

# Présentation CETD

## Mars 2019





# DEFINITION

## Tourisme durable

→ **Forme de tourisme qui :**

- **respecte et préserve à long terme les ressources**
- **contribue de manière positive comme équitable au développement économique**
- **participe à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent sur un territoire**



# La CETD : c'est quoi ?

## Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés

- Depuis 1995, suite au sommet de la terre à Rio
- Outil pratique de mise en œuvre tourisme durable :  
**METHODE EPROUVEE**
  - Partie 1 : Devenir une destination durable
  - Partie 2 : Partenaires commerciaux durables
  - Partie 3 : Tour opérateurs durables
- **2018 : 106 destinations dans 16 pays**



# La CETD : c'est quoi ?

## Des principes à respecter

- Donner la priorité à la protection
- Contribuer au développement durable
- Impliquer toutes les parties prenantes
  - Forum permanent des acteurs
  - Comité de suivi
- Planifier efficacement le tourisme durable
- Poursuivre l'amélioration continue

Une durée : 5 ans

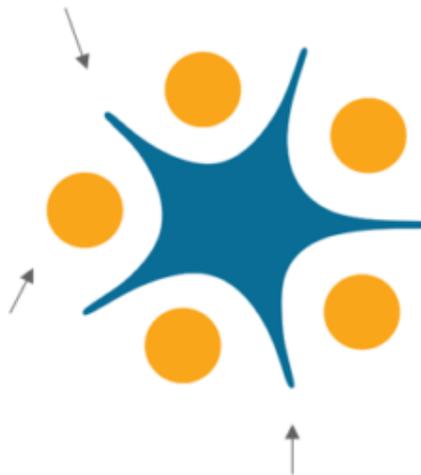




# La CETD : c'est quoi ?

## Un logo

*Composition: Bringing people around the table*



*Dots: The 5 principles of Sustainable Tourism*

*Star: The excellence of our Sustainable Destinations*

**EUROPARC**  
Sustainable Tourism  
in Protected Areas

*Connection to EUROPARC logotype*

*Aim of the Charter*

# La CETD : c'est qui ?

## Fédération européenne des espaces protégés : EUROPARC

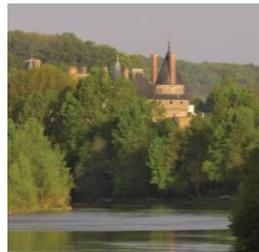
- **Améliorer la gestion des aires protégées en Europe** : coopération internationale, échange d'idées et d'expériences, influence des politiques
- **Depuis 1973**
- **380 membres dans 37 pays**
- **40% du réseau N2000 est géré par les membres d'EUROPARC**
- **Life Climate Action** : 4,2 M € / 10 partenaires dont PNR Volcan d'Auvergne et Morvan / 5 ans



# La CETD : pourquoi ?

## Objectifs PNR LAT

- **Offrir une plus-value pour les collectivités territoriales et partenaires** en proposant une stratégie touristique complémentaire de l'existant MAIS différenciante à l'échelle du Val de Loire
- **Privilégier l'action concertée et le partage des responsabilités** pour une efficacité renforcée
- **Participer au développement d'une offre tourisme durable** en valorisant un réseau de prestataires touristiques, qualifiés et soucieux des équilibres écologiques, économiques et sociaux
- **Participer à mieux « irriguer » le territoire**
- **Sensibiliser les touristes à un nouveau mode de consommation touristique plus durable et leur permettre de l'expérimenter**



# La CETD : comment ?

## Candidature de l'espace protégé

- **3 documents** : diagnostic, stratégie et plan d'actions approuvés et compris par les parties prenantes locales
- **Preuve(s) d'une consultation inclusive et efficace**
- **Dossier de demande dûment rempli**
- **Visite du vérificateur** : programme de réunions et de discussions avec les parties prenantes concernées
- **Comité d'évaluation** : évaluation de la demande et du rapport du vérificateur pour formulation d'une recommandation au Conseil EUROPARC
- **Conseil d'Europarc** : attribution et transmission au candidat des conditions et observations



