

COMpte RENDU DU FORUM DES ACTEURS DU 29 NOVEMBRE 2018 REVISION CHARTE PNR ET CETD

I. Contexte

→ Lieu et horaire

- Date : Jeudi 29 novembre 2018
- Horaires : 14h15 - 17h00
- Lieu : Foyer socio-culturel, Montsoreau

→ Objectifs

- Présenter aux partenaires touristiques les résultats du diagnostic de l'action touristique mené par le PNR Loire-Anjou-Touraine et son prestataire Atemia durant l'été 2018, ainsi que les orientations stratégiques en ayant découlé.
- Recueillir les commentaires et questions des prestataires touristiques.
- Solliciter l'expertise des partenaires pour coconstruire certaines actions présagées dans la mise en œuvre de la stratégie touristique.

→ Participants

Hébergement / Restauration	
Béatrice Meunier	Chambres d'hôtes Moulin de Saussaye
Bruno Hubert	Chambre d'hôtes La Dixmeresse
Clément de Carvalho	Camping l'Isle verte
Éric Pech	Hôtel Le Grand Monarque
Frédéric de Foucaud	Gîtes Relais de Sonnay
Hélène Pradère-Niquet	Chambres d'hôtes La Closeraie
Isabelle Archaimbault	SAS Gîtes au Pays de Rabelais
Jean-Michel Lesigne	Gîte Flottille de Loire
Jocelyne Bachet	Chambre d'hôtes La Maison du Passant
Joëlle Sauer	Chambre d'hôtes La Varenne
Laëtitia Javelle	Camping Loire et Châteaux
Michèle Lesigne	Gîte Flottille de Loire
Petra Schewe	Domaine de Joreau
Selma Trova	La Batelière sur Loire
Sophie Juin	Chambre d'hôtes Le Logis des Roches d'Antan
Vincent Simon	Vincent cuisinier de campagne

Prestataires privés sport / culture / loisirs	
Bernard Henry	CSNSN
Emilie Boillot	Touraine Terre d'Histoire
Jérôme André	Château du Rivau
Marie Rogereau	CSNSN

Associations	
Aurélie Dushene	Association du Prieuré de Saint-Rémy-la-Varennes
Jean-Claude Curillon	Ambassadeur
Jean-Michel Guillemet	EquiLiberté
Marie-Lorraine Charles	Association Maison de Loire en Anjou
Michel Boucher	Areghat Tourisme
Sylvie Cramois	Croquet Club du Moulin de l'Arceau

Collectivités / Institutions	
Caroline Kinnen	Mairie de Ports sur Vienne
Catherine Russac	Ville de Saumur
Christèle Gaucher	Mairie de Cheillé
Dominique Raclin	Loire Vélo Nature
Elisabeth Nouvellet	PNR
Marie-Laure Perrier	Mairie de Chouzé-sur-Loire
Paulette Pasquier	Mairie de Saint-Clément-des-Levées
Philippe Rouillet	Conseil départemental 37
Pierre Nion	Mairie Benais

➔ **Excusés**

Hébergement / Restauration	
Bruno Stachetti	Hôtel de Biencourt
Dominique Delaunay	Troglo-gîte
François de Barbeyrac	Chambre d'hôtes Le Bois Noblet
Jean-Pierre Delmas	Manoir de Boisairault et Toue La Fauvette
Marie Jeanne Rimonteil	Gîtes Le Clos des Moustiers
Martine Boutreux	Chambre d'hôtes La Perruche
Rose Delaunay	Troglo-gîte
Tranchant Paola	Chambres d'hôtes La Turcane
Vincent Racoupeau	Gîte Le Clos des Maconnières

Prestataires privés sport / culture / loisirs	
Frédéric Brilloux	Moniteur guide de pêche
Isabelle Silly	SAULES & CIE
Marie-Françoise Ratron	EARL Domaine Ratron
Susi Calvert	Ambassadrice

Associations	
Dagmar Berjamin	LPO Anjou
Jacqueline Soth	Mairie de Seully
Jeanne-Marie Ingelaere	La Maison Bleue du Puy
Nelly Dabin Errot	CTATP

Collectivités / Institutions	
Anne-Sophie Ascher	Mairie de Candes-Saint-Martin
Delphine Lesourd	Mairie de Saint-Benoît-la-Forêt
Jacqueline Soth	Mairie de Seully
Jacques Grellier	Mairie Doué-en-Anjou
Jean-Claude Civrais	Mairie du Puy-Notre-Dame
Laurent Lissy	Chambre des métiers et de l'Artisanat 37
Marie Rouquette	Pays du Chinonais
Marie-Annette Bergeot	Mairie de Villaines-les-Rochers
Marie-Jeanne Principaux	Mairie de Villebernier
Pascal Pillault	ADT Touraine

2. Synthèse des échanges lors de la présentation

→ Marque Valeurs PNR

Certains participants porteurs de la Marque « Valeurs PNR naturel régional » (VPNR) indiquent que celle-ci n'est pas reconnue par leur ADT. Elle n'est donc pas valorisée comme engagement du prestataire, ce qui est regrettable. La Marque devrait être promue sur le territoire comme le sont les autres labels.

