



Bilan du Plan de développement touristique 2018-2021



Méthodologie

Le Conseil Départemental a adopté, par délibération du 9 mars 2018, son Plan de développement touristique pour les années 2018 à 2021, avec 4 axes majeurs :

- Renforcer les liens institutionnels,
- Conforter et élargir l'offre départementale,
- Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité,
- Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique.

Ce plan de développement touristique arrivant à échéance, il convient d'en faire le bilan avant de lancer une réflexion concertée avec les acteurs du tourisme en vue de l'élaboration du nouveau schéma d'aménagement touristique.

Le bilan du Plan de développement touristique 2018-2021, présenté dans ce document, a été établi selon la méthodologie détaillée ci-dessous.

La Direction Culture et Tourisme (DCT) du Département de la Vienne a tout d'abord collecté, auprès des Directions concernées (DJS, SEML Patrimoniale, Mission Parc du Futuroscope - Palais des Congrès, DAEE) et de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) des éléments permettant de faire le bilan technique du Plan 2018-2021.

Une concertation, sous forme d'entretiens individuels, a également été réalisée auprès des partenaires principaux du Département. Ainsi, ces entretiens ont été menés en bilatéral par la DCT et l'ACAP auprès des Offices de Tourisme et des grands acteurs touristiques du département afin de connaître leur avis concernant l'action départementale menée depuis 2018.

Des entretiens ont été réalisés avec les 23 partenaires suivants : la responsable du service Tourisme et de l'Office de Tourisme du Civraisien en Poitou, le chargé de mission Développement Touristique de la Communauté Urbaine de Grand Poitiers, la Cheffe de service Tourisme du site de Poitiers et la Chargée de mission Tourisme, innovation et numérique de la Région Nouvelle-Aquitaine, le Directeur de l'Office de Tourisme et du Thermalisme de La Roche-Posay, la responsable de la communication, du tourisme, de la vie associative de la Communauté de Communes des Vallées du Clain, le Directeur de l'Office de Tourisme Sud Vienne Poitou, la Directrice de l'Office de Tourisme de Grand Châtelierault, la Directrice de l'Office de Tourisme du Pays Loudunais, le Directeur de Terre de Dragons, le Directeur de l'EPCC Abbaye de Saint-Savin, la responsable du service Tourisme de la Communauté de Communes du Haut-Poitou et un conseiller en séjours de l'Office de Tourisme du Haut-Poitou, le Président et la gestionnaire des Gîtes de France de la Vienne, le responsable opérationnel et la coordinatrice du Club Tourisme d'Affaires, le Directeur du Center Parcs Domaine du Bois aux Daims, le Président de Sites et Cie, le Président du Club des Hébergeurs de la Vienne et le référent Tourisme, Hôtellerie, Restauration à la CCI de la Vienne, le Directeur Général de Destination Nature, le Président et la coordinatrice de l'UDOTSI, l'Assistante de Direction des Géants du Ciel, le Président de l'UMIH86, le Président du Directoire du Futuroscope, le Directeur du Village Flottant de Pressac, le Directeur du Domaine de Roiffé, la Directrice de l'Office de Tourisme Communautaire de Grand Poitiers.

Afin de pouvoir présenter un bilan synthétique et opérationnel, la DCT a synthétisé l'ensemble des données recueillies sous la forme de :

- 12 infographies thématiques : organisation territoriale, outils départementaux, chiffres clés, grands projets, itinérance douce, Poitou-produits locaux et circuits courts, filières et clientèles cibles, qualification de l'offre, communication (deux infographies), commercialisation, crise sanitaire ;
- 5 infographies « paroles aux acteurs » sur les thématiques suivantes : communication, organisation territoriale, itinérance douce et tourisme vert, outils départementaux, plans de relance.

La DCT a également réalisé un bilan fiche à fiche à partir de l'ensemble des données recueillies, au sein duquel a été intégré le bilan fiche à fiche réalisé par l'ACAP pour les actions dont elle avait la responsabilité.

Table des matières

Méthodologie.....	2
Infographies thématiques	5
Infographies Paroles aux acteurs du Tourisme	17
Axe 1 : Renforcer les liens institutionnels	22
Fiche Action n°1 : Redéfinir la gouvernance touristique afin d'intégrer les Offices de Tourisme et les EPCI dans le dialogue partenarial renforcé.	22
Fiche Action n°2 : Mettre en place et partager un intranet accessible aux prestataires	24
Fiche Action n°3 : Fédérer les professionnels du tourisme	25
Fiche Action n°4 : Accompagner les territoires pour leur structuration touristique	67
Fiche Action n°5 : Mener des actions de promotion et de communication avec les EPCI	26
Fiche Action n°6 : Développer des projets interdépartementaux de promotion avec les départements limitrophes	27
Axe 2 : Conforter et élargir l'offre départementale.....	28
Fiche Action n°7 : Poursuivre l'accompagnement du Futuroscope et des sites dans leur développement. ..	28
Fiche Action n°8 : Poursuivre l'investissement départemental de créations d'équipements structurants ..	33
Fiche Action n°9 : Accompagner les porteurs de projet privés et publics dans le développement de leurs activités pour tenir les promesses de la destination.	34
Fiche Action n°14 : Inciter les prestataires au développement de projets numériques innovants.	34
Fiche Action n°10 : Accompagner les sites touristiques du département dans le développement de leur approche de sécurité et du label « Sécuri-Site »	35
Fiche Action n°11 : Offrir des hébergements de qualité autour du Futuroscope et de Poitiers.	36
Fiche Action n°12 : Développer le maillage du territoire en proposant des séjours clé en main thématiques ou pluriactivités	37
Fiche Action n°13 : Sensibiliser les acteurs à la digitalisation	38
Fiche Action n°15 : Soutenir le développement de l'activité touristique de la destination Pays du Futuroscope en hors saison.	39
Fiche Action n°16 : Développer le Tourisme d'Affaires	40
Fiche Action n°17 : Promouvoir, de façon partenariale si besoin, les manifestations, notamment celles en lien avec la culture et le patrimoine.	41
Fiche Action n°18 : Développer et promouvoir l'itinérance douce.	42
Fiche Action n°19 : Privilégier les circuits-courts	45
Fiche Action n°20 : Sensibiliser les artisans et producteurs de notre département à l'importance de la mise en tourisme de leurs activités	45
Fiche Action n°21 : Développer l'intermodalité	47
Fiche Action n°22 : Développer un réseau départemental de greeters « ambassadeurs bénévoles du territoire »	48
Fiche Action n°23 : Mettre en place un pass touristique	49
Fiche Action n°24 : Développer la formation des acteurs touristiques	50
Fiche Action n°25 : Veiller à la montée en gamme de tous types d'hébergements touristiques en milieu rural	36

Fiche Action n°26 : Améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap.....	36
Fiche Action n°27 : Poursuivre les actions de valorisation du territoire départemental.	51
Fiche Action n°28 : Mettre en avant le bien-être, filière touristique porteuse	52
Axe 3 : Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité.....	53
Fiche Action n°29 : Offrir une expérience touristique personnalisée via internet (créer une place de marché).....	53
Fiche Action n°30 : Développer les échanges entre les canaux numériques d'information et de commercialisation	54
Fiche Action n°31 : Privilégier les campagnes d'affichage ciblées en y associant des outils de mesure de résultats	54
Fiche Action n°32 : Faire des habitants de la Vienne les premiers ambassadeurs de notre destination.....	56
Fiche Action n°33 : Développer des offres croisées combinant billet d'avion à destination de l'aéroport de Poitiers-Biard ou billet de train à destination de Poitiers et billet de réduction pour les grands sites identitaires de la destination Pays du Futuroscope.....	58
Fiche Action n°34 : Faire de la marque « Poitou » l'identité territoriale fédératrice des collectivités et de leurs territoires.....	59
Fiche Action n°35 : Inscrire la clientèle dans un contact régulier avec le territoire et la richesse de son offre touristique notamment grâce aux nouveaux usages du numérique.	62
Fiche Action n°36 : Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de fidélisation.	64
Fiche Action n°37 : Réévaluer les outils de communication papier face à l'essor du numérique.....	65
Axe 4 : Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique	67
Fiche Action n°38 : Mutualiser les données collectées par tous les acteurs, les analyser et les partager.....	67
Fiche Action n°39 : Réaliser une veille stratégique active	67
Liste des annexes fournies par l'ACAP	69

Infographies thématiques

**AXE 1**

DÉVELOPPER UNE NOUVELLE ORGANISATION TERRITORIALE

1ER SHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL 2018-2021

- Ecriture d'un 1er schéma sur 4 ans
- Un Copil créé pour le suivi du Plan
- Un plan d'actions en 4 axes et 39 fiches actions





CRÉATION D'UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

- 1er SADI départemental regroupant le Département, l'ACAP, les 8 OT et les 7 EPCI
- 5 jours de formation en commun
- 1 comité technique, des groupes de travail thématisés

RÉORGANISATION DE L'ACAP

- Révision des statuts de l'ACAP avec l'intégration des EPCI dans le conseil d'administration
- 2 audits réalisés et 1 étude sur la fonction commercialisation
- 1 réorganisation pour introduire de l'agilité de fonctionnement





ORGANISATION D'UN CLUB PRO TOURISME

- Instance regroupant tous les OT et les EPCI
- 1 réunion mensuelle
- Animation reprise par l'ACAP en 2020



Bilan du Plan de développement Tourisme 2018-2021



- FA n°1
- FA n°3
- FA n°4
- FA n°24

METTRE EN ŒUVRE DES OUTILS NUMÉRIQUES AU SERVICE DU TOURISME

CRÉATION D'UN OBSERVATOIRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL

- Réinternalisation de l'Observatoire touristique au sein du Département
- Un espace sur le site lavienne86.fr
- Création d'un groupe de travail Observatoire avec les OT et les EPCI
- Réalisation d'enquêtes et d'études
- Travail en lien avec les Observatoires départementaux et régional de la Nouvelle-Aquitaine



RÔLE DE L'OBSERVATOIRE



- Réaliser un état des lieux de l'offre touristique départementale (hébergement, sites et activités...) et du profil de la clientèle touristique
- Suivre l'activité touristique dans la Vienne
- Permettre une meilleure connaissance de l'écosystème touristique
- Quantifier le poids économique du Tourisme
- Orienter les politiques publiques (notamment le plan de relance Tourisme)

CRÉATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Création d'une base de données touristiques à l'échelle départementale
- Intégration au réseau SIRTAQUI piloté par le CRT Nouvelle-Aquitaine
- Mutualisation des informations et lien avec DATATourisme
- Un pilotage par le Département et l'ACAP
- 5 OT intégrés et 3 OT en cours d'intégration
- plus de 50 personnes formées en 2020 et 2021



CRÉATION D'UN ESPACE PRO



- Création d'un espace Pro sur le site tourisme-vienne.com
- Une boîte à outils pour les professionnels du tourisme
- Des ressources COVID-19
- Organisation régulière de webinaires et replays
- Un espace Observatoire départemental du Tourisme

OBJECTIFS ET CHIFFRES CLÉS DU TOURISME

1 MILLIARD € DE CONSOMMATION TOURISTIQUE*



Objectif atteint

- 578M€ de retombées économiques directes
- 277€ de budget moyen par séjour et par personne
- 75€ de budget moyen par nuit et par personne en 2019 (source BVA)



*SOURCE CRT NA



Objectif atteint



DURÉE DE SÉJOUR EN PROGRESSION

- La durée moyenne de séjour dans la Vienne est passée de 2,5 jours en 2016 à 3,7 jours en 2019
- 2,1M de séjours
- 7,7M de nuitées en 2019 (source BVA)

MEILLEUR CONNAISSANCE DE NOTRE CLIENTÈLE

- 57% des séjours réalisés en famille
- 51% des visiteurs ont entre 26 et 55 ans
- 90% des séjours pour motif personnel
- 72% utilisent un hébergement marchand en 2019 (source BVA)



CARACTÉRISTIQUES DU TOURISME DANS LA VIENNE



- 86% des touristes en séjour ne visitent que la Vienne
- 64% des nuitées entre mai et octobre
- 1/3 des nuitées réalisées par des néo-aquitains et 11% de franciliens en 2019 (source BVA)

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°38
FA n°39

POUR SUIVRE LA POLITIQUE DE GRANDS PROJETS ET DU SOUTIEN AUX INVESTISSEMENTS

CRÉATION DE L'ARENA

- 20 M€ HT, un engagement fort du Département
- 6075 places pour 23 concerts par an
- 1372 places assises en mode séminaire pour 18 dates annuelles
- Un total de 110 dates par an dont 45 dates pour le Futuroscope et 24 rendez-vous sportifs
- Ouverture 22 mai 2022



CRÉATION DE L'HISTORIAL DU POITOU

- 7,2M€ dont 2,7M€ financés par le Département
- 40 000 visiteurs par an
- Un parcours de visite immersif, interactif et ludique
- Ouverture avril 2022

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DU FUTUROSCOPE

- Un développement à venir de 200M€
- 6 attractions majeures avec 1000 visiteurs par heure
- 2 concepts hôteliers
- 1 parc aqualudique
- Objectif : 300 futurs emplois directs
- Objectif : 2,5M visiteurs par an (+35%)



SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'ABBAYE DE ST SAVIN

- Création d'un compagnon de visite interactif et ludique pour une visite numérique et immersive au Moyen-Âge

DÉVELOPPER L'ITINÉRANCE DOUCE

CRÉATION D'UN SCHÉMA RANDO ET MOBILITÉS DOUCES

- Schéma 2021-2025
- Un plan d'action qui vise 3 axes majeurs : la promotion, l'infrastructure et la mobilité
- Développement des itinéraires cyclo, pédestres, équestres et en milieu aquatique.