# La CETD : comment ?

## Réévaluation

- **Fiches bilan et éléments de preuve** : plan d'actions, gouvernance, recommandations d'Europarc
- **3 documents** : diagnostic, stratégie et plan d'actions approuvés et compris par les parties prenantes locales
- **Dossier de demande dûment rempli** : progrès dans la mise en œuvre des actions sur les 5 ans + résultats et changements dans la performance et les impacts du tourisme
- **Visite du vérificateur** : rapport
- **Comité d'évaluation** : recommandations
- **Conseil d'Europarc** : attribution

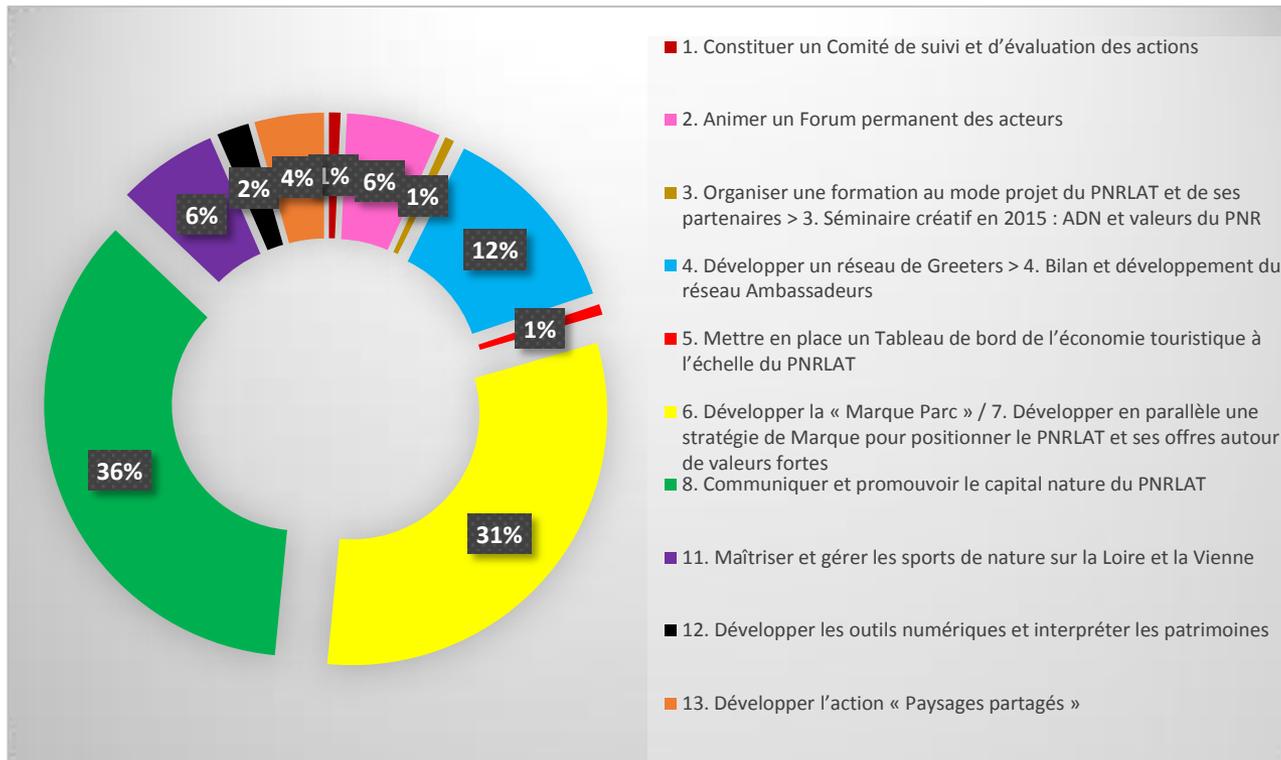


# La CETD du PNR LAT

## CETD : 2014-2018

→ Sur partie 1 « Devenir une destination durable »

→ 16 actions



# La CETD du PNR LAT

CETD : 2014-2018

→ Budget :

- 1 034,5 heures agents PNR = 227 979 €
- Dépenses de fonctionnement et d'investissement = 767 898 €
- TOTAL : 995 877 €



# La CETD du PNR LAT

Candidature : 2019-2023

- **Uniquement sur partie 1 CETD « Devenir une destination durable »**
- **Pas de candidature sur Partie 2 CETD « Partenaires commerciaux durables »** : choix de privilégier l'outil marque commerciale VPNR
- **Pas de candidature Partie 3 « Tour opérateurs durables »** : objectif d'1 fiche action de la CETD Partie 1
- **11 actions sur 5 ans**



