



# ÉTATS GÉNÉRAUX DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE & EMPLOI

Région Centre-Val de Loire

VENEZ PARTAGER VOTRE VISION DU **TOURISME**  
EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE

## Tourisme - Économie touristique

### Chiffres clés\*

- ❑ **32 700 emplois dont 26 156 salariés** dans le secteur Café-hôtel-restauration
- ❑ **Plus de 9 millions de visiteurs/an** dans les sites et monuments dont 3,5 millions dans les 14 sites de la démarche d'Excellence des Grands Sites
- ❑ **Près d'1 million de cyclistes/an** sur La Loire à Vélo
- ❑ **Plus de 3 500 km d'itinéraires vélo** balisés et 470 prestataires accueil vélo
- ❑ **127 000 lits touristiques marchands** dont la majorité dans les campings (45%) et les hôtels (31%)
- ❑ 69% des séjours sont réalisés par des Français
- ❑ 45% des séjours en région sont des longs séjours (6 nuits et plus)
- ❑ 73% des séjours sont réservés sur internet
- ❑ **6 marques touristiques** majeures :  
Val de Loire / La Loire à Vélo / Les Châteaux de la Loire / Berry Province / la Touraine / la Sologne

\*Source : Étude sur les clientèles touristiques en région Centre-Val de Loire 2014



Le tourisme constitue une activité essentielle au rayonnement et à l'attractivité de la région à l'échelle nationale et internationale. Facteur de développement économique, il génère autant de retombées économiques en région que l'agriculture, soit environ 3 milliards d'euros en terme de consommation. C'est 4,4% du PIB régional.

Le Tourisme représente 3,5% de l'emploi régional, soit 32 700 emplois dont 29 000 emplois salariés. Les effectifs progressent dans le secteur Culture et Loisirs. A contrario, ils baissent dans l'hôtellerie et la restauration même s'ils restent les 2 plus gros employeurs dans le tourisme.

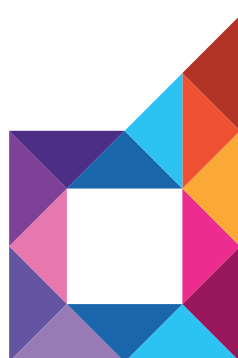
La réputation du territoire est le premier facteur de choix de la destination. La clientèle vient en priorité pour la visite des châteaux (84% des touristes visitent des monuments et châteaux) mais elle apprécie également la région pour la richesse de son patrimoine naturel et sa gastronomie. Les pratiques de nos clientèles se caractérisent par un tourisme actif, alliant nature et culture.

Contrairement à une idée reçue, la région n'est pas une destination de passage mais bien la destination principale du séjour (9 cas sur 10). Les touristes séjournent en moyenne 5,6 nuits et dépensent 65€/j/pers (78€ pour les étrangers et 59€ pour les Français). Destination de séjour ne veut pas forcément dire « sédentaire ». En effet, près du tiers des séjours sont réalisés par des touristes itinérants, c'est-à-dire logeant dans différents lieux ou mode d'hébergement en région. Ce phénomène s'accroît et impacte positivement la durée de séjour et les retombées économiques.

La clientèle française représente 69% de la clientèle touristique régionale, avec un poids important de franciliens (27%). Les Allemands, Néerlandais, Britanniques et Belges sont les principales clientèles étrangères séjournant en région Centre-Val de Loire.

Avec 8,7 millions de nuitées par an, l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein-air et les résidences de tourisme sont les modes d'hébergement les plus utilisés par la clientèle (59% des séjours marchands). Les hébergements touristiques sont très concentrés sur les 3 départements ligériens qui représentent 68% de la capacité d'accueil.

Avec le développement important de la fréquentation de la Loire à Vélo et l'ouverture de nouveaux itinéraires, le tourisme à vélo représente aujourd'hui plus de 18% des séjours en région (25% pour les étrangers). Cette activité génère plus de 21 M€ de retombées économiques par an sur les territoires concernés.





En matière de développement touristique, le principe est celui d'une compétence partagée entre l'État, les régions, les départements et les communes.

