

SCHÉMA TOURISTIQUE DE L'ANJOU 2022-2028



“ Aux côtés
des professionnels
& des collectivités
pour contribuer
au rayonnement
de l'Anjou. ”





Penser le développement territorial, c'est vouloir une politique départementale du tourisme ambitieuse. Un des enjeux du schéma est de réaffirmer le rôle du Département de Maine-

et-Loire dans le tourisme tout en coopérant avec les collectivités locales. Soutenir l'économie liée au tourisme passe aussi par l'écoute et l'accompagnement des entreprises auxquelles nous porterons une attention particulière.

Depuis 2020, avec la transformation de l'association en groupement d'intérêt public (GIP) et le rapprochement entre le service tourisme du Département et l'Agence départementale du tourisme, le Département a réaffirmé la mission d'Anjou tourisme : mettre en œuvre la politique du tourisme. Le patrimoine riche de l'Anjou, couplé à un art de vivre que beaucoup nous envient et à

une offre professionnelle d'hébergements et de loisirs de qualité, constituent un socle exceptionnel pour concevoir une offre différenciante articulée autour des notions de partage, de respect, de « curiosités » à découvrir.

La crise sanitaire a suscité de nombreux changements dans les modes de consommation et a fait évoluer les mentalités. Dans le tourisme, il n'est aujourd'hui plus possible d'agir sans prendre en compte l'ensemble des critères du développement durable. Ce nouveau schéma, issu d'une large concertation, se veut outil de transversalité. Il implique tous les partenaires engagés dans le développement touristique et a pour vocation de contribuer à la performance de tout notre territoire !

AU CŒUR DE LA STRATÉGIE D'ANJOU TOURISME : DÉVELOPPEMENT DURABLE, INVESTISSEMENT, INNOVATION ET NUMÉRIQUE, VALORISATION de tous les patrimoines dans tous les territoires.

Philippe Chalopin
Président du GIP Anjou tourisme

LES PRINCIPALES MISSIONS DE L'AGENCE



©Dominique Drouot



Développer l'attractivité de l'Anjou pour les touristes en valorisant une offre touristique globale



Prospecter en France et à l'étranger pour implanter de nouvelles entreprises touristiques



Accompagner la création et faciliter le développement des entreprises implantées



Développer, structurer et qualifier l'offre en vue de sa mise en marché



Consolider et partager la connaissance du territoire en matière d'observation



Assurer la promotion marketing de la destination Anjou en France

LE TOURISME, UNE POLITIQUE PUBLIQUE

Le tourisme est une activité économique majeure qui contribue à l'attractivité et au développement des territoires et des commerces. C'est une compétence partagée entre tous les niveaux de collectivités locales (Département, intercommunalités, communes), les Offices de tourisme et Anjou tourisme grâce à une organisation bien définie.



Anjou tourisme

- ▶ Groupement d'intérêt public créé le 27/11/2019 = Anjou tourisme + le service tourisme du Département
- ▶ Gouvernance : conseils d'administration et assemblées générales avec les Offices de tourisme et l'ensemble des professionnels du tourisme
- ▶ Financement : Département et EPCI
- ▶ Statut hybride : les personnels sont contractuels de droit public

FINALITÉ DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Le schéma touristique de l'Anjou constitue un véritable vecteur de développement économique en :

- ▶ Planifiant le développement touristique départemental à moyen et à long terme en lien avec les politiques régionales et locales.
- ▶ Répondant aux besoins des clientèles touristiques actuelles et futures afin de rester compétitif sur un marché fortement concurrentiel.
- ▶ Disposant d'un cadre de référence permettant d'orienter les initiatives et d'optimiser les investissements publics et privés.
- ▶ Développant l'attractivité globale du territoire garantissant un cadre de vie de qualité.

LES CHIFFRES CLÉS



©Sébastien Courcier



1,1 milliard d'euros
de chiffre d'affaires
lié au tourisme

Source : Solutions&Co/INSEE des
Pays de la Loire - 2018



7 200 emplois
liés au tourisme

Source : Solutions&Co/INSEE des
Pays de la Loire - 2018



1^{re} destination
touristique en part de
marché des touristes
français, département
campagne

Source : DGE - 2018



13,4 millions
de nuitées en Anjou,
dont 71 % françaises
et 29 % étrangères

Source : Anjou tourisme/
Flux Vision Tourisme - 2019



90 villages touristiques
labellisés

Source : Anjou tourisme - 2021



+ de 160 sites
touristiques à visiter

Source : Anjou tourisme - 2021



+ de 1 000 km
d'itinéraires vélo-loisir

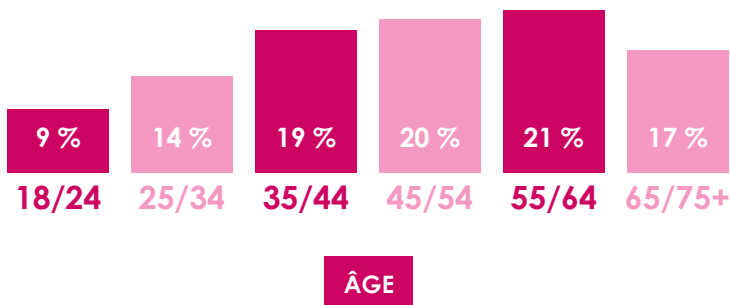
Source : Anjou tourisme - 2021



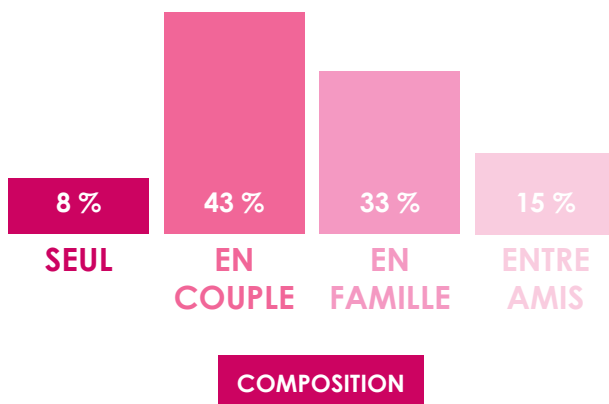
80 millions d'euros
moyenne annuelle
des investissements
touristiques en Anjou
(hors restauration)

Source : TBIT Atout France - 2019

PROFIL DES CLIENTÈLES



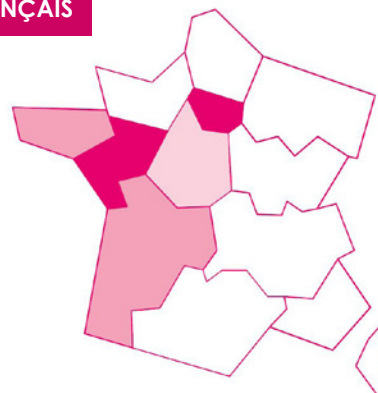
Source : Anjou tourisme/enquête de clientèle touristique - 2021



Source : Anjou tourisme/enquête de clientèle touristique - 2021

PROVENANCE DES TOURISTES

FRANÇAIS



Pays de la Loire	▶ 24 %
Île-de-France	▶ 22 %
Nouvelle-Aquitaine	▶ 10 %
Bretagne	▶ 9 %
Centre-Val de Loire	▶ 7 %

INTERNATIONAUX

1/ ROYAUME-UNI	▶ 15 %
2/ ALLEMAGNE	▶ 12 %
3/ PAYS-BAS	▶ 11 %
4/ BELGIQUE	▶ 9 %
5/ ESPAGNE	▶ 6 %

Source : Anjou tourisme/Flux Vision Tourisme - 2019

LA CHAÎNE DE VALEUR DU TOURISME



UN SYSTÈME À COORDONNER



COMMERCE ALIMENTAIRE

- ▶ Producteurs locaux/circuits courts
- ▶ Marchés
- ▶ Restauration traditionnelle/gastronomique
- ▶ Commerces de bouche/cafés/bars

TRANSPORT À DESTINATION

- ▶ Routier
- ▶ Ferroviaire
- ▶ Aérien
- ▶ Sites collaboratifs
- ▶ Grandes itinérances douces



Les activités de soutien

TRANSPORT SUR PLACE

- ▶ Routier
- ▶ Ferroviaire
- ▶ Fluvial
- ▶ Mobilités douces



COMMERCE NON ALIMENTAIRE, SERVICE

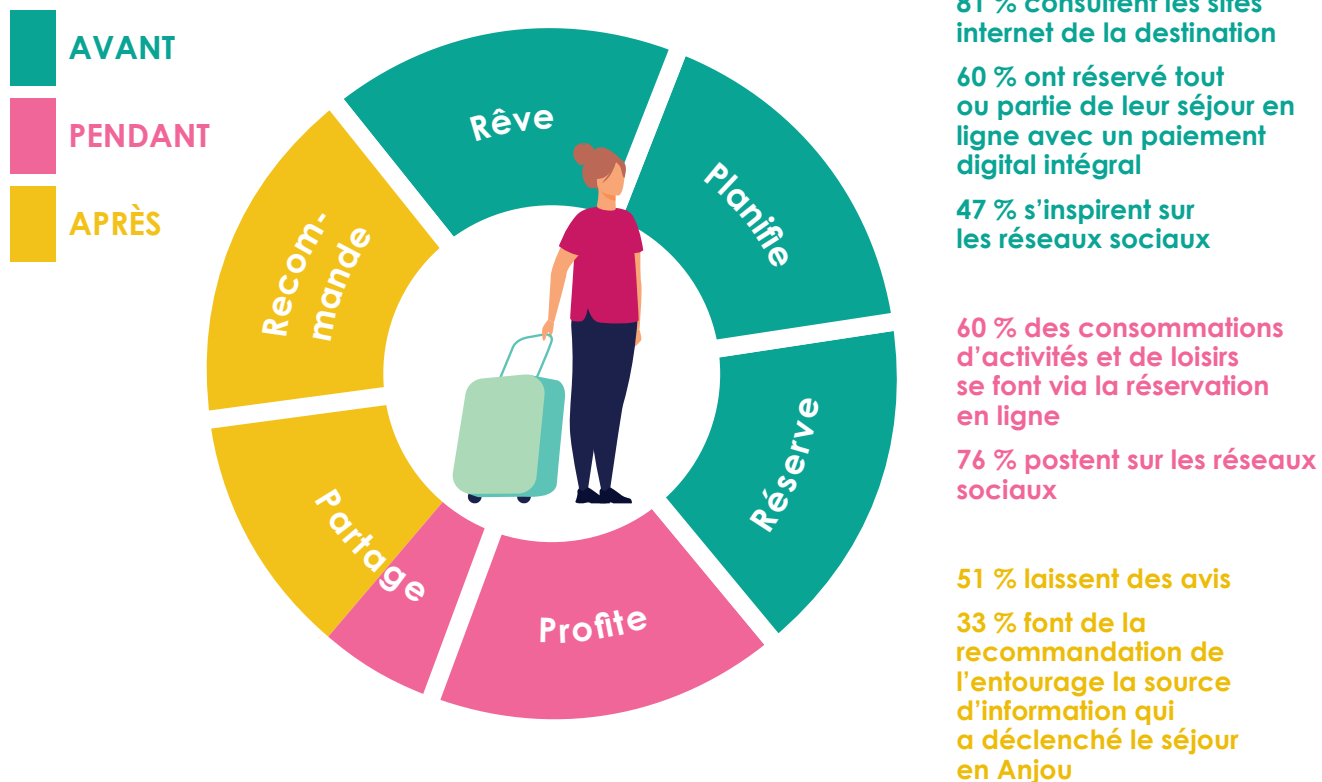
- ▶ Maison (équipement)
- ▶ Divers
- ▶ Services



Afin de répondre aux besoins de la clientèle touristique, il est nécessaire de prendre en compte toutes les étapes de la chaîne de valeur du tourisme.