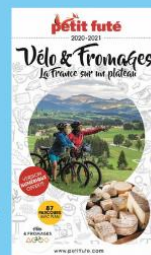


CRÉATION DE GRANDS ITINÉRAIRES

- La Scandibérique est la partie française de l'EuroVélo3. Ouverte en juin 2019, elle traverse la Vienne sur 116km à travers 23 communes.
- Inauguré en juin 2018, le Chemin de Ligugé s'étend sur 170km entre Ligugé et Candes-St-Martin et complète les 3 chemins de St Martin existants pour une boucle de 500km d'itinérance douce.
- Travail en cours sur la Vienne à vélo : Châtellerault - Fontevraud

LA VIENNE LAURÉATE DE L'APPEL À PROJET

- Décembre 2020, l'ADF lance un nouvel appel à projet Vélo et Fromages
- La Vienne y répond avec 6 boucles ou itinéraires répartis sur l'ensemble du département
- Chaque tracé sécurisé et balisé passe par au moins 3 sites fromagers et propose la visite de sites d'intérêt particulier (naturels, patrimoniaux ou de loisirs)
- Sortie du guide en juin 2021



DÉVELOPPEMENT D'ACTIONS DE PROMOTION



- Pour la 1ère fois en 2020, un stand "Itinérance douce et Sports de Nature" est présent au Salon pour répondre à cette demande touristique en développement
- Promotion commune des grands itinéraires avec les départements limitrophes

DÉVELOPPER LA MARQUE POITOU, LES PRODUITS LOCAUX ET LES CIRCUITS COURTS

DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE POITOU

- Créée en 2016 par les Départements des Deux-Sèvres et de la Vienne
- Une gouvernance collective par les 2 départements (CCI, ADT, asso. maires, Chambres d'Agri., Chambres des Métiers)
- Un signe d'appartenance territoriale et 261 adhérents



LE POITOU DANS LES SALONS



- Au Salon International de l'Agriculture, un stand Poitou chaque année depuis 2018 : mini-marché de producteurs, dégustation de produits, petits-déjeuners pour les éleveurs 86 et 79 chaque jour, organisation d'un bus pour les adhérents non exposants et d'un bus pour le grand public
- Un stand Poitou dans d'autres salons : Salon des Maires de la Vienne, La ferme s'invite, Salon Proxi'Loisirs, salon des voyages...

2 BOUTIQUES

- Maison du Tourisme et du Terroir à Poitiers
- Comptoir du Poitou à Center Parcs
- Valorisation et commercialisation des artisans et producteurs de la Vienne : 99 producteurs référencés dont 39 adhérents à la marque Poitou (+30% depuis 2018) pour un total de 832 produits référencés
- Animation et développement de la filière Terroir avec une sélection méthodique des producteurs intégrés en boutique



OPÉRATIONS DE VALORISATION



- Chroniques "Vivons Poitou" sur France Bleu Poitou
- Jeu-concours sur les réseaux sociaux : "Les Saveurs du Poitou en fête" en fin d'année, "Le Poitou fleure bon l'artisanat" au printemps et avec les sites touristiques l'été.
- Présence de la marque lors d'événements culturels, sportifs ou touristiques : Vélo swing et petits pois, match Poitiers Basket 86, showroom de Bordeaux
- Un budget communication de 7300 € par an en moyenne depuis 2018

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°34

ACCOMPAGNER LES FILIÈRES ET CIBLER LES CLIENTÈLES

ACCOMPAGNEMENT DE LA FILIÈRE AFFAIRES

- 1 club "Tourisme d'affaires au pays du Futuroscope" regroupant 33 membres
- 1 état des lieux de la filière réalisé en 2020
- Une offre multiple et bien répartie dans la Vienne : un réel levier d'attractivité et de compétitivité à travailler



ACCOMPAGNEMENT DE LA FILIÈRE BIEN-ÊTRE



- 2 aspects présents dans la Vienne : le thermalisme avec La Roche-Posay et le thermoludisme avec des offres de spa, massage (etc) réparties sur le département
- La clientèle curiste : elle représente 200 000 nuitées annuelles, c'est une clientèle touristique à travailler

FOCUS SUR LA FAMILLE

- La clientèle cible du département de la Vienne : parents, ou grands-parents avec des enfants, locaux ou en séjour
- 2020 : lancement par l'ACAP de l'appel à projet Expériences Famille
- 17 Expériences famille retenues pour 2021
- 12 Expériences famille supplémentaires retenues pour 2022



MEILLEUR CIBLAGE DES AUTRES CLIENTÈLES



- Les autres clientèles identifiées dans le cadre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information sont : les Futuroscopeurs, les camping-caristes, les randonneurs, les curistes, la clientèle affaires, les locaux, les géocacheurs Terra Aventura (35 parcours en Vienne)
- Une étude fine de la clientèle touristique et du fonctionnement de l'écosystème touristique territorial à mener en 2022

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°16
FA n°21
FA n°28
FA n°36

QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE

L'ACAP EN CHARGE DE LA LABELLISATION

- Gestion, animation et promotion des marques et labels nationaux



QUALIFICATION DES OFFRES



- L'ACAP accompagne et conseille les collectivités et les prestataires pour leur labellisation et classement : classement des meublés de tourisme et marque Tourisme et Handicap
- Evaluation de la pertinence des labels départementaux : les labels Qualité Vienne et Qualité Rando ne sont pas renouvelés

GÎTES DE FRANCE

- Assure la promotion et la commercialisation de ses adhérents
- Un processus d'autonomisation des Gîtes de France est achevé depuis début 2022 suite à l'audit sur la réorganisation de l'ACAP
- Les Gîtes de France ont repris la main sur leur commercialisation



MONTÉE EN GAMME DES HEBERGEMENTS



- Objectif non réalisé
- Pas de subvention et pas d'ingénierie consacrée au sujet

RÉORGANISER ET DÉVELOPPER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DU TOURISME

ORGANISATION DU SALON PROXI' LOISIRS

- 2 salons organisés en 2018 et 2020
- 185 stands en 2020 versus 150 en 2018
- 5000 visiteurs en 2020 (période Covid19) versus 8000 visiteurs en 2018
- 84% des exposants satisfaits et très satisfaits en moyenne



LES PLANS DE COM'



- Des plan de communication coconstruits et mutualisés avec les professionnels, les territoires et le Département
- Promotion des manifestations en lien avec la culture et le patrimoine (festivals)
- Stratégie de communication organisée en fonction du cycle de séjour des voyageurs
- Plusieurs plans de communication ont été réalisés par l'ACAP sur divers supports : web, télé, radio, showroom, affichage (campagne métro, bus...)

RÉÉVALUER LES OUTILS DE COMMUNICATION PAPIER



- Révision du magazine Tourisme en Vienne dès 2018
- Repositionnement dans un esprit de magazine de voyage (réduction du nombre de pages et de tirage)
- Abandon de différents supports papier : Guide des hébergements, Passeports
- Développement d'une stratégie éditoriale numérique en complément du rédactionnel papier

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°5
FA n°17
FA n°31
FA n°37

AMÉLIORER LA COMMUNICATION ET L'ACCUEIL

AMÉLIORER LES CONDITIONS D'ACCUEIL

- Un 1er Schéma de signalétique voté en 2017 est en cours de révision
- Révision à prévoir dans le cadre du futur Schéma touristique départemental
- Réflexion sur l'accueil des différentes clientèles dans le cadre du SADI



LES HABITANTS : 1ERS AMBASSADEURS

- Poursuite des actions de la Direction de la Communication du Département en direction des habitants : jeux sur les réseaux sociaux, concours photos...
- Action non menée : développement d'un réseau de greeters "ambassadeurs bénévoles de la Vienne"

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE NUMÉRIQUE

- Réalisation d'un audit sur la stratégie marketing et numérique touristique du Département
- Définition d'une feuille de route pour l'ACAP : définir une ligne éditoriale, réaliser un nouveau site, déployer une stratégie médias sociaux ambitieuse



FIDÉLISER LA CLIENTÈLE

- Mise en place d'un SIT qui améliorera la gestion de la relation clientèle des OT et de l'ACAP quand il sera développé

RÉORGANISER LA COMMERCIALISATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

RÉORGANISATION DU SERVICE COMMERCIALISATION

- Suite aux audits réalisés sur l'organisation de l'ACAP, le service commercialisation est devenu Service Mise en marché :
 - accompagnement et conseil auprès des acteurs touristiques pour l'optimisation de leurs mises en marché
 - une partie service réceptif groupe et vente de billetterie grand public



RÉÉVALUATION DU PROJET DE PLACE DE MARCHÉ



- Réévaluation nécessaire du projet au vu :
 - du retours des autres départements de la région Nouvelle-Aquitaine sur l'efficacité de ces outils
 - du bilan de l'étude de stratégie marketing

SÉJOURS CLÉ EN MAIN

- Objectif non réalisé



LES OFFRES CROISÉES

- Objectif non réalisé



*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°12
FA n°15
FA n°23
FA n°29
FA n°33

FOCUS COVID-19

ÊTRE RÉACTIF FACE À LA CRISE SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE



PLANS DE RELANCE DEPARTEMENTAUX 2020 ET 2021

- Un budget de 750 000 € voté en 2020 et 473 000 € voté en 2021
- Une campagne de chèques tourisme "La Vienne vous invite"
- L'achat de billetterie pour 10 sites touristiques
- Une campagne de communication spécifique
- La création de parcours ludiques et immersifs portés par l'ACAP
- L'organisation d'un festival "Musik en Suites" porté par le CHV et attribution d'une subvention

BILAN DES PLANS



- L'ensemble des acteurs touristiques a pu bénéficier d'une attractivité accrue.
- L'attractivité de la Vienne s'est élargie à de nouveaux départements français
- Les principales clientèles sont issues du nord de la France, de la région parisienne et du grand Ouest.
- Le budget moyen par séjour est de 713 € en 2020 et 757 € en 2021 pour un ménage bénéficiaire d'un chèque de 120 €
- 1 800 séjours réalisés par 6 355 personnes (3 729 adultes et 2 626 enfants) au total
- 10 000 dossiers à gérer par l'ACAP sur l'ensemble du dispositif

SOUTIEN AUX PROS

Fort accompagnement des professionnels :

- réunions hebdomadaires avec les OT et EPCI
- baromètres mensuels auprès des prestataires touristiques pour analyser leurs pertes et leurs besoins
- outil de visioconférence à disposition
- page web dédiée aux informations Covid : aides, réglementation, initiatives et mise en place d'une "hotline"
- webinaires proposés aux professionnels, réalisation d'un guide des mesures sanitaires par filière



*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



FA n°38
FA n°39

Infographies Paroles aux acteurs



Paroles aux acteurs !

RÉORGANISER ET DÉVELOPPER LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DU TOURISME

LES PLANS DE COM'

"L'ACAP réalise déjà un gros travail de communication. Le panel d'action est très large : influenceurs, réseau de diffusion, campagnes mémo, d'affichage, sites internet."

OT Pays Loudunais, EPCI Vallées du Clain, Groupe Destinations Nature, CU Grand Poitiers, EPCC de Saint Savin

"Des actions de com' sont mutualisées ponctuellement avec l'ACAP et le CRT lorsque c'est possible financièrement"

Sites et Compagnie, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais, Cdc Civraisien en Poitou



"Nous relayons les informations sur les campagnes de communication de l'ACAP auprès de nos prestataires"

OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais

"La mutualisation des campagnes de communication doit être accentuée"

OT Sud Vienne Poitou, EPCI Haut Poitou, Terre De Dragons

"Il faut faire tourner les visuels pour que chaque territoire soit représenté"

OT La Roche Posay, EPCI Haut Poitou, CU Grand Poitiers

RÉÉVALUER LES OUTILS DE COMMUNICATION PAPIER



"De belles réflexions sont en cours : moins de brochures, plus optimisées."

Cdc Civraisien en Poitou

"La communication papier est encombrante et n'est pas durable."

Club des Hébergeurs de la Vienne

LES ACTIONS A POURSUIVRE

"Un positionnement clair avec un message commun et un logo unique doit être mis en avant pour plus de cohérence dans la communication."

OT La Roche Posay, Club des Hébergeurs de la Vienne, Groupe Destinations Nature, CU Grand Poitiers, OT Haut Poitou

"Une communication politique reste à faire plus régulièrement"

OT Grand Châtelleraut

"La Vienne doit mettre en avant la diversité de ses offres."

Center Parcs, Sites et compagnie, Domaine de Roiffé

"La communication doit être réalisée par clientèle, en lien avec les prestataires pour plus d'efficacité."

OT Grand Châtelleraut, Club Tourisme d'Affaires

"De nouvelles actions permettent le renouvellement de la communication : témoignages, influenceurs thématiques, émissions de télévision, actions sur les réseaux sociaux, showroom, salons..."

Sites et compagnie, Center Parcs, EPCI Vallées du Clain, OT Pays Loudunais, OT Civraisien en Poitou, EPCI et OT Haut Poitou

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



Paroles aux acteurs !

DÉVELOPPER L'ITINÉRANCE DOUCE

CRÉATION D'UN SCHÉMA RANDO ET MOBILITÉS DOUCES

"La randonnée est un thème qui se développe, notamment la randonnée cycliste"

Région Nouvelle-Aquitaine

"Cette offre est émergente mais pas ou peu valorisée. La mise en tourisme des itinéraires est à réaliser"

CU Grand Poitiers



"L'itinérance fluviale semble moins développée. La thématique canoë doit être développée"

CdC Civraisien en Poitou, OT La Roche Posay, OT Grand Châtellerault

"Il y a un vrai potentiel dans le département"

Domaine de Roiffé

CRÉATION D'ITINÉRAIRES



"Le déploiement de la Scandiberique, la réponse à l'appel à projet Vélo et Fromages et la création de boucles cyclistes sont des actions qui rendent le cyclotourisme en Vienne de plus en plus visible."

Région Nouvelle-Aquitaine

"L'offre cyclotourisme est la plus connue : la Scandiberique, les chemins de St Martin, les itinéraires Vélo et Fromages, la Voie verte, la Vélo Francette"

CdC Civraisien en Poitou, EPCC de St Savin, EPCI Haut Poitou, Gites de France, OT La Roche-Posay, OT Sud Vienne Poitou, EPCI Vallées du Clain

"Pour une prise d'ampleur, il faut beaucoup plus de sécurité et plus d'itinéraires (pas seulement les grands itinéraires)."

OT Grand Poitiers

"Je n'ai pas une bonne connaissance de l'offre d'itinérance douce"

Gites de France, Village Flottant de Pressac

DÉVELOPPEMENT D'ACTIONS DE PROMOTION

"Le territoire est à proximité d'autres grands itinéraires (l'Indre à Vélo, la Loire à Vélo, la Brenne à vélo), il faut capter cette clientèle"

OT La Roche Posay

"Le département possède de grands axes d'itinérance mais il s'agit de capter les flux et travailler pour garder la clientèle"

OT Pays Loudunais

"Un travail de storytelling est à inventer avec de la production de contenus (plus largement sur le slow tourisme)"

EPCI Vallées du Clain

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



Paroles aux acteurs !

DES OUTILS AU SERVICE DU TOURISME

CRÉATION D'UN OBSERVATOIRE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTAL

"Cette création était nécessaire, c'est un bon début. Il faut poursuivre la dynamique." OT La Roche Posay

"Des publications, des restitutions d'analyses, d'enquêtes, d'études doivent être réalisées plus fréquemment."

Sites et Compagnie, OT Grand Châtellerauld, EPCC de St Savin

"Les baromètres réalisés en 2020 durant la crise Covid ont été satisfaisants et complémentaires des webinaires de l'ACAP."