→ Distinction « activité de pleine nature » et « offre de tourisme de nature »

Le PNR rappelle qu'une offre « tourisme de nature » inclut une médiation, humaine ou matérielle, entre le touriste et la nature. Elle se différencie ainsi des activités de pleine nature, à l'image d'une sortie en kayak ou une randonnée en forêt.

→ Œnotourisme

Certains participants regrettent que l'œnotourisme ne soit pas associé au tourisme de nature car il contribue à façonner les paysages et repose sur l'agriculture. Le PNR considère plutôt l'œnotourisme comme un pendant du slow tourisme pour ce véritable savoir-faire territorial reconnu. Il est un élément phare de l'identité du PNR. Certains participants recommandent de considérer cette filière en émergence, plusieurs stratégies touristiques territoriales prévoyant son développement.

→ Stratégie clientèle

Plusieurs participants soulignent l'importance de la clientèle étrangère sur le territoire dont la présence est régulière, au contraire de la clientèle française, plus volatile. Cette clientèle internationale organise très en amont ses séjours et a un pouvoir d'achat plus important. Atemia explique avoir mis de côté cette clientèle pour les 5 ans à venir, dans un souci de priorisation de l'action, considérant les ressources limitées et constantes du PNR. Le PNR souhaite néanmoins intégrer cette clientèle dès le prochain plan d'actions, considérant qu'elle est présente sur le territoire et importante. La stratégie clientèle sera donc ajustée en conséquence.

→ Synergie avec les autres actions touristiques territoriales

Certains participants soulignent avoir participé à des réunions de la mission Val-de-Loire et de la marque « Vignoble et Découverte ». Ils recommandent de veiller à une bonne communication et collaboration avec ces initiatives du territoire pour une synergie de l'action. Le PNR mentionne qu'un travail commun entre le PNR et la mission Val-de-Loire va être

engagé pour informer et sensibiliser les acteurs touristiques à ce double label. Cette action commune comprendra notamment une formation.

3. Retours sur l'atelier d'élaboration des fiches actions

Les participants étaient invités à commenter les orientations opérationnelles leur ayant été présentées, notamment pour esquisser des actions concrètes. Un canevas leur était suggéré pour guider leur réflexion.

Le PNR a pu constater une certaine difficulté pour les participants à s'appropriier les éléments de la stratégie touristique, à ce stade de la réflexion. Les fiches à compléter ont été perçues comme très abstraites. Le PNR s'est engagé à envoyer le diagnostic touristique dans son intégralité aux participants et les a invités à lui faire remonter toute observation, proposition pour la construction de la stratégie touristique.

22 fiches ont été complétées. L'intégralité de ces fiches est reportée dans les tableaux ci-dessous.

Orientation opérationnelle 1 : Affirmer son rôle et son identité en interne et en externe

Paramètre	Réponse 1
Objectif clé	Formaliser le rôle de formateur du PNR.
Propositions d'actions à mener	<ul style="list-style-type: none"> > Permettre aux partenaires de déclarer les temps de formation avec le PNR comme de vraies actions de formation. > Accompagner l'évolution stratégique par des actions de formation ciblées.
Ingrédients de réussite	<ul style="list-style-type: none"> > Agrément de formateur du PNR ou de ses intervenants. > Anticipation suffisante pour inscription au plan de formation et pour ouverture des dossiers OPCA. > Editer des attestations de formation.
Freins/écueils à éviter	<ul style="list-style-type: none"> > Eviter les formations longues et coûteuses en heures de travail. > Limiter l'empreinte fiscale du PNR (maîtrise des coûts).
Acteurs clés et rôle	Les consultants qui travaillent avec le PNR.
Contribution	Mes consignes propres liées à l'ISO 9001 (Compagnie saumuroise de navigation Saint-Nicolas SAS) vis-à-vis de mes salariés.