# CETD 2019-2023

## Diagnostic touristique du territoire

- **Secteur d'activités économiques de 1<sup>er</sup> plan pour le territoire**
- **Image, attractivité et notoriété internationales :**
  - Patrimoine monumental = châteaux du Val de Loire
  - Présence de la vélo route : « Loire à Vélo »
  - Conséquence : patrimoine naturel éclipsé
- **Sites touristiques :**
  - Prédominance de la filière « patrimoine culturel »
  - Absence de sites de 1<sup>er</sup> plan sur rive nord de la Loire = asymétrie en matière d'attractivité touristique
  - Offre pouvant être jugée onéreuse mais proportionnelle à la qualité des services



# PARC NATUREL REGIONAL LOIRE-ANJOU-TOURAIN

Notre patrimoine a de l'avenir

	Nombre de visiteurs	Tarif individuel adulte
Château et jardins de Villandry	348 569	11,00 €
Bioparc de Doué-la-Fontaine	222 000	22,50 €
Château d'Azay-le-Rideau	218 000	10,50 €
Abbaye Royale de Fontevraud	187 000	11,00 €
Forteresse Royale de Chinon	124 000	9,00 €
Château de Langeais	107 000	9,80 €
Château d'Ussé	105 000	14,00 €
Château de Brézé	93 000	11,80 €
Château de Saumur	84 000	7,00 €
Musée des blindés de Saumur	62 000	8,50 €
Village troglodytique de Louresse-Rochemenier	59 000	6,50 €
Château et jardins du Rivau	49 000	11,00 €
Mystère des Faluns	40 000	7,00 €
Château de Montsoreau – Musée d'art contemporain	35 000	9,50 €
Vallée troglodytique des Goupillères	35 000	6,90 €



# CETD 2019-2023

## Diagnostic touristique du territoire

### → Activités touristiques dans milieux naturels

- Activités de pleine nature diversifiées, réparties de manière équilibrée sur le territoire, avec concentration autour de la Loire
- Sites majeurs et éléments d'intérêt du patrimoine naturel pas valorisés dans l'offre touristique
- « Tourisme de nature » inscrit dans les stratégies régionales mais peu développé, structuré et visible pour les clientèles

### → Autres filières :

- œnotourisme, gastronomie/terroir, batellerie, troglodytes
- Mise en tourisme insuffisante pour offrir des expériences aux visiteurs et mettre en valeur un savoir-faire



### PAYS DE LA LOIRE<sup>1</sup>

*"Une destination bleue verte urbaine"*

Filières clés : patrimoine, vélo, nautisme, agriculture, vignobles

### CENTRE VAL DE LOIRE<sup>2</sup>

*"Nature – Culture – Art de Vivre : prendre le temps de partager"*

Filières clés : patrimoine, vélo, nature, gastronomie

### ANJOU TOURISME<sup>3</sup>

*"Art de vivre, harmonie, consensus, authenticité, discrétion, dynamisme, excellence, responsable"*

Filières clés : itinérance, vignobles, patrimoine

### TOURAIN LOIRE VALLEY<sup>4</sup>

*Non défini*

Filières clés : itinérance, vignobles, patrimoine

### SAUMUR VAL DE LOIRE<sup>5</sup>

*"L'élégance de l'Anjou et toute la richesse du Val de Loire à découvrir toute l'année"*

Filières clés : patrimoine, vignobles, équitation, itinérance

### AZAY CHINON VAL DE LOIRE<sup>6</sup>

*"La Touraine diverse et multithématiques... à vivre, à déguster, à respirer, à partager"*

Filières clés : patrimoine, itinérance, artisanat d'art



# CETD 2019-2023

## Diagnostic touristique du territoire

### → Hébergements :

- Offre importante et diversifiée moins pourvue au nord de la Loire
- Principalement des : hébergements de plein air, gîtes et chambres d'hôtes / capacité hôtelière limitée
- Qualification : principalement Gîtes de France et marque VPNR
- Pas assez d'hébergements qualifiés pour l'itinérance vélo, pédestre, équestre : limite la pratique de l'itinérance