OT Sud Vienne Poitou, CU Grand Poitiers

"Un accompagnement par l'Observatoire est nécessaire pour les prestataires afin notamment de déterminer et de suivre des indicateurs."

OT Sud Vienne Poitou, Club des Hébergeurs de la Vienne, Club Tourisme d'Affaires

"L'Observatoire doit se développer pour recueillir les données sur les tendances à venir, la mutation des comportements clientèles, le poids économique du tourisme Loisirs et Affaires, le panier moyen, le parcours client, les bilans de saison par catégorie d'activité..."

OT La Roche Posay, OT Pays Loudunais, Club Tourisme d'Affaires, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, OT Civraisien en Poitou, CU Grand Poitiers, Domaine de Roiffé

"Le Futuroscope et le Département doivent travailler ensemble sur une nouvelle étude d'impact"

Le Futuroscope



CRÉATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

"Le Système d'Information Touristique (SIT) est un vrai plus et un sujet important"

Club Tourisme d'Affaires, Groupe Destinations Nature,

"Nous sommes ravis de l'avancement du déploiement du SIT"

OT Grand Châtellerauld

"Nous nous félicitons de l'intégration prochaine de l'OT"

CU Grand Poitiers

"L'enjeu du SIT est important pour le partage de données, la qualification, la segmentation de clientèle et pour les actions de communication et de promotion"

OT Haut Poitou, OT Pays Loudunais, OT Sud Vienne Poitou

"J'ai une connaissance peu précise du SIT."

Center Parcs, Terre de Dragons, EPCC de Saint-Savin

1ER SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION (SADI)

"Les groupes de travail thématiques issus du travail d'élaboration du SADI départemental sont utiles pour nourrir la réflexion sur l'accueil des différentes clientèles"

EPCI Vallées du Clain, OT Pays Loudunais, OT Civraisien en Poitou, OT Haut Poitou, CU Grand Poitiers



"Le travail en commun donne un historique commun. La structuration et la coopération sont très positives. Des points sur l'avancée des différents groupes de travail doivent être organisés plus régulièrement."

CU Grand Poitiers

"J'ai une connaissance peu précise du SADI départemental."

Center Parcs, Groupe Destinations Nature, Géants du Ciel, Terre de Dragons, EPCC de Saint-Savin, Gites de France, Village flottant de Pressac

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



DÉVELOPPER UNE NOUVELLE ORGANISATION TERRITORIALE

L'ORGANISATION DES ACTEURS PUBLICS



"Il y a beaucoup plus de lien entre la Région et le Département. Les territoires se sont organisés dans le cadre du Club Pro Tourisme avec une animation par l'ACAP et une participation du Département."
Région Nouvelle-Aquitaine

"L'organisation territoriale s'est améliorée, le Club Pro Tourisme permet de nombreux travaux en commun et de la concertation."
OT La Roche Posay, OT Sud Vienne Poitou, OT Civraisien en Poitou, EPCI et OT Haut Poitou

"Il y a une mise en place d'un écosystème, ce n'est plus une organisation en silo."
OT Grand Châtellerauld

"Les réunions du Club Pro Tourisme permettent la fédération des acteurs et de bien trouver sa place dans l'organisation territoriale."
CU Grand Poitiers, OT Pays Loudunais, OT Haut Poitou

"Le travail en commun dans le cadre du SADI a permis la formation de divers groupes de travail communs. Cette ouverture a permis l'ouverture avec le CRT et d'autres départements."
CU Grand Poitiers, Région Nouvelle-Aquitaine

"Un rapprochement politique sur le tourisme aurait un intérêt. Dans le cadre du Plan Tourisme 2018-2021, le COPIL ne s'est réuni que deux fois."
CU Grand Poitiers

"Les territoires pourraient inviter l'ACAP et le Département pour des rencontres avec les équipes et certains acteurs pour créer du lien."
OT Sud Vienne Poitou



LA MISE EN SYNERGIE DES ACTEURS PRIVÉS

"La question de la mise en réseau des grands sites et des hébergements est importante."
Club des Hébergeurs de la Vienne

"Les interconnexions possibles avec les grands acteurs sont à développer"
Le Futuroscope

"Etant nouvellement arrivé dans mes fonctions et avec la crise sanitaire, je n'ai pas encore découvert l'ensemble des sites et activités du territoire. Une mise en réseau est nécessaire."
Terre de Dragons, Center Parcs

"Des visites sur sites pourraient être organisées pour échanger sur les projets des uns et des autres."
Domaine de Roiffé

"La question de la diffusion de l'information est importante. Une réunion annuelle de présentation des projets en cours à destination des acteurs touristiques serait souhaitable."
Center Parcs, Sites et compagnie, Club des Hébergeurs de la Vienne, Géants du Ciel

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*



Paroles aux acteurs !

FOCUS COVID-19

**ÊTRE RÉACTIF FACE À LA CRISE
SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE**



PLAN DE RELANCE 2020

*"Le Plan a été monté en peu de temps et s'est montré
efficace. Ce fut une belle opération."*

OT La Roche Posay, CU Grand Poitiers

*"La communication était bien visible, elle a su montrer
la diversité des offres."*

Center Parcs, Région Nouvelle-Aquitaine, CdC Civraisien en Poitou

*"Le Plan a été très positif, les prestataires étaient très enthousiastes à
la démarche"*

OT Grand Châtelleraut, EPCC de St Savin

"Le département a fait beaucoup pour le grand public"

Club Tourisme d'Affaires



BILAN DU PLAN

*"Les offices de tourisme ont eu peu de retours des
professionnels du tourisme"*

OT La Roche-Posay, OT Sud Vienne Poitou, OT Grand
Châtelleraut, OT Haut Poitou

"Les grands sites ont bien été impactés par le Plan"

Géants du Ciel, Groupe Destinations Nature, EPCC de St Savin, Terre de Dragons, CdC
Civraisien en Poitou, Cdc Vallées du Clain, CU Grand Poitiers

*"Ce Plan a donné un beau signal au tissu touristique départemental. Les
prestataires ont apprécié l'action du Département"*

CU Grand Poitiers, OT Grand Châtelleraut

*"Les bons résultats de la saison 2020 ne sont pas forcément attribuables
uniquement au plan de communication."*

Groupe Destinations Nature

*"Il faut reconduire l'achat de billetterie aux sites. Les gratuités enfants
permettent d'attirer les parents."*

Sites et compagnie

"Les 2 sites obligatoires permettent aux touristes de sortir du Futuroscope."

UMIH 86



PLAN DE RELANCE 2021

*"Il est nécessaire de faire perdurer les mesures
incitatives afin de rendre le département attractif."*

Club des Hébergeurs de la Vienne

*"Il faudrait imaginer un plan de relance spécifique au Tourisme
d'Affaires."*

Club Tourisme d'Affaires

*"Le Plan 2021 sera apprécié et fonctionnera sûrement plutôt pour cet
été"*

Cdc Civraisien en Poitou

*Bilan du
Plan de développement Tourisme
2018-2021*

Axe 1 : Renforcer les liens institutionnels

Fiche Action n°1 : Redéfinir la gouvernance touristique afin d'intégrer les Offices de Tourisme et les EPCI dans le dialogue partenarial renforcé.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Clarifier le rôle des différentes institutions touristiques pour assurer une meilleure cohérence de l'organisation et des politiques touristiques de notre département.
- Permettre aux institutions touristiques de travailler en bonne intelligence.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne – DCT

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les professionnels du Tourisme, les organisations départementales (UDOTSI, Relais départemental des Gîtes de France...), les chambres consulaires (Chambre de Commerce et d'Industrie, Chambre des Métiers et de l'Artisanat...), le Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine, le CRT Nouvelle-Aquitaine, la MONA

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Une convention d'objectifs et de moyens a été signée en 2017 entre le Département et l'ACAP. Cette convention est reconduite par voie d'avenant afin de préciser chaque année les objectifs et les missions attendus.

Il conviendra de reprendre cette convention dans le cadre de la mise en place du futur Schéma d'aménagement touristique 2022-2028.

Parallèlement à la convention d'objectifs et de moyens, des conventions spécifiques sont signées entre le Département et l'ACAP pour des opérations précises telles que :

- o L'organisation, tous les 2 ans, du salon Proxi'Loisirs,
- o La mise en œuvre des plans de relance en 2020 et 2021.

Un audit de l'ACAP a été réalisé par la Chambre Régionale des Comptes en 2018.

Des bureaux d'études ont également été missionnés pour mener deux audits, organisationnel et juridique et fiscal de l'ACAP, entre juillet et septembre 2018.

Suite aux conclusions de ces audits et au travail mené par les services départementaux (Direction Culture et Tourisme et Mission Juridique), les enjeux suivants ont été mis en évidence en 2018 :

- o Sécuriser juridiquement et fiscalement l'ACAP et le Département,
- o Mieux maîtriser le budget alloué à l'ACAP et mieux le piloter,
- o Permettre à l'ACAP d'avoir la capacité à mettre en œuvre ses missions et en particulier le plan de développement touristique.

Suite à ces audits, un certain nombre de mesures ont été mises en œuvre pour résoudre les problèmes identifiés.

Il reste cependant encore à résoudre la problématique du fort déficit sur les activités lucratives de l'ACAP.

- Mise en place d'un Comité de Pilotage Tourisme, composé de Conseillers Départementaux, du Président de l'ACAP, du Président et du Vice-Président en charge du Tourisme de chaque EPCI, afin de suivre l'avancée du Plan Tourisme voté en mars 2018.
- Poursuite des réunions du Club Pro Tourisme initié en 2017 par les Offices de Tourisme et regroupant les Directeurs des Offices de Tourisme, l'ACAP, le Département de la Vienne, la MONA
- Elaboration conjointe par le Département, l'ACAP, les territoires (EPCI et OPT) d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) départemental, avec le soutien de la Mission des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA)

Résultats de l'action :

- Suite à la réalisation de l'étude organisationnelle et de l'étude juridique, fiscale et comptable :
 - o Révision en novembre 2018, des statuts de l'ACAP en 2018 pour intégrer les représentants des territoires (les Présidents des EPCI, les maires des communes touristiques et des stations classées de tourisme) dans le Conseil d'Administration.
 - o Abandon par l'ACAP de l'activité commerciale à destination des Individuels et conservation de l'activité « groupes » uniquement pour les grands comptes.
 - o Définition d'un objectif d'équilibre des activités lucratives de l'ACAP
- Dans le cadre de la mise en place du SADI départemental :
 - o Mise en place de groupes de travail

→ Action à poursuivre

Fiche Action n°2 : Mettre en place et partager un intranet accessible aux prestataires

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Offrir aux prestataires touristiques un outils web fonctionnel leur apportant des informations et des outils concrets les aidant dans la bonne pratique de leur activité.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes de 2.0 et 2.2 non fournies)

Dernière réunion interne : 15/10/20

Réalisations/outils :

1. Benchmark des sites 'Pro' des autres ADT : analyses / recommandations - *Annexe n°2.0*
2. Pré-réalisation de tableaux de résultats (tableaux de bord avec nombre de sessions, nombre de pages vues, etc) – *Annexes n°2.1, 2.2 et 2.3*
3. Réflexion sur la possibilité de création d'un Comité Technique avec les EPCI – *dernière page de l'Annexe n°2.0*
4. Dernière mise à jour du projet de site Web en date du 10/08/20 - *Annexe n°2.4*

Etat/Statut : 'non réalisé' - 'bloqué' en 2019 depuis la décision prise par le Bureau de l'ACAP suite à l'avis du Club Poitou Pro Tourisme (action non prioritaire liée au SIT et à la préparation du salon Proxi'Loisirs)

Fiche Action n°3 : Fédérer les professionnels du tourisme

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire connaître la richesse de l'offre territoriale à l'ensemble des acteurs.
- Constituer et faire partager une chaîne de valeur permettant d'assurer la cohésion et la qualité de l'offre.
- Développer les offres commerciales croisées entre les différents acteurs et leurs sites.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Tableau de bord type 'planning annuel' des actions menées à destination du réseau des prestataires (animation réseau prestataires). Ex : journées Terra Aventura — *Annexes n°3.0, 3.1 et 3.2*

Etat/Statut : 'suivi', à compiler au suivi de la qualification de l'offre auprès des professionnels, pour ex 'Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d'Affaires' indiquant le nombre de participants, *cf FA n°16. Développer le tourisme d'affaires - Annexes n°16.4 et 16.5*

Fiche Action n°5 : Mener des actions de promotion et de communication avec les EPCI

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire connaître la richesse de l'offre territoriale à l'ensemble des acteurs.
- Constituer et faire partager une chaîne de valeur permettant d'assurer la cohésion et la qualité de l'offre.
- Développer les offres commerciales croisées entre les différents acteurs et leurs sites.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Travail en amont sur les actions de promotion et de communication avec le SADI - *Annexes n°5.0*

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°6 : Développer des projets interdépartementaux de promotion avec les départements limitrophes

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Augmenter l'impact des actions de promotion en mutualisant les moyens sur thématiques communes
- Attirer les clientèles des départements limitrophes

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne ACAP EPCI
Direction de la Communication – DAEE - DCT

Descriptif de l'action :

Public cible : les clientèles des départements limitrophes

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Création de l'Eurovéloroute n°3 ou Scandibérique, assurant la continuité de l'EV3 entre l'Indre et Loire et la Charente.
- Création du Chemin de Ligugé : édition d'un topoguide/beau livre sur le Chemin de Ligugé. Pose de 7 panneaux touristiques dont un en Indre et Loire, à Candes-Saint-Martin.
- Création de six boucles Vélo et fromages dans le cadre d'un partenariat avec les guides Petit Futé et l'Association des départements de France pour la promotion de la randonnée gourmande.
- Association de l'Office de Tourisme du Thouarsais à l'élaboration du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) de la Vienne pour prendre en compte les interrelations et complémentarités entre le Loudunais et ce territoire.
- Invitation des Deux-Sèvres au salon Proxi'Loisirs et présence des Offices de Tourisme des territoires voisins du Département (Sud Touraine et Nord Charente)
- Participation au Salon International de l'Agriculture à Paris en 2018, 2019 et 2020 : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (1ère édition)

Axe 2 : Conforter et élargir l'offre départementale

Fiche Action n°7 : Poursuivre l'accompagnement du Futuroscope et des sites dans leur développement.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Proposer de façon continue une offre renouvelée de qualité afin de satisfaire au mieux les clientèles et de les fidéliser
- Développer et enrichir l'offre afin d'augmenter la fréquentation et le chiffre d'affaires

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

1-Descriptif de l'action : Accompagner le Futuroscope dans leur plan de développement (SEML Patrimoniale – Grands Projets)

Public cible : le Parc du Futuroscope

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Création d'une structure de financement d'un programme de 100 millions d'€ pour le développement du Futuroscope 2.
- Livraison prévue entre 2022 et 2024 de 4 équipements (2 hôtels, 1 parc aquatique et 1 plaza)

Résultats attendus de l'action :

- Développement espéré de la fréquentation du Futuroscope à hauteur de 2,4 millions de visites
- Création de 400 emplois en ETP

Reste à mener :

- Investissements à poursuivre

2-Descriptif de l'action : Mise en place d'un plan de relance touristique (DCT)

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire sans précédent. La veille menée par l'observatoire départemental du tourisme sur l'impact de cette crise sanitaire sur l'activité des acteurs du tourisme a mis en évidence :

- une perte importante et immédiate de chiffre d'affaires (estimée par une majorité à -70% pour mars et avril par rapport à la même période en 2019) ;
- des difficultés financières (paiement des charges et manque de trésorerie notamment) immédiates et qui pourraient se révéler durables (avec un impact sur les futurs investissements) ;
- une forte inquiétude des acteurs de la filière quant à leur capacité de reprise.

