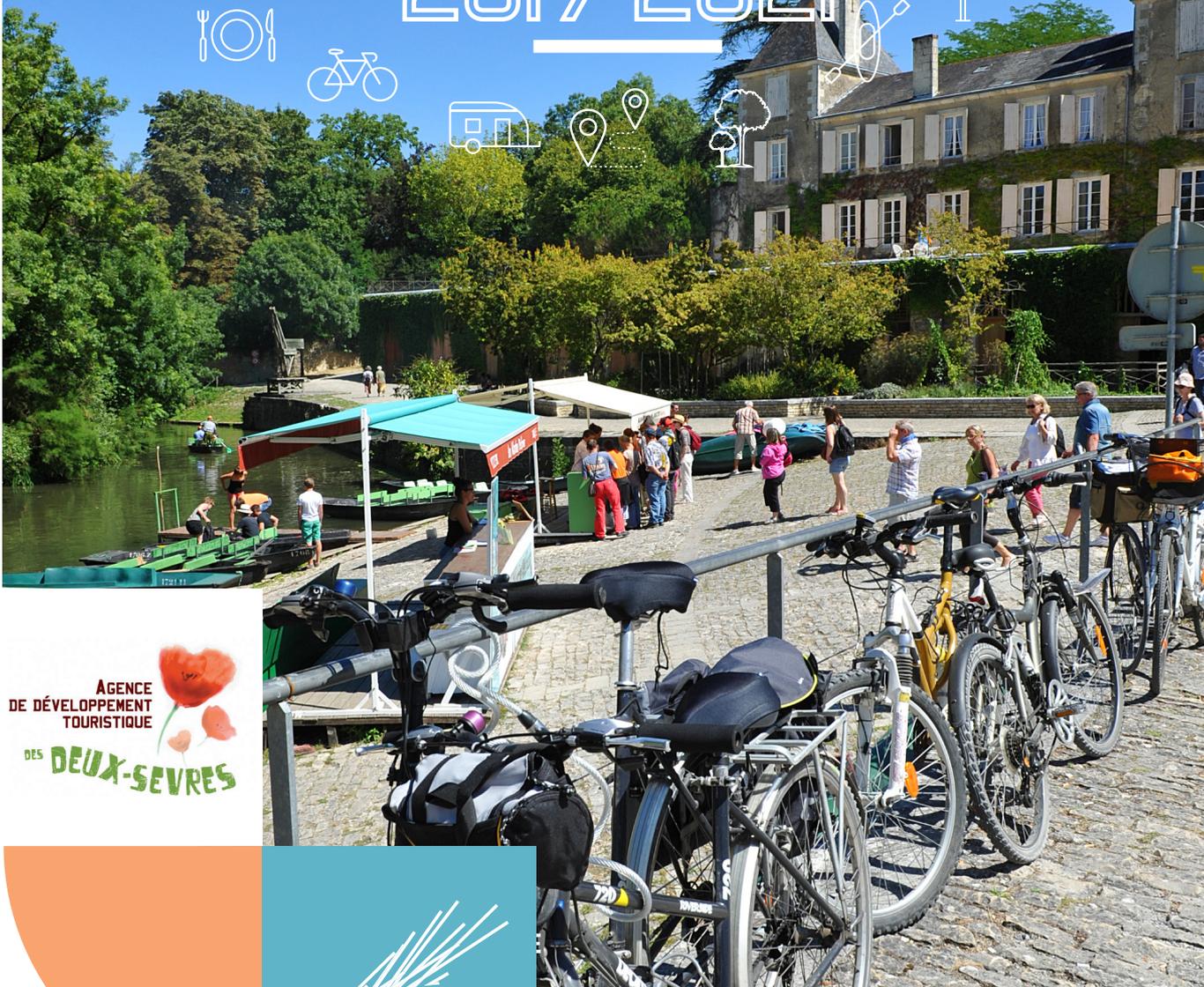


# SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

pour les Deux-Sèvres

## 2017-2021



AGENCE  
DE DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE

DES DEUX-SEVRES

  
DEUX-SÈVRES  
LE DÉPARTEMENT

## LES AXES STRATÉGIQUES



# SOMMAIRE

ÉDITOS DES PRÉSIDENTS	4
<b>1</b> POURQUOI UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EN DEUX-SÈVRES ?	6
<b>2</b> LE POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES	9
<b>3</b> LES ENJEUX DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES	12
<b>4</b> LES CONDITIONS D'UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE RÉUSSI	14
<b>5</b> LA NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE	18
<b>6</b> LE DÉPARTEMENT : OPÉRATEUR TOURISTIQUE DE 1 <sup>ER</sup> RANG	21
<b>7</b> LES AXES STRATÉGIQUES	24



**LES ÉDITOS**  
DES  
PRÉSIDENTS

Notre département est une terre d'accueil. Notre patrimoine naturel, culturel et architectural attire chaque année près de 5,6 millions de personnes, touristes de longue durée ou visiteurs d'un jour.

Source de retombées économiques importantes, le tourisme est à la fois une force et une opportunité pour l'emploi et l'activité économique en Deux-Sèvres. La forte concurrence entre les territoires nous incite à développer continuellement une offre touristique de qualité, de l'accueil à l'hébergement, en passant par les activités de loisirs.

C'est dans cet esprit que l'agence de développement touristique, bras armé du Département, offre un appui technique aux acteurs du tourisme, notamment pour la création d'activités, la mise en réseau des sites ou l'adaptation d'offres existantes.