Orientation opérationnelle 3 : Contribuer à la valorisation de l'offre en guidant les clientèles cibles dans leur découverte du territoire

Paramètre	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
Objectif clé	Communiquer de façon concertée sur l'ensemble des territoires constituant le PNR.	Se positionner comme le coordinateur de l'offre patrimoniale de nature pour y voir plus clair.	Utiliser le fleuve comme porte d'entrée (au lieu de rester à côté).
Propositions d'actions à mener	Créer un média communiquant sur ce carrefour des territoires, un média qui fédère les actions des offices de tourisme, de la PQA...	<ul style="list-style-type: none"> > Renforcer le « Carnet de découvertes » avec entrée calendrier pour faciliter l'organisation du séjour du touriste et même de l'habitant. > Embellir la page agenda. > Développer le principe de widget permettant de consulter l'offre agenda du PNR sur les sites des prestataires. 	> Appuyer le lancement d'une offre de transport fluvial, d'itinérance douce, en l'enrichissant de propositions d'hébergement, d'alimentation et de découvertes.
Ingrédients de réussite	Faire du PNR une entité territoriale dont les actions sont toujours identifiées et connues.	Véhiculer l'offre non marchande : la nature n'a pas de prix !	Synchroniser des offres PNRellaires pour construire un service de bout en bout sur plusieurs jours.
Freins/écueils à éviter	Les frontières ! Des intercommunalités, des départements et donc des régions.		Ajouter innovation et technologie (expérimentation).
Acteurs clés et rôle	Tous les acteurs favorisant des séjours de longue durée et mettant donc en lumière le tourisme de nature et la valorisation transformationnelle du territoire.	La vocation du PNR : être apporteur d'affaires pour les prestataires ou servir pour les touristes en offres non marchandes et marchandes.	<ul style="list-style-type: none"> > DDFIP et VNF. > Présidents de Région. > TIL Laboratoire d'innovation touristique.
Contribution	Voir l'association PLATEAU.		Compagnie saumuroise de navigation Saint-Nicolas SAS : vente en ligne, 8 ans

			d'expérience, ISO 9001.
--	--	--	-------------------------

Orientation opérationnelle 4 : Développer l'offre de prestations responsables

Paramètre	Réponse 1	Réponse 2
Objectif clé	<p>Commentaire :</p> <p>La "Loire à vélo" c'est bien, c'est récent, c'est à la mode ! Mais les GR, le GR 3 en particulier, c'est la Loire à 2 pieds (éventuellement à VTT). C'est bien plus ancien et c'est encore plus naturel, et elle respecte bien mieux l'environnement, cela demande beaucoup moins d'infrastructures et surtout moins de macadam (donc de zones imperméabilisées) et comme "slow tourism" y'a pas mieux! Autre avantage : les GR sont entretenus par des bénévoles.</p>	> Renforcer la marque VPNR, en faire un vrai "label" reconnu et recherché
Propositions d'actions à mener		<p>> Déployer la marque VPNR comme les marques de labels régionales</p> <p>> Communiquer sur les engagements et les supports/soutiens développés par le PNR</p>
Ingrédients de réussite		COMMUNIQUER : le PNR et la Marque sont inaudibles
Freins/écueils à éviter		
Acteurs clés et rôle		<p>> CRT, Régions, OT et acteurs</p> <p>> Internet, blogueurs, influenceurs</p>
Contribution		

Orientation opérationnelle 5 : Innover, expérimenter à travers des chantiers annuels avec les partenaires

Paramètre	Réponse 1	Réponse 2
Objectif clé	Construire des offres itinérantes multimodales.	Ne pas polluer, ne pas dégrader, attractivité du territoire, éduquer les acteurs touristiques.
Propositions d'actions à mener	> Imaginer, tester et publier des circuits ex: Bréhémont > (vélo)> Montsoreau > (bateau) > Saumur > (train) > Bréhémont.	> Favoriser les transports en commun et les déplacements doux et non polluants : vélo, calèche, bateaux à rames et à voile. > Il faut que les acteurs du tourisme montrent l'exemple : énergies, produits écologiques, comportement, recyclage, repas bio...
Ingrédients de réussite	Bonne communication entre les acteurs.	> Des opérateurs motivés. > Qualité de l'accueil. > Qualité de l'information touristique (OT, PNR) : simplicité, clarté. > Partenariats public-privé.
Freins/écueils à éviter	> Grève SNCF. > Météo (tempête).	Marchandising à outrance. Publicité intempestive.
Acteurs clés et rôle	> Loueur de vélo. > Mariniers. > Offices de Tourisme (séjour sur place).. > SNCF	Tous les acteurs devraient être impliqués, ne pas hésiter à se séparer de ceux qui ne suivent pas (contrôles périodiques).
Contribution	Loire Vélo Nature : vélo, circuits à thème. Croisière Saumur Loire : navigation.	Sensibiliser, informer.