Face à cette situation, le Département de la Vienne a souhaité marquer son soutien aux acteurs du tourisme.

Public cible : grand public

Durée de l'action : durée du plan de juillet 2020 à fin 2021

Réalisations :

- Vote, par le Conseil Départemental d'un plan de relance le 3 juillet 2020 de 550 000 € avec la mise en place allant jusqu'aux vacances de la Toussaint :
 - o d'un « chèque Tourisme » de 120 € à destination des touristes. Ce "chèque Tourisme" 120 € permettait le remboursement, pour deux personnes minimum et sous conditions d'achat, de deux nuitées (en hôtel, meublé de tourisme, chambre d'hôtes, habitation légère de loisir), d'entrées dans deux sites payants et d'un repas dans un restaurant traditionnel (hors fast-food et sandwicherie),
 - o d'un "chèque Tourisme" de 50 € à destination des excursionnistes et habitants de la Vienne. Ce "chèque Tourisme" de 50 € permettait le remboursement, pour deux personnes minimum et sous conditions d'achat, d'entrées dans deux sites payants et d'un repas dans un restaurant traditionnel (hors fast-food et sandwicherie).
 - o d'un « chèque Randonnée » de 60 €. Ce chèque « Randonnée » permettait le remboursement, pour deux personnes minimum, d'au moins deux nuits dans un hébergement de la Vienne et un repas en restaurant (hors fast-food et sandwicherie) remboursement sur présentation de factures),
 - o d'achat de billetterie enfants auprès des sites majeurs de la Vienne afin de dynamiser de manière immédiate leurs chiffres d'affaires.
- Devant le succès de ce plan de relance, le Conseil Départemental a voté une prolongation de ce dispositif le 18 septembre 2020 avec une enveloppe de 200 000 €, afin de poursuivre ces actions jusqu'au 30 novembre 2020.
- La mise en œuvre de ces mesures a été confiée à l'ACAP.

Résultats de l'action :

Chèques Tourisme : 1 887 bénéficiaires ont été remboursés pour un montant de 199 350€.

Achat de billetterie enfants aux sites touristiques :

- billets DéfiPlanet' : 1 350
- billets Vallée des Singes : 2 284
- billets Futuroscope : 1 906
- billets Cormenier : 450
- billets Planète Crocodiles : 1 120
- billets Géants du Ciel : 908
- billets Tour Forteresse Monthoiron : 1 349
- billets Center Parcs : 400
- billets Abbaye de Saint-Savin : 80
- billets Forteresse d'Angles-Sur-L'Anglin : 186.
- 78 160 € ont été consommés sur les 80 000 € qui avaient été affectés à l'achat de billetterie.

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le plan de relance Tourisme mis en en place en 2020 pour soutenir les acteurs touristiques a rencontré un succès très important auprès des touristes.

Cela a permis à l'ensemble des acteurs touristiques de bénéficier d'une attractivité accrue quelle que soit leur taille et leur situation géographique.

Toujours très impactés par un contexte sanitaire et économique toujours dégradé, les acteurs touristiques étaient en attente d'un nouveau soutien du Département en 2021.

C'est pourquoi un Plan de relance touristique départemental 2021 a été voté afin de poursuivre le soutien à la consommation touristique et la promotion de la destination Vienne pour un montant de 473 500 €.

Ce plan de relance 2021 s'appuyait sur les propositions de l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) et du Club des Hébergements de la Vienne. Il prévoyait ainsi la reconduction de 1 000 « chèques Tourisme » de 120 € et la mise en œuvre d'une campagne de communication spécifique au plan de relance touristique.

La mise en œuvre de ce plan de relance a été déléguée à l'ACAP qui en a présenté le bilan suivant :

- « Chèque Tourisme » de 120 € : 755 bénéficiaires ont été remboursés pour un montant de 90 600 € (bilan au 15 novembre 2021).

- Au niveau de la communication spécifique :
 - a. L'ACAP a organisé et tenu un show-room « La Vienne vous invite » entre le 21 juin et le 4 juillet 2021 à Bordeaux. Plusieurs partenaires ont été associés à ce show-room.
 - b. L'ACAP a relancé une campagne de communication « La Vienne vous invite » associée au « chèque Tourisme ».
 - c. L'ACAP a amorcé un début de réflexion sur la refonte du dispositif « ambassadeurs de la Vienne »

- Soutien au développement de filières et accompagnement des acteurs (23 900 €) :

Promotion du dispositif « expérience famille » : bilan présenté par l'ACAP

[Présentation du dispositif :](#)

1ère édition en 2021 :

17 expériences famille lauréates

3 coups de cœur du jury :

- Les 6 Veaux d'Or - Musée archéologique de Civaux
- Le mystère du chevalier inconnu – Château de Ternay
- Parcours en forêt – Bain de Forêt

Des retours sur la communication très satisfaisants de la part des Offices de Tourisme et des prestataires - Une première édition réussie

[Les objectifs de cette communication :](#)

- faire connaître ce nouveau dispositif auprès des prestataires Expériences Famille ;
- faire connaître les offres expériences auprès d'un public de proximité ;
- faire émerger les offres familles de proximité en parallèle des locomotives du territoire.

[Les actions menées auprès des partenaires ont été les suivantes :](#)

- Une newsletter pro pour présenter le dispositif et partager le dossier d'appel à projets en octobre 2020 : 28,30% d'ouverture (237 emails envoyés)
- Création d'une charte logo (logo Expériences Famille et Coup de Cœur) partagée à l'ensemble des partenaires par email et mise à disposition dans l'espace dédié sur le site pro
- Une campagne photos et vidéos Expériences Famille (avec des familles en figurants !) réalisée par l'agence Zébrelle :
- Un reportage photos pour chacune des 17 expériences famille
- Une vidéo pour chacun des 3 coups de cœur
- Stickers Coup de Cœur remis aux 3 Expériences concernés

[Les actions à destination du grand public ont été les suivantes :](#)

- Actions Presse
 - Affichage sur le réseau mis à disposition par le Département
 - Publicités Presse (magazine Tendances, le 7 été, ...)
 - Actions digitales
-
- Projet de développement de parcours ludiques et immersifs inspirés d'un jeu en ligne : part de subvention demandée au Département : 203 600 €.

Le bilan fourni par l'ACAP est le suivant :

Depuis quelques mois et à la proposition des professionnels du tourisme, l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou (ACAP) étudie les modalités de création d'un jeu vidéo au service de la valorisation des patrimoines de la Vienne.

Alors que le tour de table des financeurs est maintenant très avancé, le lancement opérationnel du projet se dessine.

[L'origine du projet](#)

L'idée de créer des parcours ludiques immersifs pour valoriser les patrimoines de la Vienne a été lancée en décembre 2020 à l'occasion d'une rencontre associant une délégation de l'UMIH de la Vienne (Union des Métiers de l'Industrie de l'Hôtellerie) et les représentants élus du Département de la Vienne, de Grand Poitiers, de la Région Nouvelle Aquitaine, ainsi que les représentants de l'Etat.

L'UMIH a proposé de développer un jeu vidéo sur smartphone qui invite à l'itinérance et la redécouverte ludique du patrimoine. L'ensemble des partenaires présents ont décidé d'initier ce projet et ont désigné un porteur technique du projet : l'Agence de Créativité et d'Attractivité du Poitou.

[Le projet](#)

Le cœur du projet : développer dans une application mobile des parcours composés de jeux de pistes utilisant la technologie de la réalité augmentée.

L'application sera disponible sur les environnements Android et Apple, et disponible en trois langues (français, anglais, espagnol).

Les parcours seront payants (le prix n'est aujourd'hui pas arrêté).

L'idée première est de favoriser la circulation des flux de visiteurs sur le département en proposant des circuits qui offrent une médiation du patrimoine innovante. L'ambition est aussi, en complément, de stimuler la fréquentation dans les cœurs de ville via des interactions ludiques entre joueurs et commerces.

Ce projet s'inscrit aussi dans une logique de diversification des expériences touristiques, en s'ouvrant à des clientèles spécifiques pour lesquelles les offres adaptées étaient finalement peu nombreuses : adolescents et jeunes adultes, mais aussi les gamers, dont les passages annuels à Poitiers pour la "Gamers Assembly", événement majeur du e-sport français, trouveront un prolongement naturel sur les territoires. C'est aussi un moyen pour les locaux de se prêter à une relecture active et ludique de leur environnement quotidien.

[L'ambition du projet](#)

Ce projet est né de l'ambition partagée par les professionnels du tourisme, le Département de la Vienne, Grand Poitiers, la Région et l'Etat d'engager un projet résolument ambitieux et innovant pour appuyer la reprise économique du tourisme.

Le projet est au croisement de plusieurs enjeux :

- Renforcer la connexion entre le Futuroscope et le tissu culturel et touristique du territoire, et plus généralement faciliter la circulation des flux sur le territoire départemental ;
- Connecter des sites patrimoniaux hérités de différentes époques via un jeu dont le concept repose sur l'exploration de l'Histoire ;
- Adosser la médiation patrimoniale, via la gamification, à une marque mondiale du jeu vidéo. Il est en effet attendu de cette association que la puissance de la marque constitue à la fois un atout de promotion majeur et un gage de qualité de l'expérience ludique, qui facilitera l'acte d'achat des parcours ;
- Proposer une expérience ludique qui repose, sur un modèle freemium, sur des parcours payants de type "escape game de plein air en réalité augmentée", et des fonctionnalités gratuites, permettant d'aller à la rencontre des sites vernaculaires et des commerces ;
- Capitaliser sur le 2e événement e-sport de France, la Gamers Assembly, en connectant le monde du jeu, et ceux de l'héritage culturel et de la valorisation touristique.

[Les partenaires financeurs et techniques du projet](#)

Le Département de la Vienne est le premier financeur de l'opération.

La Communauté Urbaine de Grand Poitiers s'est inscrite dès le début des réflexions dans ce projet et devrait se positionner comme un des cofinanceurs majeurs.

Le Conseil Régional de Nouvelle Aquitaine a d'ores et déjà attribué une subvention à hauteur de 90.000€, le projet comptant parmi les lauréats de l'appel à projet "Tourisme, Culture et Numérique" lancé au printemps 2021.

L'Etat, au titre du FNADT (Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire) a également notifié son souhait de contribuer financièrement au projet, dans sa programmation de crédits 2021. Par ailleurs, des recettes commerciales issues de la vente des différents parcours viendront, au fur et à mesure de leurs lancements, consolider la capacité financière à développer de nouveaux parcours. Côté "partenaires techniques", on citera en premier lieu l'UMIH86, qui est l'instigatrice du projet. Le Futuroscope a également souligné le caractère particulièrement novateur de ce projet et envisage une contribution très opérationnelle (dont le périmètre n'est à ce jour pas encore défini). Enfin la Gamers Assembly s'est également positionnée comme un soutien affirmé du projet.

Fiche Action n°8 : Poursuivre l'investissement départemental de créations d'équipements structurants

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

Contribuer au développement de l'offre touristique par l'investissement direct du Département

Proposer et créer de nouvelles offres : Historial du Poitou, Arena-Futuroscope, ...

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible :

- Château de Monts-sur-Guesnes : public familial (SEML Patrimoniale)
- Arena-Futuroscope : spectateurs passionnés de sport, culture dans un rayon de 150 à 200 km autour du Futuroscope, visiteurs du parc du Futuroscope, professionnels dans le cadre de salons et expositions techniques. (Grands Projets)

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Château de Monts-sur-Guesnes (dénommé précédemment Historial du Poitou) : Création d'une structure de financement pour la réalisation du Château de Monts-sur-Guesnes et travaux de restauration des anciennes écuries.
- Arena-Futuroscope : équipements d'une capacité maximale de 5200 places en configuration sport et 6000 places en configuration spectacle, avril 2020 début de la pose de la couverture et du second œuvre, fin du gros œuvre en mars 2021.

Résultats de l'action :

- Château de Monts-sur-Guesnes : le Château sera le 6e Historial en France, offrant ainsi à la Vienne un nouveau site touristique majeur à vocation pédagogique et ludique avec, pour objectif, d'accueillir 40 000 visiteurs par an.
- Arena-Futuroscope : équipement pouvant accueillir des événements sportif, culturel ainsi que des salons professionnels, accueil d'un spectacle du parc du Futuroscope sur la période estivale.

Reste à mener :

- Château de Monts-sur-Guesnes : ouverture au public le 26 mai 2022
- Arena-Futuroscope : ouverture au public le 9 mai 2022

Fiche Action n°9 : Accompagner les porteurs de projet privés et publics dans le développement de leurs activités pour tenir les promesses de la destination.

Liée à la :

Fiche Action n°14 : Inciter les prestataires au développement de projets numériques innovants.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Favoriser et faciliter les investissements des porteurs de projets en offrant un accompagnement structuré et efficace
- Enrichir et renouveler l'offre touristique départementale
- Ancrer le département de la Vienne dans le numérique et ses technologies innovantes afin d'offrir aux touristes de nouvelles expériences de visites et de permettre aux prestataires d'enrichir leurs offres

Porteur de l'action :

Département de la Vienne
DCT

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les porteurs de projets publics ou privés

Durée de l'action : 2018-2021

Réalisations :

- Participation au financement du compagnon de visite numérique mis en place par l'Abbaye de Saint-Savin-sur-Gartempe en 2019 à hauteur de 100 000 €.
- Participation au financement de la réhabilitation du logis abbatial de Saint-Savin-sur-Gartempe à hauteur de 200 000 €.
- Suivi du projet d'aménagement du quartier du Palais à Poitiers.
- Etude par l'ACAP des modalités de création d'un jeu vidéo sous forme de parcours ludiques immersifs pour valoriser les patrimoines de la Vienne.

