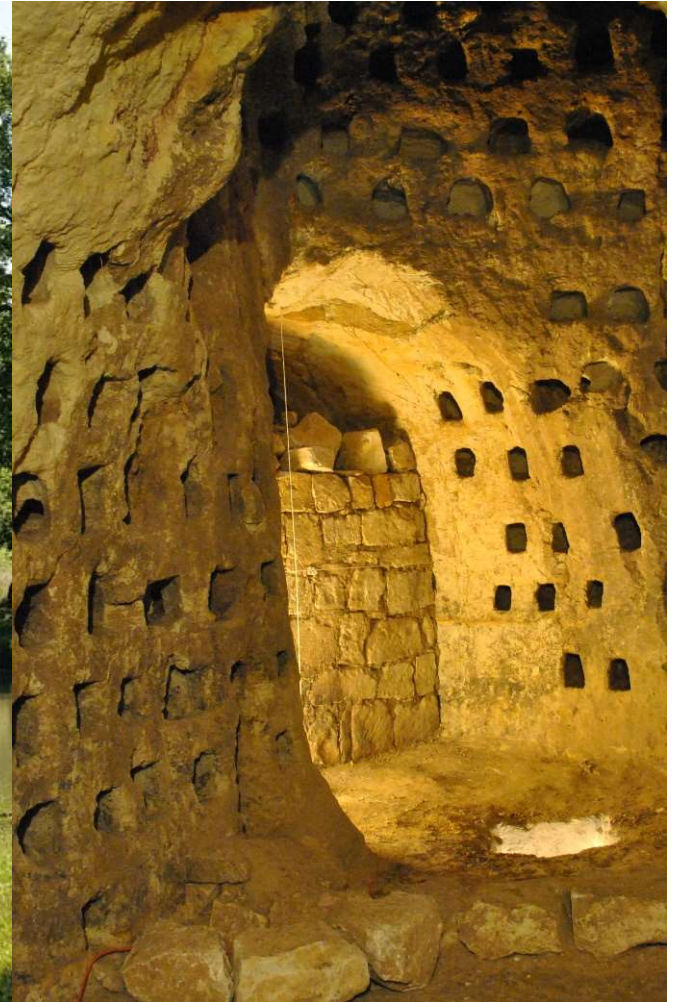


In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



Elaboration d'une stratégie de développement touristique

Communauté de Communes du Haut-Poitou

Une démarche collaborative au cœur du schéma touristique

Phase 1

**Diagnostic
synthétique et enjeux**

Phase 2

**Définition de la
stratégie touristique
et des objectifs
opérationnels**

Phase 3

**Formalisation du plan
d'actions 2023-2028**

Une démarche collaborative



20 entretiens auprès des acteurs clés du Haut Poitou



Des repérages sur le terrain



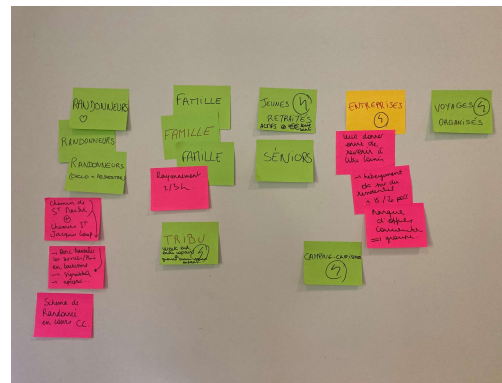
126 contributions à l'enquête en ligne résidents , 33 contributions sur l'enquête en ligne à destination des acteurs du tourisme du Haut Poitou



Une 20aine de participants au séminaire stratégique



Des instances régulières de suivi et de validation



Les points clés du diagnostic

Des bases solides pour le territoire :

Une offre d'activités diversifiée dans ses thématiques : culture, patrimoine, nature, loisirs familiaux, gastronomie, itinérance ...

