meilleure diffusion des valeurs de solidarité recèle de larges potentiels : envers les publics (tourisme pour tous, loisirs des habitants), envers les salariés du tourisme (conditions de travail, formation, logement des actifs, notamment des saisonniers), et entre les territoires (diffusion des clientèles touristiques).

TROIS AXES STRATÉGIQUES

La stratégie régionale en faveur du développement du tourisme se déploie sur trois axes complémentaires :

- le développement de l'attractivité ;
- l'amélioration de la compétitivité ;
- le renforcement de la solidarité.



Développer l'attractivité

Le développement de l'attractivité doit s'appuyer en premier lieu sur les grandes marques internationales de la région:

«**Loire Valley**»: à l'international, la vallée de la Loire est la marque régionale la plus connue, avec le bénéfice supplémentaire du label « patrimoine mondial de l'Unesco ». Un plan d'actions ambitieux permettra de faire bénéficier plus encore le tourisme régional de cet atout, à travers différents chantiers

menés de concert avec la Région Centre, et par une stratégie de communication spécifique :

- développement de l'itinérance, « La Loire à vélo »;
- thèmes (parcs et jardins, patrimoine, vins...);
- événementiels;
- projet culturel de Fontevraud...

La Baule, la presqu'île guérandaise, les 24 Heures du Mans, etc. : toutes les autres marques connues à l'international doivent également être valorisées, en s'appuyant notamment sur le potentiel d'accueil des métropoles régionales et sur l'amélioration de leur accessibilité (TGV et compagnies aériennes low cost).

Asseoir des positionnements spécifiques

L'excellence environnementale et la qualité des espaces naturels ligériens sont des atouts. De même, un positionnement sur la clientèle familiale avec enfants, et sur les jeunes, peut être développé, à partir d'initiatives réussies comme « l'Enfant Roy » en Anjou ou les « Stations Kids ».

L'EXCELLENCE ENVIRONNEMENTALE

La stratégie régionale de développement de l'attractivité touristique des Pays de la Loire passe également par un travail sur l'excellence environnementale.

Cette offensive concernera évidemment les nombreux espaces naturels remarquables de la région (forêts littorales en Vendée, espaces dunaires d'Olonne-sur-Mer, Brière, marais salants de Guérande et Noirmoutier, marais Breton, marais Poitevin...), mais aussi les équipements structurants que sont les ports de plaisance, les canaux et rivières navigables...





Améliorer la compétitivité

Les efforts d'amélioration de la compétitivité de l'économie touristique régionale concernent au premier chef le littoral, qui concentre l'activité et ses retombées.

Le potentiel des filières...

La politique des dynamiques de filières du Schéma régional de développement économique (SRDE) trouve sa déclinaison naturelle dans le champ du tourisme, en tenant compte de sa spécificité. La Région accompagnera ainsi les filières touristiques dans des stratégies de compétitivité élaborées et partagées par les professionnels.

UNE PROMOTION DYNAMIQUE

La compétitivité passe également par une promotion performante.

Avec le développement d'internet comme vecteur d'information, mais aussi de mise en relation avec les prestataires et de plus en plus d'achats, les professionnels du tourisme doivent impérativement développer leur présence sur la « toile mondiale ».

L'outil CYVEL, déployé en région depuis plusieurs années et dont la base de données est alimentée par le réseau régional des acteurs du tourisme, est un vecteur majeur sur cette action. La qualité et la fiabilité de cette base de données, et le maintien d'une interface ergonomique, conviviale et évolutive sont ainsi des données essentielles, à prolonger par des outils de commercialisation sur internet, à l'initiative des acteurs économiques.

La SEM régionale est mobilisée sur la mise en réseau des acteurs et sur l'ingénierie de projets.

Le potentiel nautique des Pays de la Loire doit ainsi être pleinement valorisé par la création d'un « cluster » regroupant tous les acteurs concernés.

La filière du cheval présente également des potentialités importantes.

D'autres filières doivent également s'inscrire dans des démarches de compétitivité : parcs et jardins, golf, gastronomie...





Renforcer la solidarité

La solidarité, et plus largement la dimension sociale, sont parties prenantes de la stratégie régionale de développement touristique.

La qualité de l'offre

Les valeurs de solidarité se déclinent, par exemple, à travers les aménagements facilitant l'accessibilité par les personnes handicapées, à travers la promotion du label national «tourisme et handicap». En matière d'hébergement, le tourisme social et associatif, bien représenté historiquement en région, doit également être conforté, avec la volonté de promouvoir le tourisme pour tous les publics. Une attention particulière doit être portée à l'accueil des jeunes,

par une offre d'hébergement adaptée à leurs besoins, notamment dans le tourisme urbain.

Les conditions de travail

Un deuxième volet de l'action «solidarité» du développement touristique concerne la situation des salariés de ce secteur, en particulier saisonniers, en organisant la promotion d'initiatives valorisant ces métiers et leur attractivité.

La diffusion sur les territoires

Les enjeux de solidarité s'appliquent avec les territoires : il s'agit de conforter le rôle essentiel de l'activité touristique locale et de son développement en permettant à tous les territoires de pleinement bénéficier des retombées de la stratégie régionale. ●

Les axes de travail de la stratégie régionale

La définition de la stratégie régionale de développement touristique, et l'identification de ses principaux enjeux, a débouché sur le choix de 15 axes de travail prioritaires, sur lesquels les acteurs du tourisme, institutions et professionnels, sont mobilisés.

ATTRACTIVITÉ

1. Destination « LoireValley »

2. « Cluster maritime » sur le littoral

3. Clientèle familiale

4. Gestion environnementale

5. Tourisme urbain et d'affaires

6. Réseaux professionnels

7. Politique événementielle

COMPÉTITIVITÉ

8. Communication

9. Professionnalisation

10. Mise en marché

11. Projets de territoires

12. Tourisme adapté

SOLIDARITÉ

13. Tourisme social

14. Loisirs des habitants

15. Actifs du tourisme



l'esprit grand ouvert



Région

PAYS DE LA LOIRE

Région des Pays de la Loire

1 rue la Loire

44966 NANTES Cedex 9

www.paysdelaloire.fr