Pour la région, la loi précise son champ d'intervention comme suit :

« Dans le cadre de ses compétences en matière de planification, la région définit les objectifs à moyen terme du développement touristique régional. Le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs fixe les modalités et les conditions de mise en oeuvre des objectifs ainsi définis par le plan régional, notamment en matière de financement. »

La Stratégie Régionale de Tourisme Durable (SRTD), adoptée le 21 octobre 2011, s'articule autour de quatre orientations stratégiques majeures :

- Soutenir une destination visible à l'international : le Val de Loire, et structurer le territoire en s'appuyant sur des destinations touristiques pertinentes.
- Structurer une offre stratégique et compétitive pour les 4 filières prioritaires : patrimoine culturel, tourisme de nature, itinérances douces, art de vivre, et améliorer l'offre d'hébergements marchands.
- Soutenir l'innovation et la formation pour renforcer la professionnalisation et améliorer la compétitivité des acteurs publics et privés du tourisme.
- Développer une nouvelle stratégie marketing en lien avec les filières et les marques prioritaires.

Ces orientations ont été déclinées au travers de 45 actions et soutenues au travers des Contrats d'Appui au Projets.

Parmi les actions majeures menées depuis 2011, on peut retenir :

- ▣ La création de la marque interrégionale Val de Loire et la signature du contrat de destination avec l'État
- ▣ Le développement et valorisation d'un réseau cyclable à vocation touristique, qualifié et jalonné, de plus de 3 500 Km, complémentaire à l'itinéraire majeur existant : « La Loire à Vélo » ; le lancement du site « marandoavelo.fr »
- ▣ Le confortement des destinations « tourisme de nature » pertinentes : Brenne, Val de Loire, Perche, Forêt d'Orléans, Sologne et la mise en œuvre d'un plan marketing pour le tourisme de nature
- ▣ La structuration et promotion de la filière parcs et jardins
- ▣ Le soutien à l'innovation avec la création du Cap Innovation Touristique
- ▣ Le lancement de la démarche « cluster Tourisme, patrimoines et sites de visite »
- ▣ La mise en œuvre du Programme de formation Tourisme O'Centre pour les acteurs touristiques

En 2016, il s'agit d'élaborer la nouvelle stratégie marketing 2016-2021. Elle devra répondre aux nouvelles exigences des clientèles dans un contexte :

- de temps contraint (les clientèles actives pour qui une réservation globale facilitée est un atout),
- de réduction des revenus (la part des familles qui ne partent pas en vacances augmente),
- d'appétence pour un autre mode de vie, plus connecté à la nature,
- d'itinérance et d'escapades.



À travers ses dispositifs d'intervention, la région soutient la structuration des filières prioritaires et l'innovation touristique :

### CAP' Hébergements Touristiques

Ce dispositif accompagne la création et la modernisation d'hébergements touristiques marchands (hôtels, campings, gîtes et chambres d'hôtes, hébergements du « tourisme pour tous »).

Depuis 2011, il a permis de soutenir 204 projets mobiliser près de 7 M€ d'aides régionales ainsi que 3M€ de fonds européens au titre du Feader. Les critères d'appréciation des projets sont de 3 ordres : la qualité touristique du projet, la prise en compte des enjeux territoriaux, le développement durable.

### Appel à projet Abricyclo

Lancé en 2015 et destiné aux campings labellisés « Accueil vélo » ou situés sur un itinéraire régional, cet appel à projets doit encourager la création d'unités d'hébergements simples et peu coûteuses, adaptées à l'accueil des cyclotouristes. Ce dispositif a déjà permis de financer la création de 37 abricyclos.

### Cap innovation touristique

Ce dispositif accompagne des initiatives et projets innovants en phase avec les orientations définies dans la stratégie Régionale. L'objectif est d'encourager l'émergence de services touristiques qui n'existent pas sur le territoire régional et/ou qui offrent une nouvelle expérience aux touristes. Créé en 2012, ce dispositif a permis de soutenir 29 projets et mobiliser plus de 900 000€ de subvention régionale.

### Batellerie traditionnelle

Ce dispositif d'aide à la construction et la rénovation de bateaux traditionnels intègre depuis 2015 les projets de développement touristique autour de la batellerie. Il permet d'accompagner les acteurs de cette filière pour pérenniser et développer cette offre touristique représentative de l'identité ligérienne.

La région confie au Comité Régional du Tourisme Centre-Val de Loire l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de la stratégie marketing. Il a également en charge l'observation économique du tourisme, la mise en œuvre du programme de formation pour les acteurs du tourisme et l'animation du réseau régional des offices de tourisme.