De nombreux hébergeurs qui témoignent d'un bon taux de fidélisation de leur clientèle sur les propositions qualitatives

Des thématiques qui « collent » aux nouvelles tendances notamment en matière de « mise au vert » et de slow tourisme

Un Office de Tourisme qui dispose d'un budget d'environ 200k€ (Non classé) et 5 ETP pour des missions diversifiées : accueil, information, promotion, communication, développement, animation du réseau des acteurs ...

Une saisonnalité relativement étalée dans l'année avec des pics de fréquentation en été et en octobre

4 Bureaux d'information touristique avec une ouverture toute l'année qui permet d'accueillir toute l'année les visiteurs et avec une vocation de bureau d'information local auprès des habitants

Un territoire « sur la route des vacances » avec un effet « bonne surprise »

Des acteurs qui ont exprimé des besoins forts sur la mise en réseau des acteurs ainsi que la promotion du territoire

Les points clés du diagnostic

Mais des points de vigilance :

Des sites de visites qui connaissent des niveaux de fréquentation bas (pas de site de plus de 7000 visiteurs)

Un contexte national et international fragilisant l'activité touristique et nécessitant une grande résilience / adaptabilité

Une absence d'offres structurantes à forte visibilité et peu d'offres de visite permanente (ouverture saisonnière, ou temporairement pendant les JEP)

Une faible image et notoriété du territoire Haut-Poitou et une marque touristique avec une difficulté d'appropriation par l'Office de Tourisme et les socio-professionnels

Une faible présence des labels de qualité (nature, vélo, tourisme et handicap ...) sur les activités comme sur l'hébergement

Un précédent schéma de développement touristique difficile à mettre en place malgré des réussites sur l'offre famille, l'animation et la communication

Des profils de clientèles qui dépensent relativement peu : visiteurs en séjour chez de la famille ou des amis, ouvriers en long séjour (Center Parcs, chantiers de maintenance ...) ou séjour « repos »

Des bureaux d'information touristique qui représentent des fréquentations faibles et locales ... et un accueil qui mobilise la majeure partie du temps des équipes ... avec une difficulté à libérer du temps sur les autres missions de communication, d'animation du réseau et de projets

Enjeux de développement touristique

Les 5 défis à relever

Renforcer la visibilité du Haut-Poitou dans la carte mentale touristique en jouant les bonnes synergies, aux bonnes échelles

Garantir la qualité des services sur le territoire (accueil, restauration, hébergement)

Faire monter en puissance quelques offres touristiques structurantes

Révéler les richesses du territoire et poursuivre la qualification des propositions

Mettre en place une gouvernance adaptée pour une mise en œuvre efficiente

La promesse



Vivre un moment de partage sur les bords de l'étang de Saint-Martin-la-Pallu après une chasse aux trésors en famille



Déguster des vins du Haut-Poitou au milieu des vignes en amoureux



Passer la nuit dans un hébergement insolite au cœur de la forêt de Vouillé



Partager un tour de vélo avec ses parents et ses grands parents le temps d'un week-end



Assister à un concert festif estival dans un site patrimonial avec ses amis



Repartir avec des produits fabriqués soi-même à la cité des tanneurs

Les cibles de clientèles prioritaires

Qui ?

Clientèles locales et excursionnistes

*Résidents du Haut-Poitou, résidents de proximité
(dont résidents de Poitiers)
Couples, familles, groupes d'amis, scolaires...*

Couples ou familles en court séjour

*Visite à de la famille ou à des amis sur le territoire,
Familles en séjour Futuroscope mais à la recherche
d'un hébergement plus authentique
Clientèles en séjour nature / culture / gastronomie*

*rayonnement à 2/3 heures dont agglomération
(Poitiers, Châtelleraut ...)*

Les itinérants et randonneurs

*Touristes à vélo, à pied, en moto, en camping-car
Couples, individuels, retraités
Clientèles en étape sur la route des vacances*

Les touristes d'affaires

*Entreprises ou professionnels sur du séminaire
naturel (20-40 personnes)*

Quoi ?