### → Restauration : données disponibles peu exploitables à l'échelle du PNR



# CETD 2019-2023

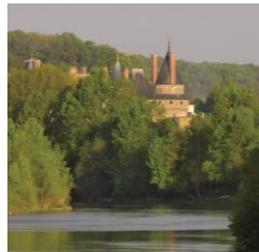
## Diagnostic touristique du territoire

### → Accès au territoire aisé :

- Autoroute
- Desserte ferroviaire qualitative : TGV et TER / proximité Paris
- Prédomine de l'automobile (hors cyclotourisme)

### → Mobilité alternative à la voiture très limitée

- Offre en transport faible, notamment depuis l'axe de la Loire = rupture de charge : les visiteurs atteignent la destination en transport depuis l'extérieur mais ne peuvent pas rayonner
- Territoire leader en termes de cyclotourisme mais distribution des flux provenant de la Loire à Vélo limitée
- Lit de la Loire, colonne vertébrale du territoire, peu navigable et donc pas un axe majeur de mobilité



# CETD 2019-2023

## Diagnostic touristique du territoire

→ Clientèles : CSP moyen et +



### SENIORS ACTIFS

*Français, en couple, CSP +, 45-64 ans  
Touristes sédentaires*

#### Séjour :

Court séjour ..... ↓ ..... Long séjour  
Primo ..... ↓ ..... Habitué  
Non préparé ..... ↓ ..... Préparé

Hébergement privilégié : hôtel

#### Déclencheurs de la venue :

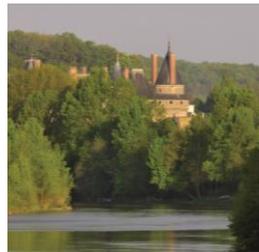
Réputation du territoire ★★★★★  
Visite à des parents, amis ★★★★★  
Hébergement adapté ★★★★★

#### Activités :

Visites monuments ★★★★★★  
Visite parcs et jardins ★★★★★  
Sorties nature ★★★★★  
Dégustation produits du terroir ★★★★★  
Visite de caves ★★★★★

#### En attente de :

Qualité des prestations  
Contact humain, authenticité  
Offre culturelle et gastronomique  
Accessibilité et appui à la mobilité



## CETD 2019-2023

### Diagnostic touristique du territoire

→ Clientèles : CSP moyen et +



#### SENIORS ACTIFS

Français, en couple, CSP +, 45-64 ans  
Touristes sédentaires

#### Séjour :

Court séjour ..... ↓ ..... Long séjour  
Primo ..... ↓ ..... Habitué  
Non préparé ..... ↓ ..... Préparé

Hébergement privilégié : hôtel

#### Déclencheurs de la venue :

Réputation du territoire ★★★★★  
Visite à des parents, amis ★★★★★  
Hébergement adapté ★★★★★

#### Activités :

Visites monuments ★★★★★★  
Visite parcs et jardins ★★★★★  
Sorties nature ★★★★★  
Dégustation produits du terroir ★★★★★  
Visite de caves ★★★★★

#### En attente de :

Qualité des prestations  
Contact humain, authenticité  
Offre culturelle et gastronomique  
Accessibilité et appui à la mobilité

Source : Etude sur les clientèles touristiques en région Centre Val de Loire, 2014; entretiens téléphoniques



## CETD 2019-2023

### Diagnostic touristique du territoire

→ Clientèles : CSP moyen et +



#### FAMILLE

Français, 4 pers., couple 35-44 ans  
Urbains, CSP +, touristes sédentaires

#### Séjour :

Court séjour ..... ↓ ..... Long séjour

Primo ..... ↓ ..... Habitué

Non préparé ..... ↓ ..... Préparé

Hébergement privilégié : hôtellerie de plein air, locations/gîtes

#### Déclencheurs de la venue :

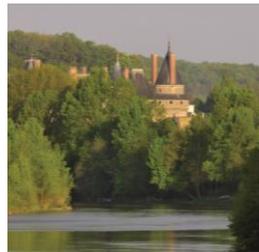
Réputation du territoire ★★★★★  
Hébergement adapté ★★★★★  
Visite à des parents, amis ★★