Orientation opérationnelle 6 : Sensibiliser les acteurs touristiques

Paramètre	Réponse 1
Objectif clé	Le PNR devrait mettre en valeur l'ensemble des sentiers pédestres, équestres et VTT afin de mieux faire connaître les paysages de notre région, en particulier le nord saumurois car on parle plus facilement du sud que du nord, alors qu'il y a de superbes vues sur la nature. Impliquer plus les ambassadeurs sur ce qui est prévu dans leur secteur.
Propositions d'actions à mener	
Ingrédients de réussite	
Freins/écueils à éviter	
Acteurs clés et rôle	
Contribution	

Orientation opérationnelle 7 : Développer des propositions de séjours thématiques qui incarnent le tourisme durable (1/3)

Paramètre	Réponse 1	Réponse 2	Réponse 3
Objectif clé	Permettre à des TO de proposer des offres packagées, en rapport avec les valeurs du PNR et en leur offrant des schémas préétablis.	Développer à partir de chaque hébergement marque VPNR un circuit (0,5 - 1 jour) à pied ou à vélo avec découverte de l'environnement, culturel, patrimonial.	Valoriser l'élément qui a donné lieu à l'existence du PNR : l'eau.
Propositions d'actions à mener	Construire des offres et les faire connaître (Internet, bloggeurs de nature, TO spécialisés dans le tourisme durable).	Randonnée avec un guide (à partir d'un téléphone), avec panier repas (produits locaux), visite de site.	Actions autour du monde aquatique. Base nautique au port de Candes, initiation au monde vivant des poissons...
Ingrédients de réussite	> Elargir le nombre de prestataires pour une offre assez riche. > Expérimenter ces offres pour les ajuster et les améliorer.	Gratuité de l'activité (sauf repas).	Clientèles multigénérationnelles.
Freins/écueils à éviter	> S'assurer de la synergie « Vignoble et Découverte », "Patrimoine mondial de l'UNESCO", CRT et CDT.	Météo.	
Acteurs clés et rôle	Hébergeurs, restaurateurs, transporteurs, sites labellisés.	Hébergeurs, communes, acteurs locaux, PNR.	Les acteurs en batellerie, du fait de leur indéniable connaissance sur le sujet.
Contribution	Croisière Saumur Loire (Loire en bateau) : médiation de nature, transport collectif à faible empreinte.		

Orientation opérationnelle 7 : Développer des propositions de séjours thématiques qui incarnent le tourisme durable (2/3)

Paramètre	Réponse 4	Réponse 5
Objectif clé	<ul style="list-style-type: none"> > Faire connaître le PNR pour le tourisme durable. > Fidéliser la clientèle qui vient pour le patrimoine. 	Fidéliser.
Propositions d'actions à mener	<ul style="list-style-type: none"> > Recenser les partenaires et les offres (carte interactive). > Questionner les acteurs du PNR sur les activités/idées à proposer. 	Préserver l'acquis. Développer l'évènement.
Ingrédients de réussite	Passion, écoute. Inclure ces idées dès la réservation.	Innovation en incluant les talents et savoirs faire existant.
Freins/écueils à éviter	Communication, commercialisation (coûts, responsabilité).	Changement climatique, météo, situation économique et sociale locale.
Acteurs clés et rôle	Hébergement.	Une communication commune entre les différents acteurs : PNR, OT, ADT...
Contribution	Hébergement, restauration, recommandation/conseil multilingues.	Loire Vélo Nature espère contribuer au développement des propositions de séjours thématiques avec : le vélo à l'hydrogène, le cyclo-café (info, produits du terroir, conseil...)

Orientation opérationnelle 7 : Développer des propositions de séjours thématiques qui incarnent le tourisme durable (3/3)

Paramètre	Réponse 6	Réponse 7
Objectif clé	Durabilité. Pourquoi? Car nous sommes un transport collectif.	Faciliter l'accès aux prestations marquées VPNR Sensibiliser les touristes aux questionnements environnementaux et créer du tourisme expérientiel et favoriser les rencontres/expériences
Propositions d'actions à mener	La Loire en bateau. Circuit de Montsoreau à Saint-Nazaire de 27 prestataires/collaborateurs, qui s'étend sur 1 semaine. L'idée : une croisière de plusieurs jours faisant profiter d'autres professionnels sous forme de relais, les clients s'arrêteraient dans un gîte, un camping... exactement comme la Loire à Vélo mais en bateau.	> Fédérer les acteurs et coordonner un séjour cohérent dans lequel chacun des acteurs répond au même objectif > Exploiter les potentiels en fonction des saisons > Développer le circuit-court touristique pour diminuer la dépense énergétique
Ingrédients de réussite	> Communication. > Acteurs. > Aide financière. > Prestataires. > Demande / offre. > Facilité portuaire / commodités.	> Synergie des acteurs. > Infrastructures et modes de transport adaptés. > COMMUNICATION ! > Souplesse dans l'offre.
Freins/écueils à éviter	Formation professionnelle des pilotes (temps).	> Unicité des offres. > Réseau restreint. > séjour « moralisateur ». > sectarisation (label bio AB, biodynamie).
Acteurs clés et rôle	> Croisière, marinier. > Hébergement (gîte, camping, hôtel). > Restauration.	
Contribution	Un bateau allant de Saumur jusqu'à Gennes ou Le Thoureil. Pourquoi pas au-delà? Car manque de temps. L'offre touristique de Saumur.	