Le dépaysement à deux pas de chez soi
Des expériences atypiques à vivre pour
(re)découvrir son territoire



Une coupure ressourçante et
nourrissante tout au long de l'année
où vivre des expériences nature /
culture et gastronomie loin des foules



Une destination à parcourir et
propice à l'itinérance douce, à pied,
à vélo



Des séminaires dans un cadre
ressourçant à deux pas du
Futuroscope et de Poitiers

Les filières prioritaires

Se concentrer sur trois filières

Activités de pleine nature et itinérance douces
(à pied et à vélo)

- Poursuivre les aménagements liés aux itinérances et renforcer leur mise en tourisme
- Favoriser le mieux-être à travers l'immersion dans la nature et les grands paysages

Gastronomie et œnotourisme

- Structurer et mettre en tourisme les savoir-faire et la gastronomie locale
- Poursuivre le développement de l'œnotourisme

Patrimoine et savoir-faire
Histoire, artisanat ...

- Révéler le patrimoine et l'histoire du territoire
- Surprendre les visiteurs par une offre culturelle autour des savoir-faire, favoriser les échanges entre les gens et les expériences « faire soi même »

Accompagner les filières complémentaires et contributives

Tourisme affaires sur du séminaire résidentiel

- Accompagner les prestataires sur leur besoin pour développer l'activité
- Valoriser les offres nature, gastronomie et loisirs au sein des propositions affaires

Évènementiel culturel et festivité

- Renforcer les événements et les animations locales



Chantier A1 - Faire du Haut-Poitou un territoire de respiration et de ressourcement via la valorisation des activités de pleine nature et les itinérances douces

Objectifs

- Poursuivre la mise en tourisme des offres d'activités de pleine nature et des itinérances douces
- Asseoir le positionnement touristique : un territoire de respiration et de ressourcement, accueillant pour les familles

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Mettre en tourisme les itinéraires pédestres et cyclables du territoire du Haut Poitou
- Aménager les sites naturels pour en favoriser la découverte, en respectant la préservation des espaces



Chantier A2 - Asseoir l'identité gastronomique et œnotouristique du Haut-Poitou

Objectifs

- Mettre en valeur les productions locales
- Diversifier les ressources des producteurs et développer les retombées économiques du tourisme

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Mettre en récit et développer des expériences autour de la gastronomie et de l'œnotourisme sur le territoire



Chantier A3 - Construire une offre de tourisme culturel autour du patrimoine et de l'événementiel

Objectifs

- Construire une offre culturelle autour du patrimoine du territoire
- Proposer une expérience de visite diversifiée, notamment à destination des familles

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Poursuivre le déploiement des projets communautaires des Tours Mirandes et de la cité des Tanneurs
- Développer des produits et des expériences de tourisme culturel sur le territoire du Haut-Poitou et les promouvoir



Chantier A4 – Adapter le marketing et les outils de promotion du Haut-Poitou

Objectifs

- Recentrer la stratégie marketing et de communication autour de la mise en avant d'expériences
- Mobiliser « Ô Poitou » dans le cadre d'un usage interne, fédérateur pour les socioprofessionnels du territoire

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Adapter la promotion et la communication au positionnement touristique souhaité
- S'inscrire plus fortement dans les actions de promotion élargie pour valoriser le territoire (Vienne, Poitou, Futuroscope, Poitiers ...)
- Repositionner « L'Instant Ô Poitou » comme un outil d'animation du réseau des socio-professionnels



Chantier A5 - Développer une offre de tourisme d'affaires

Objectifs

- Développer les retombées économiques du territoire
- Proposer des expériences affaires sur le territoire en prenant appui sur les socio professionnels
- Capitaliser sur la proximité du Futuroscope et de la gare TGV

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Accompagner le développement d'offre de petit séminaire « nature »