#### Activités :

Visites monuments ★★★★★★  
Visite parcs et jardins ★★★★★  
Sorties nature, baignade ★★★★★  
Dégustation produits du terroir ★★★★★

#### En attente de :

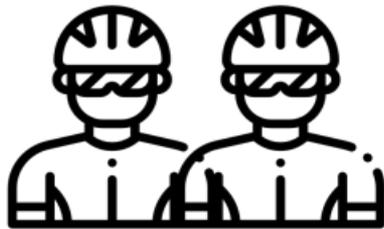
Activités variées et adaptées aux enfants (services, médiation)  
Coût de séjour maîtrisé  
Animations et convivialité  
Services et équipements adaptés aux familles (kit bébé, animaux, bagagerie...)



## CETD 2019-2023

### Diagnostic touristique du territoire

→ Clientèles : CSP moyen et +



#### CYCLOTOURISTES

*Français, en couple, 45-64 ans*

#### Déclencheurs de la venue :

Réputation du Val de Loire ★★★★★  
Nature, environnement ★★★★★  
Calme, tranquillité ★★★★★

#### Activités :

Visites monuments ★★★★★★  
Visite parcs et jardins ★★★★★  
Sorties nature ★★★★★  
Dégustation produits du terroir / vin ★★★★★

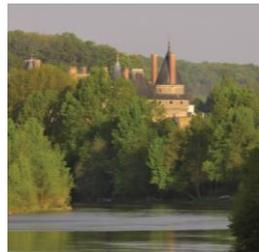
#### Séjour :

Court séjour ..... ↓ Long séjour  
Primo ..... ↓ Habitué  
Non préparé ..... ↓ Préparé

Hébergement privilégié : hôtellerie de plein air

#### En attente de :

Services et équipements adaptés aux cyclotouristes (sanitaires, bornes de recharges, abris sécurisés)  
Calme et repos  
Offre touristique thématifiée : culture, gastronomie, vins...  
Flexibilité des services



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

→ Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme

- Promesses client :

**Visiter ou séjourner dans le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, c'est :**

→ **Profiter du « must » du Val de Loire**

- Seul territoire sur Loire avec double labellisation : PNR/UNESCO
- Top 3 en France : nombre sites inscrits et classés MH
- Nombreux espaces naturels reconnus pour biodiversité



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

→ Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme

• Promesses client :

**Visiter ou séjourner dans le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, c'est :**

→ Être accueilli comme un hôte privilégié

- PNR : offre pour tous : âge, budget, humeur, météo...
- PNR : conseils comme à un ami : tests, coup de cœur...
- PNR : garantie qualité (marque VPNR)



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

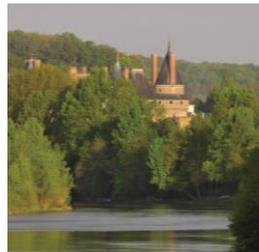
→ Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme

• Promesses client :

**Visiter ou séjourner dans le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, c'est :**

→ **Se laisser surprendre et découvrir des sites insolites hors des sentiers battus**

- Offre à échelle humaine : pas « tourisme de masse »
- Offre associant incontournable et confidentiel
- Possibilité de se poser +sieurs jours et de rayonner



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

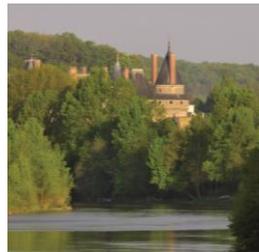
→ Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme

• Promesses client :

**Visiter ou séjourner dans le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, c'est :**

→ **Vivre des expériences saines pour le corps et l'esprit**

- Tourisme « intelligent » : savoir-faire médiation
- Marque VPNR : spécificité « habitat sain » en LAT
- Tourisme « slow » et d'éveil des sens



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

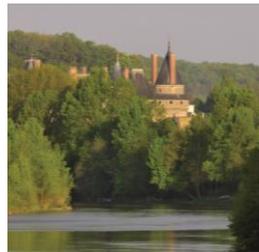
→ Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme

• Promesses client :

**Visiter ou séjourner dans le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, c'est :**

→ **Encourager une éthique**

- Agrément CETD
- Marque VPNR : + de 70 entreprises
- Éthique vérifiable dans les faits : pas simple argument de vente