LE CYCLE DE VIE DU TOURISTE

C'est un enjeu pour la destination d'accompagner les clients à chaque étape du cycle du voyageur (avant/pendant/après).



Sources : Baromètre Opodo/Raffour interactif - 2021 / Étude Ademe Nouvelle-Aquitaine et E6 Consulting - 2020
Enquête clientèle Anjou tourisme - 2021

LES 10 GRANDES TENDANCES NATIONALES DU TOURISME

1 ► La quête de sens (voyageurs) et d'identité (habitants) : nouveaux leviers du marketing territorial

2 ► Le numérique toujours plus au cœur du cycle de vie du touriste : de la séduction à la fidélisation, en passant par la mise en vente

3 ► Le développement du tourisme de rendez-vous (affaires & événementiel grand public) et de rencontres/retrouvailles (besoin de créer du lien)

4 ► L'intermodalité devient une priorité pour l'accessibilité des offres

5 ► Près d'un tiers des habitants en France ne partent pas en vacances*

6 ► Le réveil des éco-consciences et de l'éthique

7 ► La nécessité de résilience pour s'adapter en permanence aux crises sanitaires, politiques, écologiques

8 ► L'hyper-touriste : un touriste désormais expert, exigeant, connecté, individualiste...

9 ► Du slow mouvement à la recherche de nature et bien-être (santé) et d'expériences uniques et personnalisées

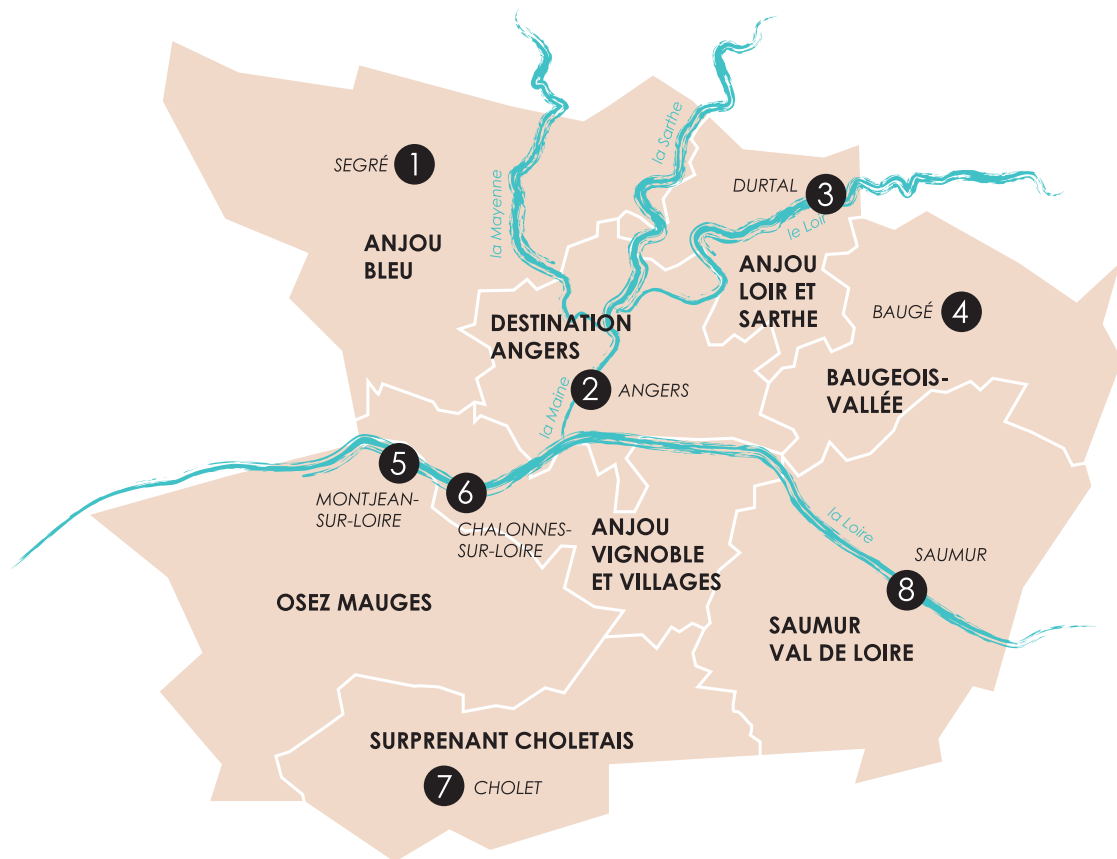
10 ► Un intérêt croissant des touristes et investisseurs pour les destinations authentiques, préservées

*Source : CREDOC - 2021



LES 8 DESTINATIONS DE L'ANJOU

L'Anjou est une destination multifacette. Ses 8 territoires, aux ambiances et atouts bien définis, se complètent et constituent toute la diversité du tourisme en Anjou.



1 ► LE GRAND BLEU

Ici, le bleu est roi. Ardoise, il s'apprivoise au centre de la Terre, dans les mines qui ont fait sa richesse au siècle dernier. Fluvial, il est omniprésent grâce aux rivières rythmées d'écluses. L'Anjou bleu se dévoile lors d'expéditions insolites : plongée, grimpe, canikart... et se découvre grâce à la Vélo Francette®. Un territoire détente pour prendre le temps d'explorer !

2 ► ANGERS, ENTRE VILLE ET NATURE

Celle qui a été élue « Ville la plus verte de France » accueille d'incroyables espaces de verdure proches du centre ville : Terra Botanica ou encore l'île Saint-Aubin. Au cœur d'itinéraires cyclables, les bords de Maine s'apprivoisent grâce à l'Angers Bike Tour, visite en deux-roues. Les amoureux d'art seront aussi séduits par des fresques sur les murs de la ville ou par la *Tenture de l'Apocalypse*, conservée dans l'une des galeries de l'imposant château.

3 ► VOGUER EN ANJOU, LOIR ET SARTHE

Le Loir et la Sarthe donnent un caractère bucolique à cette partie de l'Anjou. Sur la Sarthe, La Gogane est le spot idéal pour observer la faune et la flore. Sur la terre ferme, le territoire foisonne de trésors ! L'Espace Air Passion, musée d'aéronautique, attire les passionnés et les curiosités patrimoniales sont célébrées en été lors du temps fort « Par-delà les Villages en Anjou ».

4 ► ÉTOURDISSANT BAUGEOIS

À l'image de ses clochers tors, le Baugeois a de quoi faire tourner la tête ! Sous ses airs de contrée paisible, il cache des manoirs et de belles demeures comme le château de Montgeoffroy. Il peut aussi se vanter d'accueillir, à Baugé, le Palais du roi René et l'apothicaire de l'Hôtel-Dieu ! Côté promenade, il abrite la forêt de Chandélais et peut miser sur La Vélobuissonnière® pour de belles sorties vélo !

5 ► PARENTHÈSE DANS LES MAUGES

Déconnexion garantie en bord de Loire où l'on ne compte plus les points de vue pour admirer le fleuve. Terre de savoir-faire, les Mauges témoignent d'un passé reconnu dans l'industrie de la chaussure et la production de plantes. Passionnés par leur métier, des entreprises du territoire ouvrent leurs portes au public. Des visites guidées à l'occasion de l'évènement « C'est quoi ton entreprise ? » qui séduit beaucoup.

6 ► VOYAGE ENTRE VIGNOBLE ET VILLAGES

Anjou Vignoble et Villages conjugue patrimoine et grands espaces. Des villages de carte postale jalonnent cette partie de l'Anjou, marquée par deux châteaux : Serrant et Brissac. Bordé par les paysages de Loire et les coteaux, le territoire est traversé par trois routes des vins. Mais les vignobles se découvrent aussi à pied ou à vélo grâce aux circuits balisés !

7 ► CHOLETAIS CHIC ET CHOC

Le Choletais est la capitale de la mode et du textile. Symbole de ce savoir-faire, le mouchoir de Cholet y est tissé et La Séguinière Outlet est la destination shopping par excellence ! Pour les mordus de sport, le territoire est un vrai terrain de jeu. Au choix, randonnée au lac de Ribou, ski nautique à l'étang des Noues, activités de loisirs à L'Autre Usine ou méditation au Parc Oriental de Maulévrier.

8 ► SURPRISES EN SAUMUR VAL DE LOIRE

Saumur Val de Loire surprend à coup sûr car une partie de son histoire se dessine dans les troglodytes. On visitera aussi les châteaux, l'abbaye royale de Fontevraud, le Bioparc de Doué-la-Fontaine et évidemment le vignoble avec ses domaines et ses maisons de fines bulles. Une destination à découvrir toute l'année, en famille, entre amis et à vélo !