Résultats de l'action :

- Le compagnon de visite numérique mis en place à l'Abbaye de Saint-Savin a été très apprécié par les visiteurs dès son lancement en juillet 2019.

Reste à mener :

- Accompagnement d'autres acteurs dans le développement de leur offre.
- Finalisation par l'ACAP de la mise en place du jeu vidéo immersif (financement de la création du jeu à hauteur de 203 000 € dans le cadre du plan de relance touristique départemental 2021).

Fiche Action n°10 : Accompagner les sites touristiques du département dans le développement de leur approche de sécurité et du label « Sécuri-Site ».

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Garantir la sécurité des publics
- Véhiculer une image sécuritaire grâce au logo national « Sécuri-Site »

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les sites touristiques

Durée de l'action : 2018-2021

Réalisations :

- Action non menée
- Label géré par la Préfecture de la Vienne

Fiche Action n°11 : Offrir des hébergements de qualité autour du Futuroscope et de Poitiers.

Liée aux :

Fiche Action n°25 : Veiller à la montée en gamme de tous types d'hébergements touristiques en milieu rural.

Fiche Action n°26 : Améliorer l'accueil des personnes en situation de handicap.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire monter en gamme le parc d'hébergements autour du Futuroscope
- Garantir aux clientèles des prestations de qualité quel que soit le type d'hébergement choisi
- Accentuer la mise en avant de l'offre touristique accessible aux personnes en situation de handicap dans la Vienne et monter ainsi l'implication réelle du département dans l'accueil de ces publics à besoins spécifiques.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes 25.1 et n°26.0 non fournies)

Dernière réunion interne : 03/05/2019

Réalisations/outils :

1. Attention pour la fiche n°11 l'ACAP n'a pas la compétence pour le classement des hôtels et hébergements de plein air
2. Suivi de la montée en gamme des hébergements sur 2018/2019/2020 – *Annexe n°25.1*

Etat/Statut : 'suivi'

Compte-tenu d'un arrêt maladie prolongé d'une des collaboratrices de l'ACAP, le service administratif a été réduit au minimum pendant cette période (mais l'animation et la labellisation ont été poursuivis - cf. Annexe n° 26.0 'contrat de prestation de service' Rachel Rivault) puis reprise du service qualité & filière par la nouvelle responsable recrutée en août 2020

Fiche Action n°12 : Développer le maillage du territoire en proposant des séjours clé en main thématiques ou pluriactivités.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Mettre en avant la densité de l'offre touristique départementale, via la mise en place de séjours clé en main représentatifs de la richesse de cette offre
- Fidéliser les clientèles

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Projection préalable (2019) : position d'accompagnement / conseil avec les EPCI qui auront des packages à commercialiser – en attente de la place de marché

Etat/Statut : 'non réalisé' – le Cabinet Transverse préconise l'arrêt des réservations hébergements 2020 pour la clientèle individuelle donc l'ACAP n'a plus la possibilité de proposer des packages depuis le 1^{er} janvier 2020 (NB : le package n'est pas dans la tendance du marché). De plus, le compte-rendu de l'étude du cabinet UNIGO met en stand-by la place de marché qui n'apparaît pas comme une priorité, aussi, le Conseil Départemental a statué sur le fait de ne pas financer et donc de ne pas aboutir à la réalisation de la place de marché.

Fiche Action n°13 : Sensibiliser les acteurs à la digitalisation.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire prendre conscience aux prestataires de l'importance du numérique et de sa bonne utilisation pour impacter positivement leurs activités et augmenter, d'une façon globale, la notoriété de notre destination

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes de 13.5 à 13.8 non fournies)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Tableau de suivi des prestataires signataires de la convention pour les bornes Wifi – *Annexe n°13.0*
2. Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de connexions par prestataires, par mois, durées de connexions, nationalités des visiteurs, etc.) – *Annexes n°13.1, 13.2A, 13.2B et 13.3*
3. Listing des formations numériques dispensées par la MONA (à destination des OT et de l'ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants, etc.), chambres des métiers (artisans) – *Annexe n°13.4*
4. Rôle de sensibilisation avec le futur service de mise en marché (formation à enclencher pour le personnel) + réflexion sur tableau de bord de suivi des prestataires sensibilisés (type planning, réflexion à engager lors de la mise en place) – *Annexes n°13.5 à 13.8* ► Synthèses d'une méthodologie appliquée pour 'accompagnement mise en marché' auprès de 4 prestataires (avec sensibilisation à ladigitalisation / préconisations).
5. Le plan de formation pour le service de mise en marché a été enclenché au deuxième semestre 2020

Etat/Statut : 'bloqué' – en attente des conventions de Grand Poitiers et du pays Loudunais

Fiche Action n°15 : Soutenir le développement de l'activité touristique de la destination Pays du Futuroscope en hors saison.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer une offre accessible toute l'année pour augmenter la fréquentation touristique de notre destination et les retombées économiques

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : semaine du 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Définition de la période hors saison ► période comprise entre novembre (fin de la période des vacances de la Toussaint) et mars(juste avant les vacances de printemps).
2. Recensement 'état des lieux' des sites ouverts en hors saison, en cours – *Annexe n°15.0*
3. Tableau comparatif des packages vendus en 2019 par rapport à 2018 – *Annexes n°15.1, 15.2 et 15.3*

Etat/Statut : 'arrêt' - pas de ressources humaines dédiées

Fiche Action n°16 : Développer le Tourisme d'Affaires

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer et structurer l'offre « Affaires » dans la Vienne afin d'accroître le Tourisme d'Affaires et, de façon induite, la fréquentation touristique notamment en hors-saison

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexes 16.5A, 16.5B, 16.15, 16.19 non fournies)

Dernière réunion interne : 16/11/2020

Réalisations/outils :

1. Animation du Club Tourisme d'Affaires, mise en place d'actions dédiées (mise à jour et édition de la brochure, promotion, workshop, participation salon SO Evénements à Bordeaux, organisation éductours, partenariat Crédit Agricole Touraine Poitou en cours, etc) – *Annexes n°16.0, 16,1, 16.2 et 16.3*
2. Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d'Affaires indiquant le nombre de participants – *Annexes 16.4, 16.5A et 16.5B*
3. Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, top 5 des pages les plus vues, etc sur le site internet du Tourisme d'Affaires 'seminaires-poitiers-futuroscope' et nombre de publications, personnes touchées, etc sur la page Facebook du Club Tourisme d'Affaires) – *Annexes n°16.6 à 16.15*
4. Mise en place d'une enquête réalisée dans le but de produire un audit de la filière Tourisme d'affaires pour le département et réalisation de l'audit – *Annexe n°16.16A et 16.16B 'extrait' (les résultats complets de l'audit sont disponibles sur simple demande / document de 85 pages)*
5. Réalisation et envoi d'un questionnaire pour la proposition d'éductours sur le Tourisme d'Affaires – *Annexe n°16.17*
Suite à cela, 3 éductours ont eu lieu en fin d'année 2019 : SAFT - 1 novembre 2019 – 2 personnes, SPIE - 14 novembre 2019 – 2 personnes, SKIPPAGE – 13 janvier 2020 – 1 personne. A savoir, 4 éductours ont dû être reportés puis annulés en raison du 1^{er} confinement.
6. Comme pour 2019, participation au salon So Evènements à Bordeaux les 8 et 9 septembre 2020 – *Annexe n°16.19*
De ce salon a découlé un éductour Charente/Vienne (4 participants)

Etat/Statut : 'suivi'

Suite à la démission de la personne en charge de la filière Tourisme d'affaires en début d'année 2019, la reprise et le suivi ont été attribuées au directeur adjoint, cependant, les missions qui lui incombent déjà ne lui permettent pas d'y consacrer un temps équivalent – Annexe n° 16.18

Fin août 2020 : recrutement d'une nouvelle responsable au service qualité & filière qui reprend l'animation du tourisme d'affaires

Fiche Action n°17 : Promouvoir, de façon partenariale si besoin, les manifestations, notamment celles en lien avec la culture et le patrimoine.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Afficher clairement l'ambition de la Vienne d'être une terre de manifestations et de festivals reconnue, notamment au niveau de la culture et du patrimoine, autant par les habitants que par les touristes

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Réalisations :

- Des mesures Flux Vision, réalisées lors du festival Les Heures Vagabondes 2018, ont montré que 30% des spectateurs du festival provenaient d'autres départements que la Vienne. Cependant, il y a un manque de diagnostic sur le sujet.

Fiche Action n°18 : Développer et promouvoir l'itinérance douce.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Faire de la Vienne une destination connue et reconnue pour son offre randonnée de qualité et répondre ainsi à une demande touristique en développement
- La demande touristique en matière de randonnée augmente de façon importante et l'enjeu économique qui en découle est considérable.
- Afin de répondre à l'évolution des nouvelles pratiques des touristes, il est essentiel de développer l'offre en matière de randonnées, notamment en créant de nouveaux itinéraires de qualité qui feront de la Vienne une destination reconnue dans ce domaine.
- Le Tourisme Vert, ou Tourisme de nature, apporte une forte valeur ajoutée à l'image d'un territoire tel que celui de la Vienne qui dispose d'atouts non négligeables par son offre d'une grande diversité en espaces et en sites, mais également en activités dites de nature.
- Face aux nouvelles attentes et exigences des clientèles et plus particulièrement avec la crise sanitaire traversée actuellement, la spécificité « nature et environnement préservé » devient un atout incontestable pour les destinations touristiques.

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne
DAEE – DCT - Direction de la Communication
- ACAP
- EPCI

1-Descriptif de l'action : Développer l'itinérance douce

Public cible : Les randonneurs pédestres, cyclo, équestres, et fluviaux.

Durée de l'action : à moyen terme

Réalisations :

- Création de l'Eurovéloroute n°3 ou Scandibérique,
- Création du Chemin de Ligugé,
- Etat des lieux – diagnostic des anciennes voies ferrées propriétés du Département et définition d'une stratégie pour chaque ligne
- Elaboration et mise en œuvre de la feuille de route pour la randonnée en Vienne 2018-2020
- Élaboration du Schéma la Vienne à vélo et rando, schéma départemental de la randonnée et des mobilités douces 2020-2025,
- Mise en tourisme de la randonnée (recensement des acteurs touristiques le long des tracés : sites, restaurateurs, hébergements, services...)
- Réponse à l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau » lancé par l'Assemblée des Départements de France (ADF).

Résultats de l'action :

- Communication sur les sites du Département et de l'ACAP des prestataires ;
- Édition d'un topoguide/beau livre sur le Chemin de Ligugé ;
- Travail partenarial avec les prestataires pour envisager une évolution de l'offre adaptée aux besoins des randonneurs,
- Développement du Label Accueil vélo auprès des prestataires de l'EV3.
- Le Département a été lauréat de l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau ». Six parcours, de 18 à 61 km, ont ainsi été labellisés et répertoriés dans le guide touristique Petit Futé 2021 « Vélo & Fromages, la France sur un plateau ».

Reste à mener :

- Évaluation du nombre de randonneurs par le biais d'une étude à effectuer auprès des prestataires, notamment des hébergeurs.
- Sensibilisation des acteurs touristiques aux différents labels, références utiles pour les randonneurs.
- Développement des campagnes d'attribution des labels
- Développement des randonnées fluviales et équestres
- Développement de la communication autour de l'itinérance douce en Vienne

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le Département de la Vienne a connu un véritable développement en matière de randonnées, fort de sa volonté politique, désormais structurée via « La Vienne à vélo et rando, schéma départemental de la randonnée et des mobilités douces ».

Ce développement est un enjeu majeur en termes d'attrait touristique, notamment au regard des nouvelles pratiques qui émanent depuis quelques années des touristes avides de plein air et de « tourisme vert », phénomène aujourd'hui accentué par la situation sanitaire.

Il pourrait être intégré dans la construction et le déploiement d'une offre globale de tourisme vert (voir fiche dédiée).

2-Descriptif de l'action : Développer le Tourisme Vert (DAEE, DCT, DJS)

Public cible : tous, du touriste à l'habitant de la Vienne.

Durée de l'action : En cours, à développer

Réalisations :

- Mise en place de la Commission Départementale des Espaces, Sites et Itinéraires (CDESI) fin 2018.
- Plan SEVE (La stratégie et les Engagements de la Vienne pour l'Environnement) dans lequel s'intègrent dorénavant les ENS
- Développement de l'ouverture au public des Espaces Naturels Sensibles (ENS) :
 - o Aménagement sur 4 ENS de sentiers accessibles aux personnes en situation de handicap équipés en supports pédagogiques de sensibilisation au patrimoine naturel présent
 - o Organisation de sorties nature gratuites pour le grand public sur les 5 ENS
- Actions pour la randonnées (voir fiche dédiée)

Résultats de l'action :

- Recensement des sites d'activités de pleine nature via la CDESI
- Labélisation de 14 sites activité de nature
- Ouverture de nouveaux sites Espaces Naturels Sensibles : 4 ENS équipés en sentiers nature, XXX(à compléter) visiteurs lors des sorties grand public sur les ENS

Reste à mener :

- Nouvelle signalisation de l'ensemble des Espaces Naturels Sensibles
- Finalisation des aménagements en cours d'ENS
- Développer les sorties nature pour le grand public dans les ENS en renforçant largement l'information du grand public, des centres aérés, et des écoles primaires sur ces sorties, créant une offre destinée à un public à dimension sociale, et en particulier aux personnes en situation de handicap

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le développement du tourisme vert pourrait être un axe important du prochain plan tourisme, grâce aux actions thématiques menées durant la durée du présent plan et aux réflexions, projets et motivations exprimées par les acteurs du territoire.

