

Blois, le 5 décembre 2022

TOURISME : LE DÉPARTEMENT PRÉSENTE SA FEUILLE DE ROUTE 2023-2028

Philippe Gouet, président du conseil départemental de Loir-et-Cher, et Catherine Lhéritier, 1^{re} vice-présidente notamment chargée de l'attractivité du territoire et du tourisme, également présidente de l'agence de développement touristique Val de Loire – Loir-et-Cher, ont présenté, à l'occasion des assises du tourisme organisées au château de Chambord, la feuille de route touristique départementale 2023-2028.

Quatrième activité économique de Loir-et-Cher, le tourisme constitue un des moteurs du département en matière d'attractivité et de développement économique. Désireux de continuer à accompagner son essor, le conseil départemental, avec l'appui de [l'agence de développement touristique Val de Loire – Loir-et-Cher](#), a engagé une large démarche participative pour valoriser les différentes richesses du territoire.

« Conscient de la puissance de son activité touristique et des opportunités qu'elle ouvre, je souhaite poursuivre et renforcer la politique départementale qui, depuis longtemps, considère ce secteur comme un axe stratégique et prioritaire. Le conseil départemental investit massivement dans l'aménagement d'itinéraires cyclo-touristiques, dans la réalisation de campagnes de communication en Ile de France et s'attache à renforcer les liens avec ses partenaires comme le rôle d'ambassadeur des Loir-et-Chériens avec, notamment l'opération « une journée aux châteaux ». Dans cet esprit, en partenariat avec l'agence de développement touristique, présidée par Catherine Lhéritier, une stratégie concertée avec ceux qui font l'activité touristique de notre destination a été élaborée et, dans cette logique de co-construction, des axes et des actions communes ont été définis pour notre développement touristique pour 2023-2028. » rappelle Philippe Gouet, président du conseil départemental.

« L'expérience et l'expertise des prestataires touristiques ont confirmé le choix des marques opéré depuis plusieurs années maintenant, le Val de Loire et la Sologne. Elles nous ont permis de définir des cibles de clientèles prioritaires qui se complètent tout au long de l'année. Les travaux ainsi menés ont également montré la nécessité de mettre en place des dispositifs d'accompagnement et ce, tout particulièrement en matière d'emploi et de logement pour les personnels saisonniers. La « feuille de route » ainsi définie nous permettra d'accompagner les prestataires pour mieux répondre aux attentes de leurs clients. Ce travail ne pourra être mené à bien sans la collaboration de chacun. Mon ambition, au travers du rôle de coordinateur de l'échelon départemental, est de conforter, ensemble, notre agilité et notre réactivité pour permettre à notre destination d'occuper sa juste place. » ajoute Catherine Lhéritier, 1^{re} vice-présidente du conseil départemental, chargée notamment de l'attractivité du territoire et du tourisme, également présidente de l'agence de développement touristique Val de Loire – Loir-et-Cher.

L'aboutissement d'une démarche collaborative

L'élaboration de cette stratégie est le résultat d'une démarche menée en pleine coopération avec les acteurs touristiques locaux depuis le printemps 2022.

Dans un premier temps, [L'Observatoire de l'économie et des territoires](#) a conduit, au cours du mois de juin, une enquête auprès des opérateurs du territoire qui a permis de tirer de premiers enseignements sur les attentes, les enjeux et les besoins. Plus de 30% de retour.

CONTACT PRESSE

Flavien Cuperlier – Attaché de presse
Conseil départemental de Loir-et-Cher

flavien.cuperlier@departement41.fr - 02 54 58 54 60

suivez-nous sur :
[departement41](#)



Dans un deuxième temps, des ateliers participatifs ont rassemblé une quarantaine de professionnels (hébergeurs, sites de visite et de loisirs, offices de tourisme, têtes de réseau...) pour identifier les cibles de clientèles prioritaires ainsi que leurs attentes, les mettre en résonance avec l'offre du territoire, et identifier les premières orientations.

Quatre clientèles cibles et quatre orientations stratégiques

Ces travaux collectifs ont permis de cerner **les grands enjeux** suivants :

- **Porter et valoriser les grandes marques touristiques du territoire**, le Val de Loire et la Sologne.
- **Conquérir et fidéliser les familles, les seniors actifs, les vélo-flâneurs et les couples urbains branchés**, collectivement identifiées comme **cibles de clientèles prioritaires** pour un tourisme des quatre saisons sur l'ensemble du territoire.
- **Prendre en considération** les défis majeurs de **développement durable** et de **mobilité vertueuse**.
- **Renforcer l'exigence de qualité** pour l'ensemble des prestations composant le « parcours client », et être proactif pour **disposer des ressources humaines** nécessaires à l'activité touristique.
- **Garantir et conforter la cohésion des acteurs** qui font l'économie touristique de notre département.
- **Proposer** aux habitants et aux visiteurs **la découverte d'un territoire vivant et animé tout au long de l'année**.

La stratégie globale s'articule autour de **quatre grandes orientations** :

- **Aménager** : capitaliser les itinérances douces et le « slow tourisme » ainsi que conforter l'intermodalité.
- **Développer et qualifier** : structurer l'offre de restauration, qualifier et thématiser l'offre d'hébergement, et accompagner les professionnels dans l'accueil des ressources humaines nécessaires à leur activité pour répondre aux attentes des clientèles retenues.
- **Promouvoir et accueillir** : valoriser les marques Val de Loire et Sologne, renforcer le système d'information touristique et poursuivre la modernisation des outils web.
- **Animer** : conforter la coordination des acteurs du tourisme à l'échelle du département et consolider la politique d'animation du territoire.

Face à l'évolution des comportements et des enjeux des activités touristiques, le périmètre départemental constitue la bonne échelle pour animer et coordonner les actions engagées dans le cadre de ces axes stratégiques. Il est également un relais privilégié pour développer les partenariats extra-départementaux auxquels obéissent le plus souvent les logiques de marque touristique.

« Pour prendre en compte ces mutations, il convient d'actualiser à intervalles réguliers les actions mises en œuvre et d'intégrer de nouvelles opportunités. Notre feuille de route n'est donc ni exhaustive, ni figée pour les 6 ans à venir. Un point d'étape sera organisé tous les 2 ans, en lien avec les acteurs concernés, dans un format similaire à celui retenu pour la démarche initiale. » conclut Catherine Lhéritier.

CONTACT PRESSE

Flavien Cuperlier – Attaché de presse
Conseil départemental de Loir-et-Cher

flavien.cuperlier@departement41.fr - 02 54 58 54 60

suivez-nous sur :
[departement41](http://departement41.fr)