FORCES ET FAIBLESSES DU TOURISME EN ANJOU



Les points forts

- ▶ L'Anjou, une « marque » contextuelle et historique, bénéficiant d'une reconnaissance à l'étranger, et de plus en plus appropriée par les acteurs locaux (communes, entreprises, professionnels, médias locaux...).
- ▶ Des paysages, une nature et une biodiversité remarquables à valoriser et à protéger : la Loire inscrite à l'UNESCO, les Basses Vallées Angevines, le vignoble Anjou-Saumur, le parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, les Rivières de l'Ouest®...
- ▶ Une communauté des amoureux de l'Anjou sur les réseaux sociaux #jaimelanjou au service de la promotion du territoire (200 000 fans), et une démarche de marque partagée engagée depuis quelques années.
- ▶ Une offre d'infrastructures propice au tourisme d'affaires & événementiel, notamment à Angers (Centre de Congrès Jean Monnier, Parc des Expositions, théâtre Le Quai) mais aussi de nombreux sites privés en espace rural (châteaux, manoirs...).
- ▶ Une situation au carrefour du grand Ouest et une accessibilité aisée (voiture/train) : idéal pour se retrouver lors de vacances en famille ou pour l'organisation d'un évènement privé ou d'affaires dans la région.
- ▶ Des « routes » touristiques structurantes à fort potentiel pour l'itinérance et la pratique du slowtourisme : La Loire à Vélo®, la Vélo Francette®, La Vélobuissonnière®, La Vallée du Loir à Vélo®, les routes des vins et villages, la Route de la Loire, le tourisme fluvestre sur les Rivières de l'Ouest®.
- ▶ Une offre touristique diversifiée et remarquable : châteaux, sites troglodytiques, parcs et jardins, parcs à thème, villes et villages labellisés... et plus de 700 sites inscrits et classés dans le département.
- ▶ Des sites atypiques/emblématiques de la région : les troglodytes, Terra Botanica, le Bioparc de Doué-la-Fontaine, le Parc Oriental de Maulévrier, la Mine bleue, le Cadre noir, l'abbaye royale de Fontevraud, le château d'Angers...

(11^e département français)



Les points faibles

- ▶ Un sentiment d'appartenance à l'Anjou inégal selon les territoires et une dualité (Maine-et-Loire/Anjou) persistante pouvant être un frein au déploiement et à l'appropriation de la marque.
- ▶ Une image encore trop neutre de la destination et une notoriété à révéler pour exister.
- ▶ Des professionnels inégalement engagés dans la transition écologique de leur établissement alors qu'il s'agit d'un enjeu fort pour les années à venir.
- ▶ Une accessibilité parfois compliquée de l'offre touristique en zone rurale, nécessitant d'avoir une voiture.
- ▶ De nombreux professionnels encore peu mis en marché, ne proposant pas toujours la réservation en ligne et faiblement actifs sur les nouveaux modes de communication digitale (ex : réseaux sociaux).
- ▶ Un grand nombre de petits sites touristiques ne faisant pas assez évoluer leur offre (stagnation ou baisse des visiteurs) : manque d'innovation ou d'investissement dans la requalification et la modernisation de l'offre (châteaux, musées...).
- ▶ Une saisonnalité qui reste très marquée sur certains secteurs géographiques (ex : Saumurois).
- ▶ Aucun site touristique en Anjou dans le classement des 100 premiers sites les plus visités en France (en nombre de visiteurs) et une relative faiblesse de notoriété des autres marques territoriales (villes/villages), des sites touristiques (sites/musées) et des événements du département en comparaison avec d'autres départements limitrophes.

10 ENJEUX POUR L'ANJOU

Pour conforter nos forces et réduire nos faiblesses, voici les 10 enjeux à relever pour le tourisme dans le département :

- 1 ► Définir une nouvelle collaboration :** coopération et contrats de destination avec les territoires, partenariats publics/privés.
- 2 ► Fédérer les territoires et les socio-professionnels** autour de la marque Anjou pour attirer et rayonner en France et à l'étranger.
- 3 ► Renforcer le sentiment d'appartenance** et l'identité « Anjou » auprès des habitants afin d'en faire les 1^{ers} ambassadeurs, prescripteurs de l'attractivité et de la promotion.
- 4 ► Accompagner les professionnels et les territoires** dans la transition écologique et le développement du slowtourisme.
- 5 ► Poursuivre les investissements** (modernisation des infrastructures existantes, nouveaux concepts...) afin de développer une offre touristique et de loisirs attractive et concurrentielle.
- 6 ► Faire de l'Anjou une destination attractive** toute l'année (tourisme de 4 saisons) en capitalisant sur les thématiques identitaires du territoire : œnotourisme, fluvial, vélo, végétal, patrimoine...
- 7 ► Diffuser les flux de visiteurs** sur l'ensemble du département grâce à la valorisation de l'itinérance et le développement de solutions multimodales de transport.
- 8 ► Favoriser le développement d'un tourisme** accessible à tous et « solidaire », au bénéfice du cadre de vie des habitants.
- 9 ► Observer l'offre et les clientèles** ainsi que les tendances et nouveaux concepts pour adapter la stratégie de développement et mener des campagnes marketing adaptées.
- 10 ► Développer la visibilité numérique** (des professionnels comme des territoires), afin de générer de la mise en relation sur le web (désintermédiation), de l'influence sur les réseaux sociaux et démultiplier la diffusion via l'Open Data.



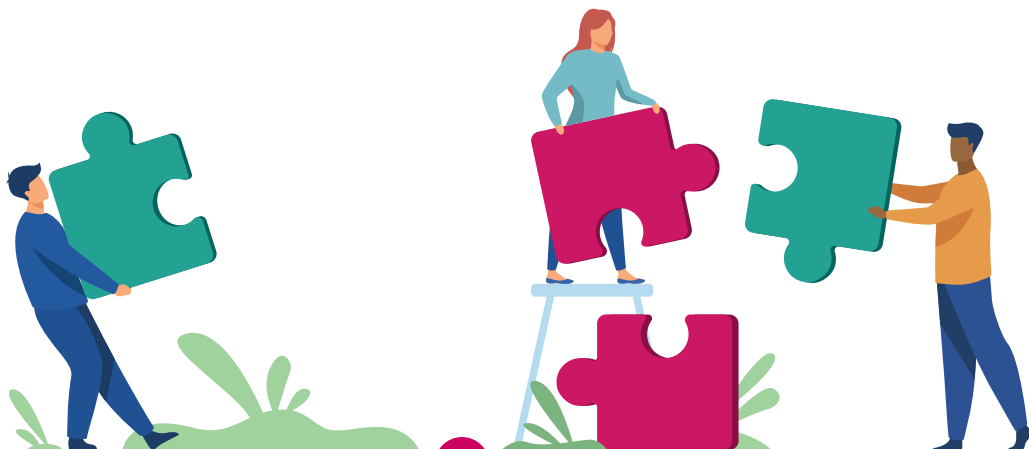
©Mathieu Génon

QUEL POSITIONNEMENT POUR L'ANJOU ?

identité & performance durable

2 VALEURS POUR ACCÉLÉRER ET SÉCURISER LA
PERFORMANCE TOURISTIQUE DE L'ANJOU

Construire un territoire de coopération autour de
l'identité « Anjou » et contribuer à l'attractivité par
le développement d'un tourisme responsable.



2 VALEURS CLÉS POUR LA STRATÉGIE

identité

- ▶ **AFFIRMER** les leviers de singularité et de performance propres à l'Anjou (œnotourisme, patrimoine, végétal, troglodytisme, vélo, festival d'Anjou, produits d'Anjou...).
- ▶ **UNIR** en renforçant les liens entre les territoires, les hommes et les socio-professionnels autour de la marque Anjou et d'un projet de territoire porteur de valeur et de sens.
- ▶ **DIVERSIFIER** en capitalisant sur les singularités des 8 territoires touristiques qui font la richesse de l'Anjou.
- ▶ **COOPÉRER** pour rayonner à l'échelle nationale et internationale.
- ▶ **MOBILISER** les habitants pour en faire les 1^{ers} ambassadeurs et prescripteurs de la destination Anjou pour le rayonnement du territoire.

performance durable

- ▶ **FAIRE CONVERGER** les forces, les initiatives, les politiques publiques pour la mise en œuvre d'un tourisme responsable.
- ▶ **MIEUX PRÉSERVER** les ressources.
- ▶ **SENSIBILISER** la population et les visiteurs à la biodiversité et aux espaces naturels du territoire.
- ▶ **FAVORISER** un tourisme et des loisirs solidaires, accessibles pour tous, mettant les habitants au cœur d'un modèle de développement plus efficient et propice à l'amélioration du cadre de vie.
- ▶ **ACCOMPAGNER** les professionnels dans la transition écologique, numérique et dans l'innovation.
- ▶ **VEILLER** à un tourisme soucieux de l'équilibre territorial (ville/campagne), en favorisant l'itinérance et le slowtourisme (vélo, fluvial, pédestre, équestre...).
- ▶ **DÉVELOPPER** une communication « responsable » et favoriser l'économie circulaire.

TOUJOURS PLUS DE COOPÉRATION

Anjou tourisme est convaincu de l'importance de la coopération pour mener à bien les projets touristiques du territoire. Se rassembler autour d'ambitions communes, s'unir à plusieurs acteurs, mutualiser les ressources et les moyens financiers et humains... Les opportunités de coopération sont nombreuses et Anjou tourisme souhaite œuvrer pour la réussite collective de l'Anjou, en appliquant l'adage : « Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin ».

Outils déployés par Anjou tourisme :

- ▶ Des contrats de destination
« Tourisme et territoires de l'Anjou »
- ▶ La coordination des politiques publiques et des territoires
- ▶ Des appels à projets
- ▶ Des partenariats public/privé
- ▶ Des clubs filières et métiers

Modalités :

- ▶ Mutualisation des idées, des moyens, des stratégies, des projets
- ▶ Innovation et développement de l'offre
- ▶ Confiance entre organismes de gestion de destination et acteurs professionnels



CRÉER UNE DESTINATION D'EXCELLENCE AVEC UN TOURISME RESPONSABLE



La démarche Passeport Vert est un dispositif international porté par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement dont l'objectif est de créer des destinations d'excellence sur le plan du tourisme durable. Le programme consiste à traduire et appliquer les 17 objectifs de développement durable (ODD) de l'ONU pour le secteur touristique. Cet engagement fait l'objet d'une convention avec l'ONU, signée en mai 2021 pour une durée de 5 ans.

Passeport Vert est un outil d'accompagnement permettant la transformation du secteur touristique en Anjou via l'application des ODD. Concrètement, le programme d'actions se traduira par :

- ▶ Le pilotage et la mise en synergie de l'ensemble des acteurs touristiques,
- ▶ La valorisation de l'offre responsable,
- ▶ Le renforcement de notre identité,
- ▶ Le développement de la vitalité du territoire,
- ▶ La création de valeur économique locale,
- ▶ La mesure et la maîtrise des impacts du tourisme (eau, énergie, gaz à effet de serre, déchets, ressources, emplois, etc.) à l'aide d'indicateurs précis,
- ▶ La protection et la valorisation du patrimoine naturel,
- ▶ La promotion des modes de déplacement doux.