Orientation opérationnelle 8 : Révéler les offres permettant les échanges intergénérationnels autour des enjeux de durabilité (1/2)

Paramètre	Réponse 1	Réponse 2
Objectif clé	Non renseigné.	Développer circuit (0,5-1 jour) à pied avec visite d'un site, dégustation de produits locaux et découverte de l'environnement naturel.
Propositions d'actions à mener	<ul style="list-style-type: none"> > Construire une offre d'animations récurrentes à date/heure fixe, sans rdv (mais avec des places limitées) durant la haute saison. > Développer des animations à thèmes « nature » sur les sites majeurs. 	Ex. déplacement à partir d'un hébergement accompagné par un âne jusqu'à un lieu de visite culturelle, panier repas (produits locaux).
Ingrédients de réussite	<ul style="list-style-type: none"> > Pas de rdv. > Heures fixes. > Outils simples et ludiques. 	
Freins/écueils à éviter		
Acteurs clés et rôle	<ul style="list-style-type: none"> > Châteaux, sites majeurs. > Associations nature, naturalistes. 	
Contribution		

Orientation opérationnelle 8 : Révéler les offres permettant les échanges intergénérationnels autour des enjeux de durabilité (2/2)

Paramètre	Réponse 3	Réponse 4
Objectif clé	Découverte de la Loire et de son environnement à partir d'un hébergement.	Information auprès des jeunes dans le cadre scolaire afin qu'ils soient ensuite des transmetteurs.
Propositions d'actions à mener	> Créer un itinéraire pédestre ou cycliste permettant de découvrir les bords de la Loire, sa faune, sa flore (fritillaire pintade).	> Présentation des offres (découvertes, jeux) dans un cadre périscolaire. > Proposer des découvertes sur les sites, notamment sur le monde aquatique. > Proposer un jeu en ligne, type chasse au trésor.
Ingrédients de réussite	Faire intervenir des partenaires ou associations pour intéresser les touristes.	Programmes suffisamment ludiques et attractifs, périodicité adaptée.
Freins/écueils à éviter	Problème de mobilité pour se rendre sur les lieux sans prendre la voiture.	Eviter d'être trop didactique.
Acteurs clés et rôle	La collectivité, les Offices de Tourisme, le PNR.	Les animateurs des offres touristiques avec la coordination du PNR et des établissements scolaires.
Contribution		

Orientation opérationnelle suggérée 1 : Durable sur la totalité du périmètre du PNR

Paramètre	Réponse 1
Objectif clé	Valoriser le patrimoine des petites communes rurales.
Ingrédients de réussite	Associer les populations (prévoir des réunions proches des territoires).
Commentaire	<p>Quid du tourisme dans les communes périphériques des grands sites/sites d'intérêt?</p> <ul style="list-style-type: none">> Intégrer, mobiliser des communes plus petites, qui vont rejoindre le PNR en 2023.> Répertorier leurs attentes, compétences, projets touristiques durables.> Valoriser leur patrimoine, développer un panel d'activités de proximité/locales sans forcément inciter à courir visiter les grands sites départementaux/régionaux, promouvoir les rivières Vienne et affluents de la Loire.

Orientation opérationnelle suggérée 2 : Développement économique

Paramètre	Réponse 1
Objectif clé	Maîtriser la fiscalité locale.
Propositions d'actions à mener	> Réduire l'empreinte fiscale du PNR. > Passer d'1€/hab. à 0,90€/hab.
Ingrédients de réussite	> Evaluer l'efficience. > Cibler les priorités. > Trouver des modes d'actions économes.
Freins/écueils à éviter	+7% sur la CFE cette année, +23% à Bréhémont : il faut préserver les marges des entreprises.
Acteurs clés et rôle	Elus.
Contribution	Compagnie Saumuroise de Navigation Saint-Nicolas SAS.