Le tourisme vert en Vienne pourrait reposer sur le concept **d'un patrimoine de la Vienne, regroupant ses composantes naturelles, historiques et culturelles**, et notamment :

- Les **paysages** de la Vienne qui contribuent à l'attractivité notamment touristique du territoire, ainsi qu'à son identité. Il est souligné l'élaboration en cours de l'atlas des paysages de la Vienne par le Département avec une animation de ce projet par le CAUE86 et un appui technique du Conservatoire d'Espaces Naturels. Des actions pour l'amélioration de la qualité des paysages sont en cours, par exemple le Plan Arbres du Département pour la plantation de haies vergers et autres éléments arborés, et d'autres actions sont en phase d'émergence. L'inscription ou le classement de certains paysages remarquables, notamment les vallées, peut être éventuellement un outil pour contribuer à la mise en tourisme (labellisation, démarches qualité, signalétique, ...)
- Les **sites naturels remarquables** pouvant constituer des sites « phares » à l'échelle locale (ENS dont le nombre est en augmentation, Réserve naturelle nationale du Pinail, forêts domaniales, sites des collectivités locales, du Conservatoire d'Espaces Naturels, lac et Réserve ornithologique de Saint Cyr, lac de Châtellerault, val de Gartempe...). Ils se complètent de sites naturels davantage ordinaires, qui contribuent également à la qualité du cadre de vie lors d'un séjour touristique.
- Les activités **d'agri-tourisme** valorisant le patrimoine culinaire et bâti agricole, les productions agricoles locales et les savoir-faire des producteurs locaux de la Vienne en y associant les activités artisanales des métiers de bouche et acteurs de la restauration.
- Les **activités et services de tourisme vert**, publiques (ENS, sentiers de randonnées, sites de sports de pleine nature, ...) et privés (hébergements éco-responsables, activités en lien avec la nature et l'environnement, ...). Une réflexion pourrait également être menée sur le développement du tourisme aquatique, en lien avec le rétablissement des continuités écologiques et ainsi que prévu dans le plan SEVE et en cohérence avec le Schéma Départemental de l'Eau.

Le développement du tourisme vert pourrait reposer sur les étapes suivantes :

- **Recensement** des composantes du patrimoine, sites, services, actions et programmes en cours, et intégration dans le **SIT** (Système d'information touristique)
- Création et animation d'un **réseau des acteurs locaux** du tourisme vert, qui actuellement se connaissent peu ou pas, et n'ont pas l'occasion d'échanger collectivement sur la question du tourisme vert
- Définition d'une **stratégie qualitative** de développement, à partir notamment de la **Marque Poitou** et du concept de **Slow Tourisme**, en concertation avec les acteurs locaux
- **Mise en tourisme** intégrant valorisation des sites et services de tourisme vert (signalétique, applications numériques, sites internet, ...), développement des sites et services, structuration d'offres de séjours, et promotion
- **Suivi et évaluation** (nombre de visiteurs, retombées économiques, ...)

Fiche Action n°19 : Privilégier les circuits-courts

Liée à la :

Fiche Action n°20 : Sensibiliser les artisans et producteurs de notre département à l'importance de la mise en tourisme de leurs activités.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser les produits locaux et faire découvrir aux touristes la richesse de la gastronomie de la Vienne
- Développer une offre de visite structurée et variée afin de doter la Vienne d'une image Terroir

Porteur de l'action :

Département de la Vienne
DAEE, Direction de la Communication, DCT

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : Tous les publics sont concernés, du touriste à l'habitant de la Vienne

Durée de l'action : sur le long terme, considérant qu'il faut toujours développer l'offre.

Réalisations :

- Recensement des restaurateurs répondant à la charte d'engagement créée par la commission Hébergements de l'ACAP.
- Conception de paniers terroir gourmand commercialisés par l'Acap auprès des hébergeurs pour leur clientèle ou en boutique...
- Réponse à l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau » lancé par l'Assemblée des Départements de France (ADF) afin de pouvoir valoriser les productions laitières et fromagères de la Vienne.

Résultats de l'action :

- Mise en valeur des restaurateurs sur les supports de communication
- Le Département a été lauréat de l'appel à projets « Vélo & fromages, la France sur un plateau ». Six parcours ont ainsi été labellisés et répertoriés dans le guide touristique Petit Futé 2021 « Vélo & Fromages, la France sur un plateau ». Ces six parcours proposent 24 haltes fromagères et gourmandes.

Reste à mener :

- Intégrer un volet agritourisme au SIT avec recensement de l'offre (producteurs locaux et services proposés)
- Travailler sur des offres attractives le long des itinéraires de randonnées (Scandibérique et Chemin de Ligugé notamment) sur des thématiques circuits courts et alimentation locale qui sont recherchées aujourd'hui par les randonneurs.

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Il serait opportun d'intégrer le patrimoine culinaire, les produits agricoles locaux, l'artisanat agricole des terroirs et l'agri-tourisme dans le développement global d'offres de tourisme vert.

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 03/12/2020

Réalisations/outils :

1. Mise en place d'un process interne avec réalisation d'un tableau de bord pour le suivi du nombre de paniers vendus en commandes groupées et individuelles – Annexes n°19.0 à 19.3
2. Tableaux de bord 'suivi des statistiques du site internet boutique terroir' avec indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, etc.) – Annexes n°19.4 à 19.7
3. Mise en place d'actions de dynamisation des ventes auprès des collectivités et des entreprises pour les commandes groupées (plaquette dédiée aux commandes groupées + participation aux BNI + relationnel de la responsable boutiques pour développer les commandes groupées) – Annexe n°19.8
4. Recensement des producteurs déjà ouverts au public + recensement des différentes formes d'ouverture (questionnaire + état des lieux) – Annexes n°19.9 et 19.10
5. Etude et travail sur la charte élaborée par la commission Hébergements et terroir qui existait auparavant – Annexe n°19.11
6. Benchmark sur les chartes comparables déployées sur d'autres territoires – Annexe n°19.12
7. Etude / projet aménagement des deux boutiques – Annexe n°19.13 et 19.14
8. Création du logo 'Le Comptoir du Poitou' – Annexe n°19.15
9. Nouvelle plaquette 2020 dédiée aux commandes groupées pour les fêtes de fin d'année – Annexe n°19.16

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°21 : Développer l'intermodalité

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Offrir un meilleur service aux touristes arrivant dans la Vienne, par avion ou en train, et leur permettre de se déplacer aisément dans le département durant leurs séjours

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'en stand by'

- changement de direction chez Renault et pas d'approche non plus d'engagée par rapport aux VAE (pas de réflexion infra)
- pas de ressources humaines dédiées

Fiche Action n°22 : Développer un réseau départemental de greeters « ambassadeurs bénévoles du territoire »

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Structurer et développer l'offre de « greeters » afin d'en optimiser la visibilité et de répondre à une demande touristique forte

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'bloqué'

- décision prise par le bureau suite à l'avis du Club Pro Tourisme (action non prioritaire pour les OT)
- concurrence avec les guides conférenciers, visites proposées par les OT, ..., réflexion à engager)

Fiche Action n°23 : Mettre en place un pass touristique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser l'offre touristique du département
- Faciliter, pour les clientèles, l'accès aux sites de visites de la Vienne et leur donner envie de découvrir plusieurs sites.

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- Action non menée

Fiche Action n°24 : Développer la formation des acteurs touristiques.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer une offre toujours plus qualitative et en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexe 24.0 non fournie)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Formation Tourisme & handicap pour les OT et l'ACAP (financement UDOTSI) 28-29-30/10/2019 – *Annexe 24.0*
2. Formation SADI pour les OT et ACAP organisée par la MONA (mise en place SADI à l'échelle du département de la Vienne) 25 et 26/11/2019 – *Annexe n°24.1*
3. Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS) – *Annexen°24.2 – pour plus de précisions Cf FA n°36. Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de commercialisation*
4. En lien avec la fiche action n°13 point 3.listing des formations numériques dispensées par la MONA (OT, ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants,...), Chambres des métiers (artisans) – *Cf. FA n°13. Sensibiliser les acteurs à la digitalisation - Annexe n°13.4*
5. Formation 'porteurs de projets' animées par les Gîtes de France – *Annexe n°25.0 Guide porteur de projet GDF*
6. Deuxième session de formation SADI organisée par la MONA les 19 et 20/03/2020 – *Annexe 24.3 – pour plus de précisions Cf FA n°5.Actions de promotion et de communication avec les EPCI*

Etat/Statut : 'suivi', précision l'ACAP n'est plus organisme de formation

Fiche Action n°27 : Poursuivre les actions de valorisation du territoire départemental.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Renforcer la visibilité de la qualité des prestations touristiques proposées dans la Vienne afin d'accroître la notoriété de la destination
- Répondre aux attentes des clientèles de plus en plus exigeantes et les fidéliser

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : les visiteurs de la Vienne

Durée de l'action : durée du Plan 2018-2021

Réalisations :

- Evaluation de la pertinence des labels départementaux et notamment du label Qualité Vienne

Résultats de l'action :

- Abandon progressif des labels départementaux
- Petites Cités de Caractère® et Villes et Villages Fleuris : délégation de l'action à l'ACAP dans le cadre de sa convention d'objectifs et de moyens et au CAUE pour le label Villes et Villages Fleuris à partir de 2022

Fiche Action n°28 : Mettre en avant le bien-être, filière touristique porteuse

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser la Vienne comme destination de bien-être

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Une rubrique dédiée au bien-être sur le site Web de l'ACAP – *Annexe n°28.0*

Etat/Statut : 'suivi'

Axe 3 : Développer la visibilité et la commercialisation de l'offre dans sa diversité

Fiche Action n°29 : Offrir une expérience touristique personnalisée via internet (créer une place de marché).

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Renforcer l'accès à l'offre touristique départementale en la rendant plus visible et en augmentant ainsi la commercialisation
- Développer une place de marché départementale en lien avec les places de marché déjà créées en Offices de Tourisme

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- Un benchmarking a été réalisé dans le cadre des réunions de réseau de la Région Nouvelle-Aquitaine. Suite aux premiers constats faits par les départements voisins, la question de l'efficacité de ce type d'outil reste entière.
- L'étude menée par le Cabinet UNIGO pour accompagner le Département de la Vienne dans la définition de sa stratégie numérique conseillait de ne pas investir dans ce type d'outil départemental sans étude préalable vis-à-vis d'autres solutions comme, par exemple, un partenariat avec le Futuroscope et d'autres grands sites. Cette étude mettait également en avant que les outils de l'ACAP et des partenaires n'étaient pas au niveau pour permettre un parcours client digitalisé optimal.

Résultats de l'action :

- La création d'une place de marché n'a pas été réalisée

Fiche Action n°30 : Développer les échanges entre les canaux numériques d'information et de commercialisation

Liée à la :

Fiche Action n°31 : Privilégier les campagnes d'affichage ciblées en y associant des outils de mesure de résultats

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Etre en adéquation avec l'évolution des modes de consommation touristique : adapter les canaux de consultation à l'utilisation du smartphone
- Poursuivre et étendre les campagnes d'affichage en les ciblant et en les thématissant afin de renforcer leur impact et élargir les bassins de clientèles.

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne ACAP EPCI
Direction de la Communication

Descriptif de l'action :

Réalisations :

- 2018 :
 - Mars : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon de l'Agriculture & Proxi'Loisirs
 - De septembre 2017 à juin 2018 : organisation d'un concours photos sur les paysages en pays loudunais en partenariat avec la Province de Jujuy
 - Juin : Inauguration du chemin de Ligugé avec le Raid Saint Martin, couverture de l'événement et mise en avant de l'itinéraire sur les réseaux sociaux
 - Juillet/août : Les Heures Vagabondes
 - Septembre : Instameet avec la communauté Igers Poitiers à l'Hôtel du Département et la Préfecture
- 2019 :
 - Janvier et février : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon des Voyages & Salon de l'Agriculture
 - De janvier à juin : promotion du chemin de Ligugé par le biais du Raid Saint Martin
 - Juin : inauguration de la Scandibérique avec l'organisation d'un instameet avec la présence de plusieurs instagrameurs locaux
 - Juillet/août : Les Heures Vagabondes
- 2020 :
 - Janvier à mars : animation réseaux sociaux et couverture de plusieurs événements Département : Salon des Voyages, Salon de l'Agriculture et Proxi'Loisirs
 - Mai/juin 2020 : promotion de plusieurs touristiques du département après le déconfinement (Futuroscope, Vallée des Singes, Sanxay, Charroux, etc.)
 - Juillet à octobre : relais de la campagne la Vienne vous invite sur Facebook, Twitter, Instagram et le site internet du Département
 - Juillet à septembre : concours photos organisé dans le cadre de l'opération "la Vienne vous invite", mise en avant des photos sur les réseaux sociaux du Département en septembre 2020
 - Août : chroniques randonnées et musées de la Vienne diffusées chaque semaine sur la page Facebook du Département

- Couverture de la pose de la 1ère pierre de l’Arena Futuroscope avec la présence de Franky Zapata, relais de l’événement sur les réseaux sociaux par plusieurs instagrameurs locaux et l’invité Brico, basketteur freestyle + passage à ZeroGravity
- Couverture du passage du Tour de France dans la Vienne avec des focus sur Boivre-la-Vallée, Chauvigny, Montmorillon et Lathus-Saint-Rémy
- Novembre-décembre : concours “les Saveurs du Poitou en fête” sur la page du Département avec relais sur le Facebook de la marque Poitou
- 2021 :
 - Promotion de plusieurs sites ou adhérents Poitou de la Vienne à l’occasion de journées internationales/mondiales (journée du fromage, du livre, etc.)
 - De janvier à juin : promotion du chemin de Ligugé par le biais du Raid Saint Martin
 - Depuis février : promotion des Espaces Naturels Sensibles du département
 - Depuis mars : promotion des itinéraires de randonnées/vélo (chemin de Ligugé/Scandibérique) et du site randonnees-vienne.com
 - Avril : concours “Le Poitou fleure bon l’artisanat” sur la page Facebook Poitou avec relais sur les canaux de la marque et du Département

Résultats de l’action :

- Département
 - Stats différents réseaux sociaux D86 (au 21/04/21)
 - Facebook : 22 428 abonnés
 - Instagram : 4 500 abonnés
 - Twitter : 9 300 abonnés
 - Chiffres des événements touristiques en 2020
 - Salon des Voyages : 41 publications (dont 14 concours/tirages au sort en amont de l’événement), + de 280 000 personnes touchées
 - Proxi’Loisirs : 57 publications (dont 8 concours/tirages au sort en amont de l’événement), + de 160 000 personnes touchées
 - La Vienne vous invite : 78 publications (dont un concours photos), + de 400 000 personnes touchées

Reste à mener :

- Réseaux sociaux
 - Crossposter les communications sur certaines thématiques (Raid Saint Martin/Chemin de Ligugé, Scandibérique, Sports Nature, ENS, etc.)
 - Mettre plus en avant influenceurs sur réseaux D86 + ACAP (partage stories, posts, etc.)