LES AXES STRATÉGIQUES DE L'ANJOU

identité & performance durable



**#1
TRANSFORMER
DURABLEMENT**

**pour un tourisme
écoresponsable,
éthique et
solidaire**

FICHES 1 à 7

**#2
INVESTIR &
DÉVELOPPER**

**dans
une logique
d'excellence et
d'innovation de
l'offre touristique**

FICHES 8 à 13

**#3
ACCOMPAGNER
LA TRANSITION
NUMÉRIQUE**

**des professionnels
et des territoires**

FICHES 14 à 18

**#4
AFFIRMER &
RAYONNER**

**en capitalisant
sur l'identité
et la notoriété
de l'Anjou**

FICHES 19 à 25

**Un principe de coopération et un engagement durable
pour une réussite collective.**

LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES



#1 TRANSFORMER DURABLEMENT



pour un tourisme écoresponsable,
éthique et solidaire

FICHE 1 ► Contribuer à la cohérence des politiques publiques en matière de développement durable et faciliter le partage des informations sur les mesures écoresponsables

FICHE 2 ► Encourager les circuits courts

FICHE 3 ► Favoriser la préservation des ressources

FICHE 4 ► Soutenir le développement des mobilités utilitaires et l'offre multimodale

FICHE 5 ► Développer un tourisme de découverte de la nature et de sa biodiversité

FICHE 6 ► Favoriser un tourisme solidaire, accessible à tous et faciliter l'emploi

FICHE 7 ► Développer une communication responsable auprès des visiteurs



FICHE 1 ► **Contribuer à la cohérence des politiques publiques en matière de développement durable et faciliter le partage des informations sur les mesures écoresponsables**

CONSTAT

Le développement durable est un sujet intégré aux instances de tous les niveaux de collectivités territoriales depuis plusieurs années. Mais, le tourisme n'a pas toujours été réellement inclus dans ces politiques. En parallèle, depuis la crise sanitaire, le secteur touristique a réalisé l'importance d'intégrer les principes de développement durable à ses plans de développement. On peut notamment citer ADN Tourisme qui a publié fin 2021 son *Manifeste pour un tourisme responsable* construit autour de 10 engagements forts. Le plan de relance porté par l'ADEME a également, pour la première fois en 2021, intégré des dispositifs propres au secteur touristique afin d'accompagner les professionnels dans leur transition écologique.

Il est nécessaire de réussir à lier les politiques publiques et les différentes initiatives territoriales dans le but de créer une synergie efficace entre les différentes parties prenantes du tourisme en Anjou (Département, Offices de tourisme, EPCI, ADT...) et de les amener vers des actions communes permettant d'agir concrètement sur le développement durable de notre territoire.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Organiser un « club Passeport Vert » intégrant les parties prenantes dans le but de travailler sur des projets communs (formation, édition de guides pratiques, retour d'expérience, actions de sensibilisation...), d'identifier les besoins/ problématiques de chaque territoire et observer l'évolution**
- **Organiser une veille et la diffuser auprès des acteurs : tendances, bonnes pratiques, projets innovants, financements, appels à projets (en particulier sur le volet développement durable pour soutenir le projet Passeport Vert sur le territoire)**
- **Coopérer avec les instances départementales, régionales et nationales afin de développer et valoriser le tourisme responsable**



FICHE 2 ► Encourager les circuits courts

CONSTAT

Le recours aux circuits courts est une solution efficace permettant de promouvoir l'économie locale, de réduire les émissions de carbone des transports et, dans certains cas, de minimiser la production de déchets. *42 % des Français s'approvisionnent régulièrement de la sorte.

Malgré cela, les ventes ne représenteraient qu'entre 7 % et 15 % du marché alimentaire, une part encore faible notamment quand on la compare à d'autres pays comme le Japon où la consommation de produits locaux représente 50 %.

De nombreux listings ont d'ores et déjà été réalisés par des instances comme les Chambres d'agriculture ou répertoriés sur des sites en ligne de manière volontaire. Ces solutions sont souvent méconnues des prestataires touristiques qui ne savent pas que l'information existe ou ignorent où la chercher. Il est donc primordial de réussir à mettre en lien l'offre de producteurs et d'artisans locaux avec la demande croissante de prestataires touristiques voulant se fournir localement ou souhaitant indiquer à leur clientèle des adresses locales.

Dans son plan développement durable, le conseil départemental a pris en compte ce sujet, notamment à destination des agents. Une extension au secteur du tourisme apparaît pertinente.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

► Favoriser l'approvisionnement des restaurateurs, des hébergeurs et des sites de visite en produits locaux via la création d'une base de données recensant les producteurs, artisans locaux...

► Encourager les regroupements d'achats notamment dans les produits d'entretien écolabellisés ou naturels (via un référencement des fournisseurs labellisés) et efficaces



© Laurent Gaudard

*Source : enquête du ministère de l'Agriculture - 2013



FICHE 3 ► Encourager la préservation des ressources

CONSTAT

L'activité touristique génère une surconsommation de ressources due aux pics de fréquentation sur les territoires mais aussi aux pratiques des ménages qui changent une fois sur leur lieu de vacances en fonction des activités pratiquées. En effet, selon un rapport du ministère de l'Économie et des Finances*, les Français consomment en moyenne, en vacances, 230 litres d'eau par jour et par personne, alors que la consommation moyenne annuelle est de 146 litres d'eau par jour et par personne (selon Eaufrance 2016). Ces pics de consommation peuvent se traduire par des périodes de stress hydrique pouvant créer des conflits d'usages entre les zones touristiques et des secteurs comme l'agriculture ou l'hydroélectricité qui consomment également beaucoup d'eau.

En parallèle de la question du partage des ressources, se pose également celle de la gestion et du traitement des déchets plastiques retrouvés notamment aux abords des points d'eau ou le long des sentiers. C'est donc un enjeu primordial que de réussir à maîtriser ces impacts par le biais d'actions de sensibilisation et par la mise en place de solutions alternatives aux pratiques actuelles.

*L'eau du futur, enjeux et perspectives pour les entreprises du secteur - juin 2019

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Accompagner les professionnels dans une démarche d'affichage environnemental
- Réduire le gaspillage alimentaire en accompagnant les restaurateurs (appel à manifestation d'intérêt, édition de guides pratiques, utilisation de Too Good To Go)
- Encourager la réduction des déchets plastiques en proposant des solutions alternatives et des formations au zéro déchet
- Inciter le développement d'une flotte de bateaux à motorisation électrique et développer des bornes multiservices (eau, électricité, aspiration des eaux usées...)





FICHE 4 ► **Soutenir le développement des mobilités utilitaires et l'offre multimodale**

CONSTAT

Selon le bilan des émissions de gaz à effet de serre du tourisme publié en avril 2021*, l'impact carbone d'un touriste est majoritairement lié aux émissions générées par les transports (elles représentent 57 % des émissions de GES pour un touriste de France métropolitaine et 88 % des GES pour un touriste étranger). Afin d'atténuer ce bilan carbone, il est donc primordial de développer et de favoriser le recours aux mobilités douces sur notre territoire.

L'Anjou est favorisé par une politique cyclable forte déjà engagée depuis de longues années. Tout en continuant à développer le cyclotourisme, il est nécessaire d'étendre cette politique au développement global des mobilités douces, en s'appuyant notamment sur les mobilités utilitaires développées par le Département et pouvant être utilisées par les visiteurs.

*Bureau d'études Atemia

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Encourager le prêt de vélo sur les lieux d'hébergement et à proximité des gares**
- **Accompagner le Département dans la stratégie de développement du vélo utilitaire (en particulier pour faciliter la circulation à vélo entre les hébergements et les sites structurants vers les centres-bourgs)**
- **Construire une offre produit « On vient vous chercher à la gare »**
- **Inciter au développement d'une offre alternative et durable pour connecter les hébergements en périphérie des centres-villes (mini-bus électriques)**
- **Valoriser les offres de transports alternatifs (vélo, bus...) sur anjou-tourisme.com**





FICHE 5 ► Développer un tourisme de découverte de la nature et de sa biodiversité

CONSTAT

Avec 316 ZNIEFF (Zones Naturelles d'Intérêt Écologique Floristique et Faunistique), 89 espaces naturels sensibles, 34 espaces protégés et gérés et 14 zones Natura 2000, l'Anjou bénéficie d'une biodiversité riche, diverse et préservée. Elle est mise en avant par le Département, notamment lors de ses « Rendez-vous Nature », et par un acteur majeur du territoire : le Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine.

Anjou tourisme souhaite renforcer les démarches de préservation et d'interprétation de la biodiversité déjà présentes sur son territoire afin de faire découvrir à ses visiteurs les richesses environnementales et de les sensibiliser à l'importance de leur préservation.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Coopérer avec le service environnement du Département dans la valorisation des « Rendez-vous Nature » en Anjou
- Accompagner et soutenir les collectivités dans le développement des sentiers d'interprétation pour sensibiliser les visiteurs sur les richesses environnementales
- Identifier et valoriser les espaces naturels remarquables et à vocation touristique et de loisirs à dimension départementale sur les outils de communication





FICHE 6 ► Favoriser un tourisme solidaire, accessible à tous et faciliter l'emploi

CONSTAT

En 2019, 23,8 % de Français indiquaient ne pas pouvoir partir en vacances par faute de moyens, selon l'Observatoire des inégalités.

Afin de développer une réelle politique de développement durable au sein d'Anjou tourisme, il est primordial de prendre en compte le volet social et de favoriser l'accessibilité des vacances pour tous mais également de maintenir un secteur touristique fort, créateur d'emploi.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Favoriser l'accessibilité des sites touristiques, hébergements... en déployant le label Tourisme & Handicap
- Construire une offre accessible pour les familles nombreuses en partenariat avec les sites de visite « Pass famille nombreuse Anjou »
- Identifier et accompagner des collectivités au dispositif « station de tourisme famille » (base de loisirs avec plans d'eau, hébergement, restauration...) favorable à un tourisme et des loisirs de proximité
- Développer le Chèque-Vacances Connect en partenariat avec l'ANCV (Agence Nationale pour les Chèques-Vacances) dans les structures touristiques et développer la connexion avec les outils de la place de marché
- Encourager et promouvoir le tourisme participatif : Wwoofing (apprentissage dans les fermes biologiques), Workaway...
- Faciliter la vente et la reprise des entreprises touristiques



FICHE 7 ► Développer une communication responsable auprès des visiteurs

CONSTAT

De nombreuses initiatives en matière de tourisme responsable sont déjà présentes sur notre territoire : acteurs engagés, protection de zones naturelles et de la biodiversité, programmes de sensibilisation... Elles ne sont néanmoins pas toujours identifiées comme offres durables et mises en avant dans les communications d'Anjou tourisme et des prestataires. L'enjeu est de valoriser ces initiatives afin de faire connaître l'Anjou en tant que territoire engagé, désireux de protéger son environnement.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Définir et organiser le sourcing des offres touristiques responsables de la destination
- Faire évoluer tous les supports de la destination (print, web, réseaux sociaux, presse...) pour valoriser en priorité les produits et offres « tourisme responsable »
- Valoriser la communication et compréhension des labels d'excellence sur le print et le web
- Développer une mise en marché durable du territoire en rajoutant des critères de développement durable dans les bases de données
- Sensibiliser les touristes et habitants (panneaux, kits de communication...) à la richesse de la biodiversité et au respect de la nature
- Sensibiliser les clients des hébergements et des sites touristiques aux pratiques responsables de développement durable (kits de communication, affichage...)

LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES



#2 INVESTIR & DÉVELOPPER



**dans une logique d'excellence
et d'innovation de l'offre touristique**

FICHE 8 ▶ Observer l'offre, les clientèles et les nouvelles tendances

FICHE 9 ▶ Moderniser l'offre touristique et prospecter de nouveaux investisseurs

FICHE 10 ▶ Créer une démarche d'excellence touristique en qualifiant l'offre des sites, des hébergeurs...

FICHE 11 ▶ Encourager le développement et la valorisation de l'itinérance douce

FICHE 12 ▶ Développer, innover et structurer l'offre des filières stratégiques

FICHE 13 ▶ Embellir et valoriser les villages et les routes touristiques de l'Anjou



FICHE 8 ► **Observer l'offre, les clientèles et les nouvelles tendances**

CONSTAT

L'Observatoire du tourisme départemental constitue un outil essentiel pour comprendre concrètement ce qu'il s'y passe en matière d'offre, de clientèle, de fréquentation ou encore de retombées économiques... Ce véritable tableau de bord du tourisme local est un outil d'aide à la décision précieux pour les collectivités locales ainsi que pour les professionnels du tourisme dans leur stratégie marketing et de développement.

Derrière l'observation touristique se cachent en réalité 5 grandes thématiques :

- Le recensement de l'offre touristique de son territoire
- Le suivi de la fréquentation
- Les caractéristiques et comportements des clientèles
- Les retombées économiques
- L'image, la notoriété et l'e-réputation du territoire

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Poursuivre l'observation en continu de l'offre, des clientèles et des filières en Anjou pour accompagner la stratégie touristique des territoires et des professionnels
- Créer des « portraits tourisme de territoires » permettant d'analyser finement les clientèles et l'évolution de l'offre sur chaque EPCI
- Réaliser des études et enquêtes spécifiques pour mieux accompagner le Département et les territoires dans la stratégie de développement
- Enrichir l'Observatoire départemental de données économiques et financières
- Enrichir l'Observatoire départemental de données développement durable
- Organiser une veille et la diffuser auprès des acteurs : tendances, bonnes pratiques, projets innovants, financements, appels à projets (en particulier sur le volet développement durable pour soutenir le projet Passeport Vert sur le territoire) via l'espace professionnel



FICHE 9 ► **Moderniser l'offre touristique et prospector de nouveaux investisseurs**

CONSTAT

Face à la concurrence accrue des destinations et des produits touristiques en France et dans le monde, les évolutions rapides des nouvelles technologies et des solutions innovantes ainsi que les évolutions des attentes des consommateurs ; le développement ainsi que la modernisation et la requalification des équipements touristiques de la destination Anjou sont indispensables pour rester compétitif et attractif.

La complexité de réalisation d'un projet touristique, tant sur les aspects marketing, juridique, financier, communication, commercialisation... nécessite une expertise en ingénierie touristique dont dispose rarement les collectivités et les porteurs de projets. L'appui de l'Agence départementale du tourisme de l'Anjou constitue à ce titre une aide précieuse pour la concrétisation des projets. Plus de 100 porteurs de projets, professionnels ou collectivités sont accompagnés en moyenne chaque année par le service ingénierie de l'agence.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Accompagner en ingénierie les collectivités dans la requalification, la modernisation ou l'investissement d'un équipement touristique : camping, base de loisirs, site...**
- **Conseiller et accompagner de façon personnalisée des professionnels et porteurs de projets/investisseurs privés dans l'aboutissement de leur projet : hôtel, camping, hébergement chez l'habitant...**
- **Animer les rencontres mensuelles ou bimestrielles des porteurs de projets hébergement chez l'habitant**
- **Mettre en place des outils d'accompagnement et de communication à destination des porteurs de projets**
- **Renforcer la collecte des biens fonciers et immobiliers en vente et la prospection de nouveaux investisseurs en France et à l'étranger**



FICHE 10 ► **Créer une démarche d'excellence touristique en qualifiant l'offre des sites, des hébergeurs...**

CONSTAT

Le développement des recommandations et des avis sur Internet ainsi que la montée continue des exigences de la clientèle nécessitent pour les professionnels du tourisme le développement d'une offre de qualité pour rester compétitif. Les démarches de certification ou de labellisation permettent à la fois aux professionnels de monter en compétence dans leur qualité d'accueil et d'améliorer l'expérience touristique des visiteurs. Elles offrent aussi aux voyageurs une assurance sur la qualité et le standard des prestations proposées. Ces démarches d'excellence touristique de l'offre participent au rayonnement et à l'image de la destination Anjou. Chaque année, ce sont en moyenne 40 professionnels du tourisme de l'Anjou qui sont accompagnés pour mieux qualifier et labelliser leur offre (Tourisme & Handicap, Qualité Tourisme™, classement des meublés de tourisme, Accueil Vélo®, Accueil Pêche...).

L'enquête clientèle du tourisme de l'Anjou de 2021 révèle un taux de satisfaction élevé sur le territoire, tant au niveau de l'accueil de la population, de la qualité des prestations que du taux de recommandation et de fidélisation (80 % des clientèles ont l'intention de revisiter l'Anjou*). Ces démarches sont donc à poursuivre et à amplifier dans les années à venir pour répondre aux attentes des visiteurs toujours plus exigeants.

*Enquête réalisée par Anjou tourisme auprès de 5 900 personnes de mai à novembre 2021.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Accompagner les sites de visite vers la marque Qualité Tourisme™
- Accompagner, classer les gîtes et locations en meublés de tourisme
- Coordonner la démarche de labellisation Chambre d'hôtes référence® sur les territoires
- Déployer et animer le label national Vignobles & Découvertes en le faisant évoluer vers une approche plus durable
- Poursuivre le développement de la marque Accueil Vélo®
- Accompagner les professionnels dans l'obtention de labels développement durable
- Développer le label Accueil Équestre et Accueil Pêche chez les hébergements



FICHE 11 ► **Encourager le développement et la valorisation de l'itinérance douce**

CONSTAT

L'Anjou est devenu en quelques années une véritable destination pour l'itinérance : un réseau cyclable de plus de 1 000 km d'itinéraires vélo-loisirs, comprenant 1 itinéraire européen (La Loire à Vélo®), 3 itinéraires nationaux ou structurants (La Vélo Francette®, La Vallée du Loir à Vélo®, La Vélobuissonnière®), une vingtaine de boucles cyclables, près de 4 000 km de sentiers de randonnée inscrits au PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée)...

La pratique du vélo en France est en constante évolution. Elle s'inscrit dans la tendance slow tourisme, génère des retombées économiques conséquentes pour les professionnels et les territoires et permet d'allonger la saison touristique. Par ailleurs, le succès de la randonnée pédestre (3^e activité pratiquée par les visiteurs lors d'un séjour en Anjou*) mais aussi le développement des pratiques équestres, VTT et d'autres émergentes (trail, gravel...) nécessitent de poursuivre le travail engagé en faveur d'itinéraires de qualité et sécurisés et le développement des services associés pour satisfaire la clientèle touristique et en faire un véritable argument de séjour en Anjou.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Poursuivre et soutenir le maillage des itinéraires vélo-loisirs, en développant les boucles et en créant des connexions interdépartementales
- Poursuivre le développement et la qualité des services sur les itinéraires vélos
- Soutenir et accompagner les campagnes de promotion vélo (La Vélo Francette®, La Vallée du Loir à Vélo®, La Vélobuissonnière®...)
- Poursuivre le développement de circuits pédestres inscrits au PDIPR et développer des parcours de trail
- Accompagner les collectivités dans le développement d'itinéraires équestres et VTT
- Accompagner les professionnels et les collectivités dans le développement du nautisme sur les rivières de l'Anjou

*Enquête réalisée par Anjou tourisme auprès de 5 900 personnes de mai à novembre 2021.



FICHE 12 ► Développer, innover et structurer l'offre des filières stratégiques

CONSTAT

La personnalisation s'impose de plus en plus dans le marketing territorial, où les attentes sont fortes et les motivations ainsi que les clientèles diversifiées.

Il s'agit de proposer au consommateur averti une offre produit et des services (expérience touristique), non plus selon son groupe d'appartenance mais selon ses centres d'intérêt, son affinité... Pour répondre aux attentes et motivations de ces clientèles affinitaires, il est nécessaire de développer, d'animer et de valoriser l'offre des filières touristiques stratégiques au regard des avantages compétitifs de la destination : vélo, œnotourisme, fluvial, patrimoine (troglodyte, château, etc.)...

Pour structurer et organiser l'offre « affinitaire », Anjou tourisme constitue des groupes de travail ou des clubs en partenariat avec les acteurs de la filière.



©Mélanie Châtigneau

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Développer, innover et structurer l'offre « œnotourisme & agritourisme » en lien avec le Club œnotourisme Anjou
- Poursuivre le développement et la valorisation de l'offre fluviale des Rivières de l'Ouest®, la qualification et le déploiement des équipements et le soutien du Département dans les appels à projets des maisons éclusières
- Renforcer l'offre végétale dans les sites, hébergements, villages et itinéraires du département
- Développer une offre touristique innovante et durable qui concourt à la valorisation des sites patrimoniaux (châteaux, troglodytes, abbayes...)
- Animer et fédérer les sites de visite à travers la création d'un club de partenaires



FICHE 13 ► **Embellir et valoriser les villages et les routes touristiques de l'Anjou**

CONSTAT

L'Anjou est parsemé de villes et villages au patrimoine architectural et paysager de qualité et reconnu. La découverte des villes et villages, est d'ailleurs la 2^e activité la plus pratiquée par les touristes durant leur séjour en Anjou*. Ils constituent donc pour le territoire départemental un facteur d'attractivité important dont il faut poursuivre l'embellissement et la mise en tourisme, dans un souci de développement durable.

En effet, un diagnostic réalisé par Anjou tourisme révèle que plusieurs communes du département disposent d'un véritable potentiel pour adhérer à un label mais qu'il est nécessaire d'entreprendre des travaux d'embellissement et de mise en tourisme pour augmenter leur attractivité et ainsi générer des retombées économiques sur le territoire.