Chantier B1 - Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)

Objectifs

- Adapter l'accueil et l'information aux nouvelles tendances et attentes clientèles
- Optimiser l'accueil touristique sur le territoire
- Capitaliser sur les acteurs du tourisme pour en faire des ambassadeurs

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Mettre place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)



Chantier B2 - Poursuivre la qualification de l'offre d'hébergement

Objectifs

- Garantir la qualité et la diversité des propositions d'hébergements
- Faire de l'hébergement un déclencheur de venue sur le territoire

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Accompagner les socio-professionnels dans leurs projets de développement et de qualification de l'hébergement



Chantier B3 - Accompagner le développement des mobilités douces et durables sur le territoire

Objectifs

- Diffuser les flux sur tout le territoire en favorisant les déplacements et le renvoi des flux
- Permettre la préservation des espaces fragiles et des équilibres

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Identifier les itinéraires de randonnée sécurisés et prioritaires en matière de valorisation
- Poursuivre l'harmonisation du balisage et de l'entretien des itinéraires de randonnée pédestre



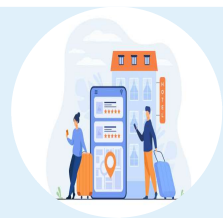
Chantier C1 - Adapter les moyens et la gouvernance touristique aux nouveaux objectifs

Objectifs

- Faire face à la réduction progressive du réseau de bénévoles au sein de l'office de tourisme
- Requestionner les objectifs touristiques et les missions qui en découlent

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Instaurer une démarche collective d'adaptation des moyens aux objectifs de la nouvelle stratégie à l'échelle du territoire
- Adapter la gouvernance touristique du territoire et préciser la mise en œuvre opérationnelle du programme



Chantier C2 - Animer le réseau d'acteurs et structurer le travail en commun avec les socio-professionnels

Objectifs

- Renforcer l'animation des réseaux d'acteurs
- Développer les temps d'échanges collectifs pour des actions coconstruites et partagées par l'ensemble des acteurs

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Structurer le travail en commun avec les socio-professionnels et animer le réseau d'acteurs
- Organiser une réunion annuelle « les rencontres du tourisme dans le Haut-Poitou »
- Structurer un dispositif « ambassadeurs du Haut-Poitou » à destination des professionnels du tourisme



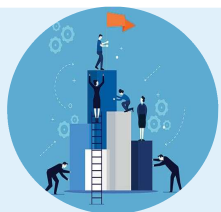
Chantier C3 - S'inscrire dans les bons partenariats supra-territoriaux pour être plus efficient en matière de développement et de promotion touristique

Objectifs

- Faire émerger une destination plus globale de nature/gastronomie/culture
- Favoriser le rayonnement des flux pour une expérience de visite qualitative et complète

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Développer des outils communs avec les territoires et destinations voisins



Chantier C4 - Accompagner la professionnalisation de l'écosystème touristique du Haut-Poitou

Objectifs

- Faire de l'office de tourisme un moteur en matière d'accompagnement qualité via le soutien à la qualification

ACTIONS A METTRE EN PLACE

- Mettre en place un plan de formation du personnel de l'office de tourisme et de la CC au regard des nouvelles missions
- Accompagner la professionnalisation des prestataires du territoire