Fiche Action n°32 : Faire des habitants de la Vienne les premiers ambassadeurs de notre destination

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Développer le sentiment d'appartenance des habitants de la Vienne à leur département afin qu'ils en soient les premiers ambassadeurs et qu'ils participent à l'accroissement de sa notoriété
- Accroître la visibilité de notre destination grâce à l'accueil d'influenceurs

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne ACAP EPCI

1-Descriptif de l'action : Actions à destination des habitants de la Vienne (Direction de la Communication, DCT)

Public cible : les habitants de la Vienne

Réalisations :

- Organisation du salon Proxi'Loisirs en mars 2018 et mars 2020 afin de développer la connaissance de l'offre touristique départementale par les habitants de la Vienne
- Mise en place, dans le cadre du Volet Tourisme du Plan de relance départemental lié à la crise sanitaire de la COVID-19, de conditions tarifaires intéressantes à destination des habitants de la Vienne afin de les encourager à (re)découvrir leur département durant la saison estivale et jusqu'à la fin des vacances de la Toussaint. Cette action a été nommée "La Vienne vous invite" avec une communication dédiée:
 - Affichage
 - Flyers
 - Dérouleurs
 - Goodies (pin's)
 - Cartes postales
 - Communication sur événements 2020 : Tour de France, Tour Poitou-Charentes, Sport et Collection
 - Publications sur les réseaux sociaux (relais affichage, vidéos, concours...)
- Réseaux sociaux @departement86
 - Mise en place de concours photos sur Facebook et/ou Instagram par le Département (Proxi Loisirs en 2018, Salon des Voyages en 2019, la Vienne vous Invite en 2020...)
 - Mise en avant de photos Instagram via le hashtag #departement86 dans le magazine de la Vienne

■ Opération Futuroscope spécial Vienne (offre réservée aux habitants de la Vienne) sur la période de février à avril

Résultats de l'action :

- Réseaux sociaux @departement86
 - Participations aux concours photos : 90 participants pour #lePoitouvudenhaut (Instagram), environ 30 pour le Salon des Voyages (2019, Facebook), + de 1000 pour la Vienne vous invite (Instagram + Facebook)
 - 14 photos Instagram #departement86 mises en avant dans le magazine de la Vienne depuis septembre 2019

- Bilan des bénéficiaires du Volet Tourisme du Plan de relance départemental :
 - o Chèques tourisme (chiffres fin août 2020) :
 - Offre 120 € : 3 000 inscrits (100%)
 - Offre 60 € : 165 inscrits (100%)
 - Offre 50 € : 1 852 inscrits sur un potentiel de 2000

 - o Billetterie offre "La Vienne invite les enfants" (inscrits: 2793) :
 - Billets Défi Planet : 1 350 (100%)
 - Billets Vallée des singes : 2 284 (100%)
 - Billets Futuroscope: 1 839 sur 2300 (80%)
 - Billets Cormenier : 450 (100%)
 - Billets Planète des crocodiles : 1 093 sur 1 600 (68%)
 - Billets Géants du ciel : 908 (100%)
 - Billets Tours Forteresse Monthoiron : 1 349 (100%)
 - Billets Center Parcs : 400 (100%)
 - Billets Abbaye de St-Savin : 80 (100%)
 - Billets Forteresse d'Angles : 186 (100%)

 - o Tourisme solidaire (Futuroscope) : 3 000 places distribuées mi-août 2020 (100%)

Reste à mener :

- Réseaux sociaux @departement86 : poursuivre la valorisation des photos publiées sur le hashtag #departement86 mais aussi #poitou avec des publications à la une sur Facebook

2-Descriptif de l'action : Développer la notoriété de la destination auprès des influenceurs

Réalisations :

- Instameets :
 - #InstaJep86 organisé avec la communauté Igers Poitiers en septembre 2018 à la Préfecture/Hôtel du Département pour les journées du patrimoine (176 publications sur Instagram)
 - Inauguration de la Scandibérique en juin 2019 à Bonnes/Valdivienne, événement photo organisé par le Département et l'ACAP avec la participation d'une quinzaine d'instagrameurs (pas de retombées chiffrables)
- Invitation d'un instagrameur à Sport & Collection 2019 & 2020 puis relais de ses contenus publiés sur Instagram (photo, stories)
- Invitation de 3 instagrameurs locaux à la pose de la 1ère pierre de l'Arena Futuroscope en août 2020 et de l'influenceur basket freestyle "Brisco" (133K abonnés sur Instagram)

Fiche Action n°33 : Développer des offres croisées combinant billet d'avion à destination de l'aéroport de Poitiers-Biard ou billet de train à destination de Poitiers et billet de réduction pour les grands sites identitaires de la destination Pays du Futuroscope.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Valoriser la Vienne comme destination de bien-être

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Etat/Statut : 'en stand by'

– lié à la place de marché, outils technologiques, pas de visibilité billetterie 2020, incertitude opérateurs aéroport

Fiche Action n°34 : Faire de la marque « Poitou » l'identité territoriale fédératrice des collectivités et de leurs territoires.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Créer une cohésion entre tous les acteurs touristiques
- Attirer de nouvelles clientèles

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne ACAP EPCI
DAEE – Direction de la Communication – DCT

Public cible : Habitants et touristes

Durée de l'action : Sur le long terme, toujours en développement

Réalisations :

- Communication lors des manifestations auxquelles participe le Département où sont conviés les artisans producteurs signataires sur la charte à présenter leurs produits : Proxi'Loisirs, Bourse aux échanges...

Visibilité Poitou sur 36 événements en 2018-2019-2020 avec 3 événements phares :

Salon International de l'Agriculture à Paris

2018 :

14 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**.

Du 24 février au 4 mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (1ère édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs adhérents à la marque, à la fédération des boulangers et aux missions tourisme des 2 départements.

2019 :

18 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**.

Du 23 février au 3 mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (2^e édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs et artisans et sites touristiques, adhérents à la marque aux missions tourisme des 2 départements. Boutique du Terroir. Jeu-concours sur les RS.

2020 :

19 février : Conférence de presse : présentation de la marque Poitou au **Salon International de l'Agriculture à Paris**. Mini-marché de producteurs présents au salon organisé par le CD86.

Du 21 février au 1^{er} mars : **Salon International de l'Agriculture à Paris** : en collaboration avec le Département des Deux-Sèvres, présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (3^e édition). Stand dédié. Interventions des prestataires producteurs et artisans et sites touristiques, adhérents à la marque aux missions tourisme des 2 départements.

Invitations sur RS à venir sur une journée auprès des adhérents Poitou et du grand public.

Organisation de petits-déjeuners chaque jour. Présence de Chefs. Animations Poitou.

Salon Proxi'Loisirs à Poitiers

2018 :

Du 9 au 11 mars : **Salon Proxi'Loisirs à Poitiers** : présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

2020 :

Du 6 au 8 mars : **Salon Proxi'Loisirs à Poitiers** : présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs et artisans 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

La Ferme S'invite à Poitiers

2018 :

Du 21 au 23 septembre : **La Ferme s'invite à Poitiers**. Présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

2019 :

Du 8 au 10 novembre : **La Ferme s'invite à Poitiers**. Présence de la marque Poitou sur l'ensemble du salon (stand dédié). Interventions des prestataires producteurs 86 adhérents à la marque, boutique du Terroir. Dégustations et vente. Jeu-concours avec lots et paniers gourmands Poitou.

Petit-déjeuner Poitou organisé pour les agriculteurs du salon.

Création de stands dédiés à la marque

Création de supports : banderoles, dérouleurs, flags, photobooth...

Réalisation de supports : plaquettes, flyers, cartes postales ...

Réalisation de goodies : tabliers, chèches, gobelets, mugs, parapluies, stylos, crayons de bois, autocollants, ballons, sacoches, t-shirts, sacs ...

Communication dans le magazine de la Vienne en décembre 2018, 2019 et 2020

Communication digitale :

Mise à jour du site web par le CD79

Jeux sur les RS par le CD86 :

- 2018 : Instagram : Concours photos "Le Poitou vu d'en haut"
- 2019 : Facebook : Invitation au SIA par la mobilisation de 2 bus (adhérents + grand public)
- 2020 + 2021 : jeux-concours Facebook "les Saveurs du Poitou en fête" (novembre/décembre 2020), "Le Poitou fleure bon l'artisanat" (avril/mai 2021)

Été 2019 et 2020 : "Vivons Poitou" sur France Bleu Poitou : chroniques mettant en avant les adhérents Poitou

Résultats :

Chiffres réseaux sociaux pour les opérations-événements Poitou-Département en 2020 (Facebook, Twitter & Instagram) :

- Salon des Voyages : 41 publications (dont 14 concours/tirages au sort en amont de l'événement), + de 280 000 personnes touchées
- Salon International de l'Agriculture : 104 publications (comptes D86 + Poitou - dont un concours/tirage au sort en amont de l'événement avec + 30K personnes atteintes et 366 participations), + de 300 000 personnes touchées
- Proxi'Loisirs : 57 publications (dont 8 concours/tirages au sort en amont de l'événement), + de 160 000 personnes touchées
- Un jour, un partenaire (présentation d'adhérents de la marque Poitou pendant le confinement) : 17 publications, + de 18 000 personnes atteintes
- Relais podcasts Vivons Poitou (France Bleu Poitou) : 38 publications, + de 40 000 personnes touchées
- Les saveurs du Poitou en fête (concours/tirages au sort) : 33 publications, + de 120 000 personnes touchées

Nombre d'abonnés réseaux sociaux Poitou (au 21/04/21) :

- Facebook : 2 695
- Instagram : 1 034
- Twitter : 1 207

Budget Poitou :

2018 Impression et objets publicitaires : 8 473,23 €

2019 Impression et objets publicitaires : 6 045,40 €

2020 Impression et objets publicitaires : 7 523,40 €

Résultats de l'action :

- Mise en communication de la marque sur les événements.
- Promotion de la marque à travers ses adhérents
- Visibilité des adhérents et de leurs savoir-faire...

Reste à mener :

- Faire une évaluation de la notoriété de la marque et continuer à la développer.
- Réseaux sociaux : développer les différents canaux avec une animation renforcée en dehors des événements phares type Salon de l'Agriculture

Fiche Action n°35 : Inscrire la clientèle dans un contact régulier avec le territoire et la richesse de son offre touristique notamment grâce aux nouveaux usages du numérique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Conforter le chiffre d'affaires issu de l'économie touristique
- Véhiculer une image positive de la destination grâce aux clients fidèles

Porteur de l'action :

Département de la Vienne
DCT

ACAP

EPCI

1-Descriptif de l'action : Déployer un système d'information touristique à l'échelle départementale

Public cible : les Offices de Tourisme, les EPCI, les prestataires touristiques, la clientèle dans le cadre du module Accueil

Durée de l'action : 4 ans (durée du marché)

Réalisations :

- Mise en œuvre d'un marché public pour le choix du prestataire,
- Contrat avec la Société propriétaire du Progiciel qui a été retenue,
- Etablissement de la convention qui cadre le bon fonctionnement du SIT à l'échelle départementale,
- Reprise des données de l'ACAP (dont les données pour le Civraisien en Poitou et les Vallées du Clain), du Pays Loudunais, du Haut-Poitou, du Sud Vienne Poitou,
- Organisation de trois Comités Techniques,
- Organisation de 3 journées de formation à destination des Offices de Tourisme pour qu'ils sachent saisir dans le SIT,
- Définition de trois profils de connexion (Gestionnaires, Utilisateurs, Stagiaires) et attribution aux personnels des Offices de Tourisme selon leurs souhaits.

Résultats de l'action :

- 30 personnes dans les Offices de Tourisme de formées

Reste à mener :

- Reprise des données de Grand Châtellerauld, La Roche-Posay, Grand Poitiers,
- Signature de la convention entre le Département de la Vienne, l'ACAP et chaque organisme Contributeur ou Partenaire du SIT départemental (Offices de Tourisme, EPCI...),
- Etablissement de la commission départementale Gestion Relation Clients regroupant l'ACAP et les OT pour les actions de communication communes.
- Mise en place de l'extranet Votre Information Touristique (V.I.T) à destination des prestataires touristiques afin qu'ils puissent mettre à jour leurs informations,
- Mise en place d'une communication sur le SIT départemental sur le site internet de l'ACAP et sur le site internet du Département de la Vienne,
- Structuration du module Accueil du Progiciel en Comité Technique afin de pouvoir en extraire des statistiques significatives au niveau infra-départemental et départemental,
- Organisation d'une nouvelle journée de formation à la saisie dans le progiciel.

2-Descriptif de l'action : Animer le réseau des utilisateurs du SIT

Public cible : les Offices de Tourisme, les EPCI, les prestataires touristiques

Réalisations :

- Animation d'un COTECH SIT
- Réalisation de petites formations thématiques sur l'utilisation du logiciel
- L'ACAP est missionnée par le Département, dans le cadre notamment de sa convention d'objectif et de moyen, pour réaliser l'animation du SIT

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Développer une culture de la Gestion Relation Client à l'échelle départementale

Développer l'appropriation du SIT départemental par l'ensemble des acteurs touristiques du département

Fiche Action n°36 : Inscrire la famille au cœur des dispositifs de promotion et de fidélisation.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Conforter le chiffre d'affaires issu de l'économie touristique
- Véhiculer une image positive de la destination grâce aux clients fidèles

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

(NB : Annexe 36.6, 36.7, 36.8, 36.12 non fournies)

Dernière réunion interne : 02/11/2020

Réalisations/outils :

1. Etude 'diagnostic et préconisations' (état des lieux, benchmark de ce qui peut être fait par les autres ADT, sollicitation des prestataires), 'actions de communication 2020' qui entre dans le projet Famille et 'réflexion sur la mise en place' (cahier des charges, comité de pilotage, etc) – *Annexe n°36.0*
2. Recherche d'idées appels à projet dans les autres ADT (*recherches effectuées archivées à l'ACAP*)
3. Présentation au Club Poitou Pro Tourisme en janvier, aux directeurs des OT le 25/04 et au Bureau de l'ACAP le 13/05 – *présentation de l'Annexe n°36.0*
4. Création d'un comité de pilotage – *page 29 de l'Annexe n°36.0*
5. Réalisation d'un appel à projet 'expérience Famille' pour l'ACAP – *Annexe n°36.1*
6. Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS) – *Cf. FA n°24. Développer la formation des acteurs touristiques - Annexe n°24.2*
7. Volet communication :
 - Réalisation de campagnes photos/vidéos orientées famille pour déploiement 2020 – *Annexes 36.2 à 36.6*
 - Refonte du site web 'paysdufuturoscope.com' orienté destination famille – *Annexe n°36.7*
 - Rubrique dédiée dans le magazine Tourisme en Vienne 2020 – *Annexe n°36.8*
 - Rubrique famille dans le dossier de presse – *Annexe n°36.9*
 - Ciblage des familles dans les actions de communication – *Annexe n°36.10 campagne métro exemple Center Parcs*
8. Volet présentation aux pros :
 - Présentation de l'appel à projets « Expériences Famille » aux professionnels du Tourisme le 6 mars 2020 (jour d'installation de PROXI'LOISIRS) – *Annexe n°36.11*
 - Lancement de l'appel à projets le 30 septembre et relance le 5 octobre (date de clôture pour l'envoi des dossiers le 31 octobre) – *Annexes 36.12, 36.13 et 36.14*
 - Étude des dossiers en novembre par le COTECH pour vote qui devrait avoir lieu en décembre

Etat/Statut : 'suivi'

Fiche Action n°37 : Réévaluer les outils de communication papier face à l'essor du numérique.