Les professionnels du tourisme et les élus du département considèrent à 91 %** comme important de soutenir et d'accompagner les collectivités dans l'embellissement et la valorisation touristique des communes en vue d'améliorer le cadre de vie des habitants et de renforcer l'attractivité touristique, notamment des zones rurales.

*Enquête réalisée par Anjou tourisme auprès de 5 900 personnes de mai à novembre 2021.

**Enquête départementale des acteurs socio-professionnels du tourisme et des élus réalisée dans le cadre de l'élaboration du Schéma Départemental de Développement Touristique 2022-2028.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Accompagner les collectivités dans la démarche de labellisation Villes et Villages Fleuris**
- **Accompagner les collectivités au diagnostic paysager et patrimonial et définir les communes pouvant viser l'obtention d'un label touristique (Petite Cité de Caractère®, Village de Charme, Station Verte...)**
- **Faire évoluer le label Village de Charme dans le cadre d'un label territorial identitaire à l'Anjou orienté vers le développement durable**
- **Réfléchir à une valorisation paysagère et végétale des routes touristiques de l'Anjou (Route de la Loire et routes des vins)**
- **Accompagner les collectivités et professionnels à l'accueil des camping-caristes et vans aménagés (aménagements, services)**
- **Valoriser le territoire à travers la signalétique touristique**

LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES



#3 ACCOMPAGNER LA TRANSITION NUMÉRIQUE



des professionnels et des territoires

FICHE 14 ► Soutenir les professionnels dans l'adaptation numérique

FICHE 15 ► Contribuer au développement de l'innovation via les startups

FICHE 16 ► Gérer et exploiter les données touristiques de la destination

FICHE 17 ► Adapter la plateforme web anjou-tourisme.com
aux nouveaux usages numériques

FICHE 18 ► Tendre vers un numérique responsable



FICHE 14 ► **Soutenir les professionnels dans l'adaptation numérique**

CONSTAT

À l'heure du tout numérique, les professionnels du tourisme sont confrontés à de nouveaux modes de consommation de la clientèle, de communication et de commercialisation. Afin d'être en capacité de réussir la transformation numérique, Anjou tourisme sensibilise et accompagne les acteurs avec le déploiement des outils eRESA de la Place de marché régionale et le soutien du programme de formations au numérique (Académie eTourisme).

L'enquête menée auprès des acteurs du tourisme en Anjou* exprime notamment le besoin de poursuivre l'accompagnement des professionnels dans les outils de commercialisation en ligne (82 % des répondants) et de renforcer le programme de formation au numérique (78 % des répondants). Ces démarches sont donc à poursuivre et à amplifier dans les années à venir pour répondre à cet enjeu et à ces attentes.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Poursuivre le déploiement et l'accompagnement des professionnels du tourisme de l'Anjou dans les outils eRESA de la Place de marché régionale
- Améliorer les fonctionnalités et les contenus de l'espace web à destination des partenaires de l'Anjou
- Mener une réflexion et déployer un outil permettant l'évaluation de l'e-réputation de la destination en partenariat avec les territoires
- Analyser comment le territoire est adapté à l'usage en mobilité : infrastructures (wifi, couverture réseau) et outils
- Établir une offre de formation coordonnée et des partenariats avec les acteurs (Solutions&Co, Office de tourisme, Chambre de Commerce et d'Industrie...) pour accompagner la transformation digitale des acteurs

*Enquête réalisée en 2021 auprès de plus de 300 professionnels du tourisme en Anjou.



FICHE 15 ► **Contribuer au développement de l'innovation via les startups**

CONSTAT

L'innovation est désormais une préoccupation majeure des destinations touristiques. C'est pourquoi la France a développé un système d'innovation touristique riche, comme l'illustre la création d'incubateurs et d'accélérateurs appartenant au réseau France Tourisme Lab. Dans ce cadre, Anjou tourisme a initié une collaboration avec le Tourisme Innovation Lab, cluster régional d'innovation touristique basé à Angers afin d'accompagner les initiatives entrepreneuriales (startups) et de favoriser l'expérimentation des projets innovants en résonance avec les ressources et valeurs du territoire (développement durable, tourisme expérientiel, filières identitaires...).

À l'ère des espaces virtuels, que l'évolution de la technologie rend de plus en plus accessibles, l'Anjou doit être un territoire précurseur dans ce domaine afin de revitaliser le tourisme et d'améliorer l'expérience client par les outils numériques (expériences immersives, réalité virtuelle et augmentée).

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Accompagner des startups et participer aux sélections/concours étudiants en lien avec l'axe développement durable et les filières identitaires**
- **Contribuer à la recherche de lieux d'expérimentation et d'accompagnements financiers et/ou techniques en lien avec l'axe développement durable et les filières identitaires**



©Christophe Martin



FICHE 16 ► **Gérer et exploiter les données touristiques de la destination**

CONSTAT

Dans un contexte où la donnée est surnommée « le nouvel or noir » de l'économie touristique, indispensable carburant à la promotion digitale d'un territoire, eSPRIT est le réseau des professionnels du tourisme (e-Système des Professionnels du Réseau d'Information Touristique des Pays de la Loire), ouvert aux professionnels, aux institutionnels et aux Offices de tourisme. C'est une base de données touristique régionale qui regroupe plus de 10 000 offres en Anjou et alimente plus de 80 sites Internet de destination et applications, représentant ainsi une formidable vitrine pour développer la notoriété et le chiffre d'affaires des professionnels du secteur.

Afin d'impulser un nouvel élan à la gestion mutualisée de ce projet avec les acteurs touristiques (Solutions&Co, Offices de tourisme et partenaires), Anjou tourisme souhaite redéfinir une organisation plus efficiente en tenant compte des évolutions technologiques favorisant l'interopérabilité et l'Open Data.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Établir un nouveau modèle d'organisation du réseau des co-producteurs de la donnée (technique, juridique, organisationnel)**
- **Coordonner et accompagner les co-producteurs de la donnée sur le territoire**
- **Établir de nouveaux partenariats « filières » dans une logique de mutualisation des données entre acteurs du territoire**
- **Optimiser la qualité de la donnée et automatiser la récolte de l'information auprès des professionnels**
- **Développer l'interopérabilité entre les bases de données**
- **Lancer une réflexion prospective collective sur les opportunités d'agrégation de la Data**
- **Établir une stratégie concertée de mise à disposition des données publiques et de la diffusion en Open Data**
- **Poursuivre la mise en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)**



FICHE 17 ► Adapter la plateforme web anjou-tourisme.com aux nouveaux usages numériques

CONSTAT

Avec la révolution numérique, le « cycle de vie du touriste » est désormais très digitalisé avec plus de 81 %* des touristes qui préparent leur voyage sur Internet et 60 %* qui réservent en ligne ! Par ailleurs, le mobile est devenu incontournable, avec plus de la moitié des voyageurs qui planifient leur voyage sur smartphone et 80 %* qui l'utilisent pendant le séjour.

L'enjeu pour une destination est d'accompagner les clients à chaque étape du cycle du voyageur (avant, pendant, après), et l'évolution rapide du secteur appelle à adapter constamment les supports digitaux. Dans ce cadre, la plateforme web anjou-tourisme.com devra répondre à l'attente de nos cibles (le touriste mais aussi l'habitant) et à l'explosion de l'usage en mobilité (Internet pendant le séjour) en cohérence avec la nouvelle marque de territoire.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Refondre la plateforme anjou-tourisme.com pour mieux répondre aux attentes et à l'usage dans une logique d'écoconception
- Améliorer la présentation cartographique de l'offre de loisirs nature et notamment des randonnées afin de faire du site anjou-tourisme.com un site de référence en la matière
- Développer les fonctionnalités et rubriques de la plateforme dans une logique « Internet de séjour »
- Poursuivre l'optimisation du parcours client et des taux de transformation dans une logique e-commerce

*Source : Baromètre Opodo/Raffour interactif - 2021



FICHE 18 ► **Tendre vers un numérique responsable**

CONSTAT

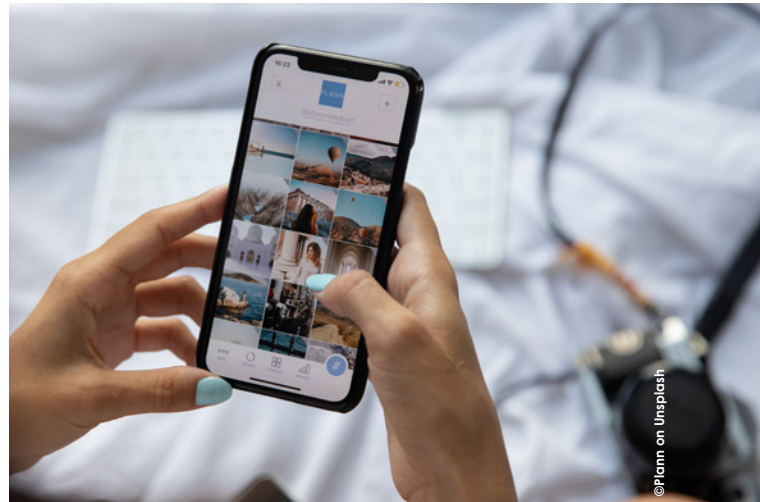
Le numérique, contrairement à nos idées reçues, pollue toujours davantage. En effet, l'impact environnemental du numérique est réel et croissant avec 4 % des GES (gaz à effet de serre) au niveau mondial, en croissance tendancielle de 8 %/an* (soit plus que n'importe quel autre secteur).

Par ailleurs, nous assistons à une accélération réglementaire de plus en plus perceptible afin de faire converger transition numérique et transition écologique, cf. Loi du 15 novembre 2021 n° 2021-1485 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France et à responsabiliser tous les acteurs du numérique : consommateurs, professionnels du secteur et acteurs publics. Notre ambition est de tendre vers une communication numérique plus frugale, qui choisit scrupuleusement ses outils, ses données et médias sociaux pour cibler et s'adresser efficacement à ses publics, afin d'engager une transformation numérique durable pour servir la performance économique du territoire.