En conclusion : 12 chantiers ... déclinées en 20 actions

Axe	Chantiers	Actions
Asseoir l'identité nature / gastronomie et culturelle du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique	Chantier 1 : Faire du Haut-Poitou un territoire de respiration et de ressourcement via la valorisation des activités de pleine nature et les itinérances douces	1/ Mettre en tourisme les itinéraires pédestres et cyclables du territoire du Haut-Poitou
		2/ Aménager les sites naturels pour en favoriser la découverte, en respectant la préservation des espaces
	Chantier 2 : Asseoir l'identité gastronomique et œnotouristique du Haut-Poitou	3/ Mettre en récit et développer des expériences autour de la gastronomie et de l'œnotourisme sur le territoire
	Chantier 3 : Construire une offre de tourisme culturel autour du patrimoine et de l'événementiel	4/ Poursuivre le déploiement des projets communautaires des Tours Mirandes et de la cité des Tanneurs
		5/ Développer des produits et des expériences de tourisme culturel sur le territoire du Haut-Poitou et les promouvoir
	Chantier 4 : Adapter le marketing et les outils de promotion du Haut-Poitou	6/ Adapter la promotion et la communication au positionnement touristique souhaité 7/ S'inscrire plus fortement dans les actions de promotion élargie pour valoriser le territoire (Vienne, Poitou, Futuroscope, Poitiers ...) 8/ Repositionner "Ô Poitou" comme une marque de réseau professionnel
Chantier 5 : Développer une offre de tourisme d'affaire	9/ Accompagner le développement d'offre de petit séminaire "nature"	
Consolider la chaîne de services et d'accueil pour une expérience touristique de grande qualité	Chantier 6 : Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)	10/ Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)
	Chantier 7 : Poursuivre la qualification de l'offre d'hébergement	11/ Accompagner les socio-professionnels dans leurs projets de développement et de qualification de l'hébergement
	Chantier 8 : Accompagner le développement des mobilités douces et durables sur le territoire en particulier via le vélo	12/ Poursuivre l'harmonisation du balisage et de l'entretien des itinéraires de randonnée pédestre
Consolider l'organisation touristique pour un développement touristique durable, équilibré et au service du territoire et de ses populations	Chantier 9 : Adapter les moyens et la gouvernance touristique aux nouveaux objectifs	13/ Instaurer une démarche collective d'adaptation des moyens aux objectifs de la nouvelle stratégie
		14/ Adapter la gouvernance touristique du territoire et préciser la mise en œuvre opérationnelle du programme
	Chantier 10 : Animer le réseau d'acteurs et structurer le travail en commun avec les socio-professionnels	15/ Structurer le travail en commun avec les socio-professionnels et animer le réseau d'acteurs
		16/ Organiser une réunion annuelle « les rencontres du tourisme dans le Haut-Poitou »
		17/ Structurer un dispositif « ambassadeurs du Haut-Poitou » à destination des professionnels du tourisme
	Chantier 11 : S'inscrire dans les bons partenariats supra-territoriaux pour être plus efficient en matière de développement et de promotion touristique	18/ Développer des outils communs avec les territoires et destinations voisins
	Chantier 12 : Accompagner la professionnalisation de l'écosystème touristique du Haut-Poitou	19/ Mettre en place un plan de formation du personnel de l'office de tourisme et de la CC au regard des nouvelles missions
20/ Accompagner la professionnalisation des prestataires du territoire		

... et 8 actions prioritaires

AXE A : MARKETING, OFFRE ET FILIERES STRUCTURANTES

PRIORITES

- 1) Mettre en tourisme des itinéraires pédestres et cyclables du territoire du Haut-Poitou
- 2) Poursuivre le déploiement des projets communautaires des Tours Mirandes et de la Cité des Tanneurs
- 3) Adaptation de la promotion et de la communication au positionnement souhaité

AXE B : ACCUEIL, MOBILITES ET SERVICES


PRIORITES

- 4) Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)
- 5) Accompagner les socio professionnels dans leurs projets de développement et de qualification de l'hébergement

AXE C : ORGANISATION ET PARTENARIATS

Actions à engager dès la validation du schéma pour garantir la bonne mise en œuvre du schéma :

PRIORITES

- 
- 6) Instaurer une démarche collective d'adaptation des moyens aux objectifs de la nouvelle stratégie à l'échelle du territoire
 - 7) Adapter la gouvernance touristique du territoire et préciser la mise en œuvre opérationnelle du programme
 - 8) Mettre en place un plan de formation du personnel de l'office de tourisme et de la CC au regard des nouvelles missions