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Repenser et qualifier la communication touristique papier de la Vienne, via des supports qui se démarquent, pour accroître la notoriété de la destination.
- Poursuivre et étendre les campagnes d'affichage en les ciblant et en les thématissant afin de renforcer leur impact et d'élargir les bassins de clientèles.

Porteur de l'action :

- Département de la Vienne ACAP EPCI
DCT – Direction de la Communication

1-Descriptif de l'action : Evaluer la pertinence des supports de communication papier départementaux

Public cible : tout type de clientèle

Réalisations :

- Etat des lieux des éditions papier réalisées par l'ACAP : plan des 6 Villes d'Histoire, les passeports touristiques, la mini-carte, la carte touristique, le guide des manifestations, le guide des hébergements, la brochure des sites insolites, le magazine Tourisme en Vienne,

Résultats de l'action :

- Arrêt de l'édition des passeports touristiques, de la mini-carte, du guide des manifestations, du guide des hébergements

2-Descriptif de l'action : Améliorer la communication numérique

Public cible : tout type de clientèle

Réalisations :

- Réalisation d'une étude par le Cabinet Unigo sur la stratégie marketing numérique. Le but de cette étude était de fournir au Département et à l'ACAP des fiches actions très opérationnelles pour la mise en œuvre de la stratégie numérique et marketing touristique à l'échelle départementale.

Dans le cadre de cette étude :

- a. Des entretiens individuels ont été menés par Nicolas Barret, du Cabinet Unigo, avec les EPCI, les institutionnels du Tourisme et des sites.
- b. Une journée « Pitch day » a été organisée le 22 novembre 2019 en présence des EPCI, institutionnels du Tourisme et des sites. Lors de cette journée, des praticiens du marketing numérique (Oui.Sncf, agitateurs-chuchoteurs, We Like Travel...) sont intervenus.
- c. Un rendu de cette étude a été fait par le Cabinet Unigo le vendredi 6 mars 2020 au salon Proxi'Loisirs, lors de la journée consacrée aux professionnels.

Résultats de l'action :

- L'étude menée par le Cabinet UNIGO a permis de mettre en avant que :
 - a. La marque « Pays du Futuroscope » semble fédératrice pour un grand nombre d'acteurs touristiques du département
 - b. La communication faite par l'ACAP et le Département avec les EPCI peut parfois être manquer de clarté (de trop nombreux logos sur les visuels de communication par exemple)
 - c. Les sites Internet de l'ACAP sont obsolètes

Reste à mener :

- Réalisation d'une étude de notoriété sur la marque « Pays du Futuroscope » afin de réaliser un bilan d'image pour évaluer la manière dont la destination est perçue auprès de ses visiteurs et de réaliser un baromètre de notoriété et d'image.

DESCRIPTIF DE L'ACTION FOURNI PAR L'ACAP :

Dernière réunion interne : 15/10/2020

Réalisations/outils :

1. Réflexion déjà engagée en 2018 (cf rapport convention d'objectifs et de moyens), réactualisation 2019 effectuée, comparatif 2019/2018 communiqué à la Direction du Tourisme – *Annexe n°37.0*
Compte tenu de la date de réalisation de ce bilan, impossibilité de déterminer l'état des stocks existants au 31 décembre. La crise Covid a freiné la distribution des brochures, le tourisme en Vienne en version française par exemple a été édité en grosse quantité pour le salon Proxi'loisirs mais n'a pas pu être écoulé par la suite à cause de la crise.
2. *Papier issu de forêts gérées de façon durable (PEFC)*

Etat/Statut : 'suivi'

Axe 4 : Renforcer la connaissance des pratiques touristiques et anticiper les mutations du secteur touristique

Fiche Action n°4 : Accompagner les territoires pour leur structuration touristique

Liée aux fiches action :

Fiche Action n°38 : Mutualiser les données collectées par tous les acteurs, les analyser et les partager

Fiche Action n°39 : Réaliser une veille stratégique active

RAPPELS DES ENJEUX ET OBJECTIFS IDENTIFIES DANS LE PLAN 2018-2021 :

- Mettre en place un Observatoire touristique partagé permettant un suivi de l'activité touristique dans la Vienne et l'élaboration de diagnostic de territoire à plusieurs échelles
- Réaliser une veille stratégique active permettant d'anticiper les mutations du secteur touristique et de mettre en lumière les opportunités de développement
- Etre une aide à la décision pour les élus départementaux, les EPCI et les porteurs de projets
- Accompagner les professionnels dans leurs choix stratégiques
- Améliorer la collecte et la transmission des données en collaboration avec l'Observatoire régional du tourisme

Porteur de l'action :

Département de la Vienne

ACAP

EPCI

Descriptif de l'action :

Public cible : Les élus départementaux, l'ACAP, les EPCI, les professionnels du Tourisme, le CRT, la presse locale et nationale

Durée de l'action : durée du plan 2018-2021

Réalisations :

- Internalisation de l'Observatoire touristique départemental au 01/01/2018 au sein du Département, Direction Culture Tourisme
- Signature de conventions de partenariat avec les 7 EPCI et les 8 OT de la Vienne pour la collecte de données de fréquentations des OT et des sites et festivals de leur territoire
- Mise en place d'un groupe de travail « Club Observatoire » avec les référents observatoire des 7 EPCI/OT de la Vienne et La Roche-Posay, ainsi que l'ACAP pour échanger les bonnes pratiques et faire un retour sur les analyses menées par les Observatoires régional et départemental
- Participation de l'Observatoire départemental au groupe de travail G12-Observatoire réunissant les 12 départements de la région Nouvelle-Aquitaine, en lien avec le CRT
- Mise en place d'une veille stratégique relative à la pandémie de covid-19 avec la création d'un baromètre mensuel à partir de début mai 2020

-
- L'Observatoire a mis en place un espace sur le site du Département pour diffuser les bilans annuels, les conjonctures estivales, les études et analyses réalisées ainsi que les chiffres clés du Tourisme dans la Vienne

Résultats de l'action :

- Le groupe de travail Observatoire départemental s'est réuni en 2018 et 2019 et une rencontre est organisée tous les trimestres depuis 2020
- Les référents Observatoire des territoires réalisent la collecte de la fréquentation des sites principaux de leur territoire notamment durant la période estivale
- L'Observatoire a produit des Bilans annuels, des bilans de saison touristique, des suivis annuels de la demande touristique dans la Vienne, des études de conjoncture, basés notamment sur des données fournies par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine
- Les résultats mensuels du baromètre ont permis d'identifier les besoins des acteurs du tourisme dans le contexte de la pandémie. Un plan de relance post Covid a été voté pour booster l'été et l'automne 2020 et 2021

Reste à mener :

- L'Observatoire départemental doit développer une stratégie collaborative avec les acteurs publics et privés.
- Une planification des diffusions d'information devra être effectuée, au regard des besoins des élus départementaux et des demandes de la presse locale et nationale
- Les EPCI/OT doivent vitaminer leur Observatoire territorial avec le soutien de l'Observatoire départemental

CONSTATS EN 2021 ET ENJEUX

Le centre de ressources statistiques doit étoffer son offre de données afin de répondre aux besoins multiples (des élus, des porteurs de projet, de la presse).

Un travail en collaboration étroite doit être opéré avec l'ACAP :

- En matière de communication en direction de la presse et du grand public
- Sur les études réalisées (étude des filières Affaire et Bien-être notamment)

Le déploiement total du SIT et son utilisation par les acteurs du tourisme de la Vienne permettra l'obtention de données statistiques multiples (données mises à jour sur l'offre d'hébergement, de sites, d'activité etc., données de fréquentation).

Ce SIT sera à terme une ressource importante pour fiabiliser les données de l'Observatoire

Liste des annexes fournies par l'ACAP

Fiche Action 2 :

Annexe n°2.0 – Benchmark des sites 'Pro' des autres ADT : analyses / recommandations

Annexes n°2.1, 2.2, 2.3 - Pré-réalisation de tableaux de résultats (tableaux de bord avec nombre de sessions, nombre de pages vues, etc)

Annexe n°2.4 – Projet site web

Fiche Action 3 :

Annexes n°3.0, 3.1, 3.2 - Tableau de bord type 'planning annuel' des actions menées à destination du réseau des prestataires (animation réseau prestataires).

Fiche Action 5 :

Annexe n°5.0 - Travail en amont sur les actions de promotion et de communication avec le SADI

Fiche Action 13 :

Annexe n°13.0 - Tableau de suivi des prestataires signataires de la convention pour les bornes Wifi

Annexes n°13.1, 13.2A, 13.2B, 13.3 - Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de connexions par prestataires, par mois, durées de connexions, nationalités des visiteurs, etc.)

Annexe n°13.4 - Listing des formations numériques dispensées par la MONA (à destination des OT et de l'ACAP), UMIH et CCI (hôtels, cafés, restaurants, etc.), chambres des métiers (artisans)

Annexes 13.5 à 13.8 - Rôle de sensibilisation avec le futur service de mise en marché + réflexion sur tableau de bord de suivi des prestataires sensibilisés

Fiche Action 15 :

Annexe n°15.0 - Recensement 'état des lieux' des sites ouverts en hors saison

Annexes n°15.1, 15.2, 15.3 - Tableau comparatif des packages vendus en 2019 par rapport à 2018

Fiche Action 16 :

Annexes n°16.0, 16.1, 16.2, 16.3 - Animation du Club Tourisme d'Affaires, mise en place d'actions dédiées (mise à jour et édition de la brochure, promotion, workshop, participation salon SO Evénements à Bordeaux, organisation éductours, partenariat Crédit Agricole Touraine Poitou en cours, etc)

Annexes n°16.4, 16.5, 16.5A, 16.5B - Tableau de suivi des réunions du Club Tourisme d'Affaires indiquant le nombre de participants

Annexes n°16.12A, 16.12B, 16.13A, 16.13B, 16.14A, 16.14B, 16.6, 16.7A, 16.7B, 16.8A, 16.8B, 16.9, 16.15 - Tableaux de bord des indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, top 5 des pages les plus vues, etc sur le site internet du Tourisme d'Affaires 'seminaires-poitiers-futuroscope' et nombre de publications, personnes touchées, etc sur la page Facebook du Club Tourisme d'Affaires)

Annexe n°16.16 – Questionnaire Tourisme d'Affaires

Annexes n°16.16A, 16.16B - Mise en place d'une enquête réalisée dans le but de produire un audit de la filière Tourisme d'affaires pour le département et réalisation de l'audit

Annexe n°16.17 - Réalisation et envoi d'un questionnaire pour la proposition d'éductours sur le Tourisme d'Affaires

Annexe n°16.18 – Comptabilité analytique 2019 Poste 2.2.3 Club Tourisme d'Affaires

Annexe n°16.19 - Comme pour 2019, participation au salon So Evènements à Bordeaux les 8 et 9 septembre 2020

Fiche Action 19 :

Annexes n°19.0, 19.1A, 19.1B 19.3A, 19.3B - Mise en place d'un process interne avec réalisation d'un tableau de bord pour le suivi du nombre de paniers vendus en commandes groupées et individuelles

Annexe n°19.4 à 19.7 - Tableaux de bord 'suivi des statistiques du site internet boutique terroir' avec indicateurs mensuels et annuels (nombre de sessions, nombre de pages vues, etc.)

Annexe n°19.8 - plaquette dédiée aux commandes groupées

Annexe n°19.9, 19.10 - Recensement des producteurs déjà ouverts au public + recensement des différentes formes d'ouverture (questionnaire + état des lieux)

Annexe n°19.11 - Etude et travail sur la charte élaborée par la commission Hébergements et terroir qui existait auparavant

Annexe n°19.12 - Benchmark sur les chartes comparables déployées sur d'autres territoires

Annexe n°19.13, 19.14 - Etude / projet aménagement des deux boutiques

Annexe n°19.15 - Création du logo 'Le Comptoir du Poitou'

Annexe n°19.16 - Nouvelle plaquette 2020 dédiée aux commandes groupées pour les fêtes de fin d'année

Fiche Action 24 :

Annexe n°24.0 - Formation Tourisme & handicap pour les OT et l'ACAP (financement UDOTSI) 28-29-30/10/2019

Annexe n°24.1 - Formation SADI pour les OT et ACAP organisée par la MONA (mise en place SADI à l'échelle du département de la Vienne) 25 et 26/11/2019

Annexe n°24.2 - Formation création d'expériences famille pour les OT et l'ACAP organisée par la MONA : 20 et 21 février 2020 (société TAMS)

Annexe n°24.3 – Convention de formation professionnelle avec la MONA

Fiche Action 25 :

Annexe n°25.0 - Guide porteur de projet GDF

Annexe n°25.1 – Suivi de la montée en gamme des hébergements sur 208/2019/2020

Fiche Action 26 :

Annexe 26.0 – Contrat de prestation de service

Fiche Action 28 :

Annexe n°28.0 - Rubrique dédiée au bien-être sur le site Web de l'ACAP

Fiche Action 36 :

Annexe n°36.0 - Etude 'diagnostic et préconisations' (état des lieux, benchmark de ce qui peut être fait par les autres ADT, sollicitation des prestataires), 'actions de communication 2020' qui entre dans le projet Famille et 'réflexion sur la mise en place' (cahier des charges, comité de pilotage, etc)

Annexe n°36.1 - Réalisation d'un appel à projet 'expérience Famille' pour l'ACAP

Annexes n°36.2 à 36.6 - Réalisation de campagnes photos/vidéos orientées famille pour déploiement 2020

Annexe n°36.7 - Refonte du site web 'paysdulfuturoscope.com' orienté destination famille

Annexe n°36.8 - Rubrique dédiée dans le magazine Tourisme en Vienne 2020

Annexe n°36.9 - Rubrique famille dans le dossier de presse

Annexe n°36.10 – Campagne métro exemple Center Parcs

Annexe n°36.11 - Présentation de l'appel à projets « Expériences Famille » aux professionnels du Tourisme le 6 mars 2020

Annexes 36.12, 36.13, 36.14 - Lancement de l'appel à projets le 30 septembre et relance le 5 octobre (date de clôture pour l'envoi des dossiers le 31 octobre)

Fiche Action 37 :

Annexe n°37.0 - Réflexion déjà engagée en 2018 (cf rapport convention d'objectifs et de moyens), réactualisation 2019 effectuée, comparatif 2019/2018 communiqué à la Direction du Tourisme