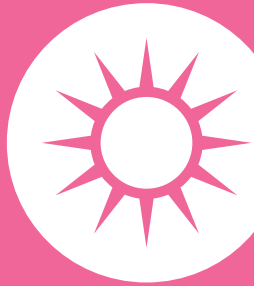
*Source : GreenIT, étude *Empreinte environnementale du numérique* - oct 2019

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- **Mettre en œuvre une sobriété numérique en tenant compte des impacts environnementaux dans la conception et le choix des outils utilisés**
- **Construire une communication accessible en prenant en compte l'expérience utilisateur dans le design des services numériques**
- **Mettre en œuvre une communication numérique éthique (collecte, protection et stockage des données personnelles)**



LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES



**#4
AFFIRMER
& RAYONNER**



**en capitalisant sur l'identité
et la notoriété de l'Anjou**

FICHE 19 ▶ Créer une nouvelle marque « Anjou »

FICHE 20 ▶ Développer une stratégie de contenus identitaires et responsables

FICHE 21 ▶ Déployer une boutique de produits identitaires et responsables

FICHE 22 ▶ Valoriser la fierté et l'accueil des acteurs locaux

FICHE 23 ▶ Construire des actions de promotion de visibilité nationale et internationale

FICHE 24 ▶ Poursuivre la visibilité numérique de la destination

FICHE 25 ▶ Soutenir les événements touristiques identitaires de l'Anjou



FICHE 19 ► Créer une nouvelle marque Anjou

CONSTAT

Faisant partition commune avec les acteurs de l'Anjou, Anjou tourisme s'est révélé précurseur dès 2013 dans l'adoption d'une stratégie territoriale partagée autour de la marque « Anjou cultivons l'Émotion ». Cette démarche touristique a notamment réuni 200 prestataires touristiques, ambassadeurs de la marque, et a permis la création d'une déclinaison #jaimelanjou dont la communauté est très active sur les réseaux sociaux. Désormais âgé de 8 ans, le style graphique de la marque est à moderniser et à adapter aux nouvelles tendances de communication.

Dans un contexte de forte concurrence territoriale sur les plans touristiques, économiques et résidentiels, Anjou tourisme est convaincu que la marque « Anjou » doit continuer d'affirmer son identité et de s'ancrer territorialement et durablement pour attirer les entreprises et touristes mais également développer la fierté d'appartenance des habitants.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Faire converger la stratégie d'attractivité départementale et la stratégie de marque touristique, en coordination avec le Département et ses organismes associés
- Définir une nouvelle plateforme de marque pour l'Anjou
- Construire l'univers d'expression graphique ainsi que les éléments de marque partagée
- Construire les outils de diffusion de cette marque (print, web, kit de promotion...)
- Consolider juridiquement l'existence de la nouvelle marque (dépôt, droits usages, CGU...)
- Déployer la marque et favoriser l'adhésion auprès des partenaires et ambassadeurs touristiques



FICHE 20 ► Développer une stratégie de contenus identitaires et responsables

CONSTAT

En lien avec l'ADN de l'Anjou et la stratégie globale de la marque, Anjou tourisme veille à proposer un contenu à forte valeur ajoutée, original et innovant. La destination est incarnée par une identité, des valeurs, une promesse et un univers visuel que les supports de communication papier, photo, vidéo, web et réseaux sociaux s'attachent à révéler. En 2021, la médiathèque Anjou tourisme dispose d'environ 3 000 photos, dont 300 auxquelles les professionnels et partenaires touristiques peuvent avoir accès gratuitement. Le magazine annuel, les cartes touristique, vélo et vignoble, ainsi que les supports digitaux sont le reflet du positionnement marketing choisi pour l'Anjou.

Les photos et vidéos réalisées suite à des commandes, ainsi que les portraits ou articles rédigés sont autant d'éléments de promotion et de valorisation de la destination. La mise en œuvre d'une stratégie de contenus marketing identitaires et responsables permet à l'Anjou de donner du sens à son offre et de se démarquer durablement.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Définir une stratégie de contenus impactante (ligne éditoriale, ligne photo, ligne réseaux sociaux, ligne presse...)
- Refondre tous les supports de communication de la destination (magazine, cartes, autre support...) dans une logique identitaire et écoresponsable
- Améliorer la complémentarité et transversalité des supports de la destination, en travaillant en synergie avec les Offices de tourisme et professionnels de l'Anjou
- Définir une stratégie de diffusion raisonnée
- Développer et moderniser la médiathèque de la destination, dans une logique identitaire et responsable





FICHE 21 ► Déployer une boutique de produits identitaires et responsables

CONSTAT

Par l'intermédiaire de la place de marché régionale, Anjou tourisme propose une vingtaine de séjours commercialisés en ligne sur anjou-tourisme.com. Ces offres existent en version datée ou non datée afin de répondre au mieux aux besoins de la clientèle. En 2021, et grâce à un partenariat avec les Maisons des vins de l'Anjou et la fédération viticole Anjou-Saumur, Anjou tourisme a créé une box « Curiosités d'Anjou » (type panier garni), constituée de produits gourmands et artisanaux, typiques de l'Anjou.

Que ce soit en amont pour déclencher des séjours et arrivées en Anjou, ou sur place pour proposer des produits locaux et souvenirs à rapporter, Anjou tourisme s'investit pour déployer une stratégie de produits identitaires de la destination et augmenter les retombées économiques locales. Le partenariat avec les acteurs économiques locaux est privilégié, et le respect des valeurs du développement durable est un prérequis.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Créer de nouveaux produits identitaires, en lien avec la plateforme de marque
- Créer de nouveaux séjours week-ends « Anjou » (box)
- Étoffer l'offre de la boutique en ligne avec des produits responsables et originaires de l'Anjou sur anjou-tourisme.com
- Développer une mise en marché durable du territoire (eRESA...)
- Organiser la diffusion des produits de la marque Anjou grâce aux partenariats locaux ou appels à projets
- Développer des partenariats renforcés avec les ambassadeurs de la marque « Anjou »





FICHE 22 ► Valoriser la fierté et l'accueil des acteurs locaux

CONSTAT

L'enquête 2021 auprès des professionnels de l'Anjou indique que 33 % des professionnels touristiques pensent que les habitants manquent de fierté pour être prescripteurs et ambassadeurs de l'Anjou. Pourtant, pour mieux promouvoir une destination à l'extérieur, il est primordial que la destination s'attache à activer ou réactiver le sentiment d'appartenance des acteurs locaux ; c'est un levier majeur des stratégies de marketing territorial. Les territoires performants partagent la capacité de développer chez les acteurs locaux un engagement, un état de mobilisation et un ensemble d'initiatives permettant de valoriser la destination (productions locales, artisanales, partage de bons plans, mobilisation humaine, prescription...). Que ce soit auprès de leurs proches, de leurs communautés via le bouche-à-oreille réel ou virtuel, les acteurs locaux, et notamment les habitants, ont un réel impact positif sur leur destination.

En 2021, le réseau des 200 000 fans #jaimelanjou constitue la 1^{re} communauté active de passionnés de l'Anjou.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Créer et déployer une charte « Accueil Anjou » auprès des hébergeurs et prescripteurs de la destination
- Valoriser les sites et prestataires qui proposent une boutique avec des produits de l'Anjou
- Proposer un kit « Bienvenue en Anjou » aux nouveaux arrivants/habitants
- Valoriser la fierté d'appartenance des habitants et les initiatives en faveur de la rencontre entre touristes et habitants
- Faire des fans de l'Anjou sur les réseaux sociaux #jaimelanjou des prescripteurs et ambassadeurs de la destination



FICHE 23 ► **Construire des actions de promotion de visibilité nationale et internationale**

CONSTAT

Entre 2018 et 2021, Anjou tourisme a coordonné de nombreuses campagnes de communication nationale (lancement de saison, plan de relance, Offrez l'Anjou pour les fêtes...) aux côtés des partenaires touristiques majeurs de la destination. Évènement sur Paris, affichage métro, urbain et gares SNCF, insertions en presse nationale, spots vidéo diffusés dans 700 cinémas ou en TV nationale sur France 2, France 3, France 5, générant plus de 3 millions de personnes touchées... Chaque année, Anjou tourisme compte également plus de 400 retombées presse liées à son action directe auprès des rédactions de médias locaux et nationaux.

La stratégie de communication 360° de l'agence cherche à combiner judicieusement une palette de médias (y compris le hors-média) pour parler au mieux à ses clientèles. Le développement des nouvelles technologies, mais également l'évolution importante des médias et de leur consommation impliquent de proposer des stratégies de communication toujours plus créatives, différenciées et efficaces. Les concepts de communication se déploient sur tous les supports, sur le digital et sur le offline, sur l'évènementiel ou la vidéo.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Organiser des campagnes de communication multi-partenariales pour conquérir de nouvelles clientèles nationales (lancement de saison)
- Désaisonnaliser la communication en organisant 2 à 3 campagnes de promotion, tout au long de l'année
- Participer aux actions de promotion étrangère, sur les marchés de proximité en partenariat avec Solutions&Co
- Construire une stratégie innovante de relations presse pour faire émerger la destination dans les médias à forte audience





FICHE 24 ► Poursuivre la visibilité numérique de la destination

CONSTAT

Face à la concurrence accrue des destinations et des géants américains, la visibilité numérique d'une destination est incontournable pour être présent « là où le client nous cherche ». Pour préparer son séjour, l'internaute voyageur s'inspire sur les réseaux sociaux et visite de nombreux sites via les moteurs de recherches (87 %* des internautes utilisent la recherche Google à un moment de leur parcours d'achat). L'Anjou est devenu en quelques années une destination parmi les plus visibles sur le web (top 10 des destinations départementales/ baromètre national référencement naturel) et sur les réseaux sociaux dans une logique de « marque média ».

Afin de conforter cette stratégie gagnante, il est nécessaire de poursuivre nos actions de webmarketing qui permettent d'affirmer le rôle de la vitrine anjou-tourisme.com, comme plateforme de mise en relation où l'offre et la demande se rencontrent, ainsi que la fréquentation de nos réseaux sociaux « J'aime l'Anjou » dans le top des destinations françaises (+ de 1,5 millions de vues/mois), tout en prenant le virage de la sobriété numérique et de la stratégie de contenu : « publier moins mais publier mieux ».