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

- Récent positionnement touristique pertinent mais à incarner dans offre touristique et mise en tourisme
- Signature :

### Echappée buissonnière en Val de Loire

Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

*Une destination culturelle d'exception  
avec tous les bénéfices de la nature*



# CETD 2019-2023

## Diagnostic action tourisme PNR LAT

- **Outils de communication** : thématisés, complémentaires et attrayants mais pas conçus au service du parcours client
- **Domaines d'intervention du PNR LAT** : variés et transversaux, dépassant le strict champ touristique
- **Moyens et ressources mobilisés** : constants mais limités
  - = **Actions touristiques bénéficient davantage aux publics de proximité qu'aux touristes,**  
**limitent de fait la création de valeur et les retombées pour l'économie touristique**



# CETD 2019-2023

## Clientèles cibles

- 1. Clientèles familiales multigénérationnelles, provenant de l'Ile-de-France et du Grand Ouest**
- 2. Séniors actifs, issus de l'Ile-de-France et du Grand Ouest**
- 3. Cyclotouristes, principalement de l'Ile-de-France et de Rhône-Alpes, mais aussi de l'Allemagne, des Pays-Bas, Grande-Bretagne et Belgique**
- 4. Touristes internationaux, principalement de l'Allemagne, des Pays-Bas, de Grande-Bretagne et de Belgique**



# CETD 2019-2023

## Enjeux

- 1. Clarification du rôle et de l'identité touristique du PNR au sein de l'écosystème touristique et auprès des clientèles cibles**
- 2. Structuration et mise en lumière de l'offre de tourisme de nature et de slow tourisme**
- 3. Anticipation des défis du développement durable appliqués au tourisme par l'écosystème touristique**
- 4. Mise en cohérence du territoire vis-à-vis de son engagement envers le tourisme durable**
- 5. Sensibilisation individuelle des touristes**



# DEFINITIONS

## Tourisme de nature

- **Forme de tourisme qui ne se limite pas à pratiquer une activité dans un milieu naturel mais dont la motivation principale est l'observation et l'appréciation de la nature**
- Exemple 1 : faire du canoë sur la Loire : pas du tourisme de nature
  - Exemple 2 : faire du canoë sur la Loire accompagnée d'un animateur nature : tourisme de nature

## Slow tourisme

- **Forme de tourisme centrée autour de la recherche d'une expérience authentique, le besoin de prendre son temps, de respecter son environnement et de vivre au plus près de la population locale**



## CETD 2019-2023

### Orientations stratégiques

#### → Constituer le pilier du tourisme slow et de nature

- Affirmer son rôle et son identité en interne et en externe
- S'organiser dans une logique « parcours client »
- Contribuer à la valorisation de l'offre en guidant les clientèles cibles

#### → Implanter une dynamique de territoire autour de la durabilité

- Développer l'offre de prestations responsables
- Favoriser l'échange d'expertise et d'expérience autour du tourisme durable
- Sensibiliser les acteurs touristiques

#### → Développer un tourisme spécifique, invitation à expérimenter la durabilité

- Développer des propositions de séjours thématiques qui incarnent le tourisme durable
- Révéler les offres permettant les échanges intergénérationnels autour des enjeux de durabilité



## CETD 2019-2023

### Programme d'actions

1. Créer de nouveaux outils pour communiquer sur le positionnement et la stratégie touristique du PNR LAT auprès des collaborateurs et partenaires
2. Disposer d'outils de communication ergonomiques et accessibles, promouvant le tourisme de nature et le slow tourisme
3. Recenser l'offre de tourisme de nature et de slow tourisme du territoire et la diffuser
4. Créer des idées séjours et des produits touristiques originaux pour chacune des clientèles cibles sur la thématique « nature » et « slow tourisme »
5. Expérimenter un programme d'initiation aux activités de pleine nature
6. Développer l'offre marque VPNR
7. Faire du Forum annuel le temps fort du territoire pour informer et partager les bonnes pratiques
8. Former les prestataires touristiques aux bonnes pratiques en tourisme durable
9. Informer et sensibiliser les prestataires et les décideurs aux impacts des activités motorisées, aériennes, nautiques ou autres
10. Expérimenter des aires de bivouac responsables
11. Poursuivre une médiation spécifique des patrimoines