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Mettre en place des actions de référencement pour la visibilité de l'Anjou dans les moteurs de recherche
- Conforter la plateforme web anjou-tourisme.com comme le guide en ligne de l'Anjou en poursuivant le développement des guides de voyages par villes et villages, territoires, sites de visite...
- Poursuivre la montée en puissance de la communauté des fans de l'Anjou (#jaimelanjou) sur les réseaux sociaux au service de la promotion et des valeurs de la destination
- Mettre en œuvre des campagnes de publicité ciblées dans une logique « DATA marketing »
- Initier des partenariats avec les acteurs du territoire sur les réseaux sociaux « J'aime l'Anjou »

*ThinkwithGoogle France (insights consommateurs, tendances digitales)



FICHE 25 ► **Soutenir les événements touristiques identitaires de l'Anjou**

CONSTAT

Été comme hiver, des événements sont organisés sur l'ensemble du territoire de l'Anjou. Ils attirent de nombreux visiteurs et participent à l'attractivité globale de la destination. Les événements sont vecteurs de retombées économiques locales, notamment par l'achat et la consommation des visiteurs durant leur visite. Le Département de Maine-et-Loire et Anjou tourisme soutiennent les organisateurs d'événements et les acteurs du tourisme pour proposer des offres originales et cohérentes. L'enjeu de demain est également d'inciter les acteurs de l'événementiel touristique à tendre vers des pratiques respectueuses de l'environnement (gestion des déchets, transports...). L'événementiel crée du lien, fidélise les visiteurs et est créateur d'expériences.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- S'appuyer sur les événements touristiques toute l'année pour faire la promotion du territoire de l'Anjou
- Contribuer à renforcer la visibilité des événements majeurs de l'Anjou
- Organiser la Fête du Vélo en Anjou, et en faire un événement culturel et patrimonial de référence pour l'Anjou
- Apporter un soutien financier aux événements soucieux de leur politique de développement durable, et ambassadeurs de la marque Anjou
- Coopérer avec les événements touristiques locaux pour développer une dimension départementale



DES DISPOSITIFS FINANCIERS POUR RÉPONDRE AUX DÉFIS DU SCHÉMA



#1 TRANSFORMER DURABLEMENT

**pour un tourisme
écoresponsable,
éthique et solidaire**

#2 INVESTIR & DÉVELOPPER

**dans une logique
d'excellence et d'innovation
de l'offre touristique**

Des contrats « Tourisme

Un dispositif « tourisme responsable & solidaire »

Un dispositif « vélo – loisirs »

Un dispositif « randonnée PDIPR »

Dispositif « signalisation »

performance durable



**#3 ACCOMPAGNER
LA TRANSITION NUMÉRIQUE**

**des professionnels
et des territoires**

#4 AFFIRMER & RAYONNER

**en capitalisant sur l'identité
et la notoriété de l'Anjou**

& Territoires de l'Anjou »

Pas de dispositif dédié mais
un accompagnement en
ingénierie par Anjou tourisme,
en lien avec les dispositifs
régionaux existants

**Un dispositif « événements
identitaires et structurants »**

Dispositif « signalisation »

LES CONTRATS TOURISME & TERRITOIRES DE L'ANJOU

OBJECTIFS

Définir une stratégie partagée entre le Département et les territoires afin de mieux coordonner les actions et fédérer les socio-pros autour d'une ambition commune :

- ▶ Soutenir par l'investissement des projets touristiques structurants dans chaque territoire (EPCI).
- ▶ Dans 7 ans, la finalité est d'inscrire la marque « Anjou » comme destination d'excellence pour son art de vivre et ses terroirs, sa nature, ses paysages et son patrimoine architectural en faveur d'un tourisme durable, respectueux de l'environnement, des territoires et des hommes qui y vivent. Il s'agit également de conforter la destination « Anjou » dans le top des destinations « campagne » en France en terme de nuitées touristiques.

DISPOSITIFS

Impulsé par le Département, le contrat de destination dénommé « Tourisme & territoires de l'Anjou » devra fédérer les acteurs publics et privés autour d'une stratégie commune et partagée et d'un programme d'actions en s'appuyant sur des moyens mutualisés. Ce contrat sera signé entre les EPCI, les Offices de tourisme, Anjou tourisme et le Département.

Un soutien financier spécifique du dispositif « Tourisme & territoires de l'Anjou » pourra être apporté dans le cadre d'un projet touristique structurant à l'échelle de l'EPCI (1 projet d'envergure sur 5 ans).

@Sébastien Gaudard

FINANCEMENT

- ▶ Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com

DISPOSITIF TOURISME RESPONSABLE & SOLIDAIRE DE L'ANJOU

OBJECTIFS

Contribuer à développer une offre touristique soucieuse du respect de l'environnement, innovante, solidaire, favorisant l'équilibre et la cohésion territoriale en faveur du secteur rural.

Ce fonds vient servir simultanément la stratégie du Schéma Départemental de Développement Touristique de l'Anjou 2022-2028 et notamment l'axe 1 « Transformer durablement pour un tourisme écoresponsable, éthique et solidaire » ainsi que la stratégie du Passeport Vert (signé en mai 2021) avec l'ONU en coopération avec les EPCI du département. En outre, ce dispositif vient également conforter le Plan Développement Durable du Département, adopté en février 2021.

Les projets retenus au titre du fonds doivent :

- ▶ Favoriser la préservation des ressources (réduction des déchets, des énergies fossiles...)
- ▶ Favoriser l'offre de mobilité douce
- ▶ Favoriser la végétalisation des structures touristiques et protéger la biodiversité
- ▶ Favoriser un tourisme solidaire et accessible à tous
- ▶ Favoriser l'innovation

DISPOSITIFS

Le fonds d'intervention départemental « Tourisme responsable & solidaire de l'Anjou » s'appuie sur 5 dispositifs financiers :

- ▶ **Les villes et villages « touristiques durables » (bénéficiaires publics)**
- ▶ **L'aide à la transition énergétique et écologique en vue de l'obtention d'une démarche qualifiante des hébergements touristiques (hôtellerie, campings, centres de vacances, meublés d'au moins 16 lits) (bénéficiaires publics et privés)**
- ▶ **Les équipements et aménagements touristiques des bases de loisirs (bénéficiaires publics)**
- ▶ **Les solutions innovantes de mobilités (bénéficiaires publics et privés)**
- ▶ **Les sites touristiques (bénéficiaires publics et privés)**

FINANCEMENT

- ▶ **Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com**

DISPOSITIF VÉLO / LOISIRS

OBJECTIFS

- ▶ Renforcer le positionnement de l'Anjou comme destination cyclable
- ▶ Finaliser les grands itinéraires, poursuivre leur qualification et leur sécurisation
- ▶ Assurer une veille et un entretien régulier des itinéraires cyclables
- ▶ Mutualiser, dans la mesure du possible, les usages vélo-loisirs/quotidien
- ▶ Soutenir le maillage du territoire en favorisant la qualification des grands itinéraires et des boucles dont les collectivités sont maîtres d'ouvrage
- ▶ Soutenir l'offre de service et d'équipement sur les itinéraires
- ▶ Assurer des connexions entre les itinéraires, boucles vélo-loisirs, voies utilitaires et/ou les pôles majeurs d'attractivité

OPÉRATIONS ÉLIGIBLES

- ▶ Aménagements d'itinéraires vélo-loisirs et de boucles cyclables
- ▶ Itinéraires de liaisons entre itinéraires vélo-loisirs et voies utilitaires et/ou pôles majeurs d'attractivité (centre-bourg, équipements de visite, de loisirs, hébergements structurants, ENS, gares, aires de covoiturage...)



©Cic & Clem

FINANCEMENT

- ▶ Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com

DISPOSITIF RANDONNÉE / PDIPR

OBJECTIFS

- ▶ Maintenir une offre de circuits pédestres de qualité et homogène sur le territoire de l'Anjou et structurer les pratiques équestres et VTT en s'appuyant sur les critères du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR)
- ▶ Fédérer les collectivités et les Offices de tourisme autour de la politique départementale pour garantir aux randonneurs une qualité de l'offre
- ▶ Développer des sentiers d'interprétation (patrimoine bâti, culturel, historique...) avec les collectivités en complément du dispositif Espace Naturel Sensible existant
- ▶ Promouvoir l'offre de randonnée (circuits et grande itinérance) sur le web et les réseaux sociaux en faisant du site anjou-tourisme.com le site de référence de la randonnée en Anjou
- ▶ Créer des produits à vocation interdépartementale et favoriser leur mise en tourisme : GR3, GR de Pays, Chemins de Saint-Martin et Route Européenne d'Artagnan
- ▶ Harmoniser la signalétique existante et les outils de promotion à destination des pratiquants

OPÉRATIONS ÉLIGIBLES

- ▶ **Création, entretien, balisage, équipements annexes d'itinéraires pédestres (clôtures, passerelles, panneaux de départ...), équestres, VTT, trail, nautiques**
- ▶ **Subventionner les collectivités pour l'acquisition foncière de parcelles sous réserve d'un fort intérêt qualitatif à inscrire ou à modifier au PDIPR**
- ▶ **Subventionner la remise en état (entretien et aménagement) des chemins ruraux sous réserve d'un fort intérêt qualitatif à inscrire ou à modifier au PDIPR**
- ▶ **Soutenir la découverte du patrimoine à travers les sentiers d'interprétation**

FINANCEMENT

- ▶ Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com

DISPOSITIF ÉVÈNEMENTS IDENTITAIRES ET STRUCTURANTS

OBJECTIFS

- ▶ Améliorer la notoriété du territoire de l'Anjou
- ▶ Développer le sentiment d'appartenance des habitants de l'Anjou
- ▶ Proposer de nouvelles formes de tourisme et participer à la désaisonnalisation de l'activité touristique
- ▶ Inciter les évènements de l'Anjou à s'inscrire dans une logique de développement durable
- ▶ Développer une offre événementielle autour des filières stratégiques de l'Anjou

Seront notamment soutenues les manifestations d'envergure à vocation touristique qui se déroulent dans le département de Maine-et-Loire et qui génèrent des retombées économiques. Une bonification est attribuée aux évènements dont le nom intègre la marque territoriale et identitaire « Anjou » ainsi qu'une labellisation « environnementale ». Le thème de manifestation doit s'inscrire dans les axes stratégiques et filières définies dans le Schéma Départemental de Développement Touristique : vélo, itinérance pédestre/équestre, VTT, trail, culturel, patrimonial, gastronomie, fluvial, végétal, œnotourisme.

MANIFESTATIONS ÉLIGIBLES

- ▶ Les évènements nationaux et internationaux à vocation touristique
- ▶ Les manifestations professionnelles (B to B) à vocation touristique et de loisirs
- ▶ Les évènements « marqueurs » du territoire
- ▶ Les évènements locaux touristiques communautaires porteurs de la marque Anjou



FINANCEMENT

- ▶ Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com

DISPOSITIF SIGNALISATION

OBJECTIFS

Soucieux de valoriser les richesses de l'Anjou et de faciliter leur accès, le Département soutient l'installation de signalétiques touristiques sur son territoire pour les sites de visite, les parcs et les bases de loisirs. Ce dispositif a été élaboré avec l'ensemble des acteurs concernés.



SITES ÉLIGIBLES

Il est distingué trois catégories de sites :

- ▶ Les sites de visite (châteaux, musées, parcs et jardins, parcs animaliers...) à l'exception de ceux situés sur les territoires des villes d'Angers, Cholet et Saumur, pour lesquels un dispositif spécifique à ces villes est proposé
- ▶ Les parcs de loisirs
- ▶ Les bases de loisirs

FINANCEMENT

- ▶ Voir les règlements et les montants de financement sur partenaires-tourisme-anjou.com

▶ anjou-tourisme.com

▶ maine-et-loire.fr

#jaimelanjou



→ rejoignez-nous !