Parallèlement, le Département poursuit son action pour développer le territoire et renforcer son attractivité aux yeux des visiteurs et des prescripteurs touristiques. La qualité des infrastructures de transport, l'aménagement urbain et paysager de nos villages et la vitalité commerciale sont des arguments indispensables pour le rayonnement du département.

Pour agir de façon coordonnée et en cohérence avec les attentes du marché, ce schéma de développement touristique donne une vision claire de notre ambition pour attirer, accueillir et combler les touristes qui viennent dans les Deux-Sèvres.

L'Agence de Développement Touristique, spécialisée dans l'ingénierie touristique, s'est de longue date investie dans le repérage et l'accompagnement de projets à forte valeur ajoutée pour les Deux-Sèvres : le développement d'un réseau de Petites cités de caractère, la création et la gestion d'un itinéraire cyclable national, l'étude préalable d'un produit de tourisme fluvial sur la Sèvre Niortaise, illustrent ce souci d'initier des offres innovantes et performantes.

Par ailleurs, au quotidien, l'ADT accompagne les porteurs de projets, publics et privés, qui, dans tous les territoires des Deux-Sèvres, complètent les équipements majeurs par des offres nombreuses et de qualité.

C'est pourquoi la mise en œuvre de ce nouveau Schéma départemental de développement touristique, conçu pour faire le lien entre de nouvelles infrastructures d'intérêt départemental et des initiatives issues des ensembles intercommunaux, apparaît comme une opportunité de donner plus de force et de cohérence à l'action collective.

Gageons qu'une politique volontariste, recentrée et associant tous les partenaires dans sa gouvernance, permettra à notre département de voir son chiffre d'affaires touristique progresser encore.



  
**Gilbert Favreau**  
Président  
du Conseil départemental  
des Deux-Sèvres



  
**Romain Dupeyrou**  
Président de l'Agence  
de Développement Touristique,  
Conseiller départemental



# POURQUOI UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EN DEUX-SÈVRES ?

## 1 POURQUOI UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EN DEUX-SÈVRES ?

Le Code du tourisme prévoit que les Conseils départementaux élaborent régulièrement « un **schéma départemental d'aménagement touristique** ». Document de référence, il fait office de boussole pour le développement touristique du territoire sur d'assez longues périodes. En Deux-Sèvres, le précédent Schéma, voté pour la période 2009 - 2015, a permis de conforter les progrès déjà enregistrés lors des mandats précédents, en mettant notamment l'accent sur l'accessibilité, l'écotourisme, le tourisme à vélo, les cités de caractère et notre destination majeure qu'est le Marais poitevin.

Longtemps considérée comme une activité secondaire, le tourisme a peu à peu gagné le statut de **vecteur majeur de développement économique** (voir chiffres actualisés page 9) ; cet atout s'avère encore plus déterminant pour des départements ruraux comme le nôtre.

Il a l'avantage d'être à la portée de tous les territoires, car il ne repose pas nécessairement sur des investissements lourds. Il s'affranchit des limites qu'imposent les lois du marché au commerce traditionnel (densité des zones de chalandise). Il est ouvert à tous les échelons de qualification professionnelle.

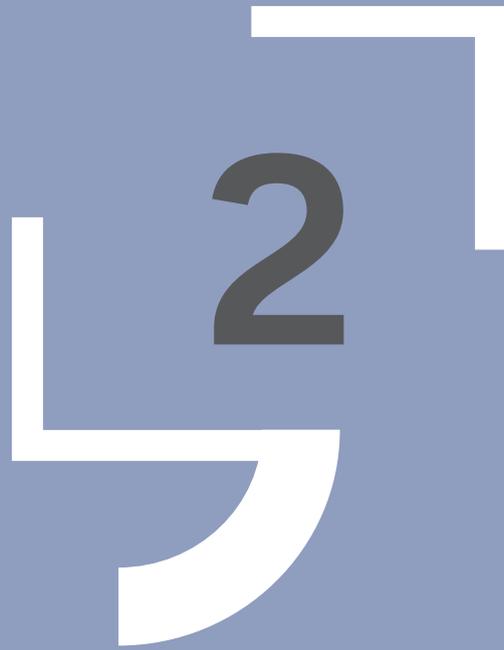


## 1 POURQUOI UN SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EN DEUX-SÈVRES ?(suite)

Le tourisme, qui met en valeur le patrimoine naturel, bâti et culturel, constitue de ce fait une « industrie de services » non délocalisable. Dans certaines régions de France et d'Europe, il permet même de redonner souffle à des secteurs économiques identitaires, industriels ou artisanaux menacés.

Au-delà de son **incontestable impact économique**, le tourisme contribue à la **qualité de vie**, et à la **perception** que peuvent avoir de nouveaux entrants potentiels de leur territoire d'accueil : convaincre des investisseurs industriels ou de jeunes médecins de s'installer en campagne, devient plus facile quand leur famille a pu apprécier la qualité des offres et de l'accueil touristiques.

Dans un marché international en progression constante, et un marché national dont l'évolution nous est favorable du fait d'un retour des clientèles françaises vers les territoires ruraux, les Deux-Sèvres ont encore de belles marges de progression. C'est une des raisons pour lesquelles le Conseil départemental a décidé de faire du futur Schéma départemental de développement touristique, **l'un des socles de sa politique d'attractivité des territoires**. Il a fait le choix, en se donnant des priorités peu nombreuses mais très volontaristes, d'encourager et de fédérer des initiatives locales convergentes, permettant aux Deux-Sèvres de renforcer leur attractivité sur des segments d'activités précis et potentiellement rémunérateurs.



# LE POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES

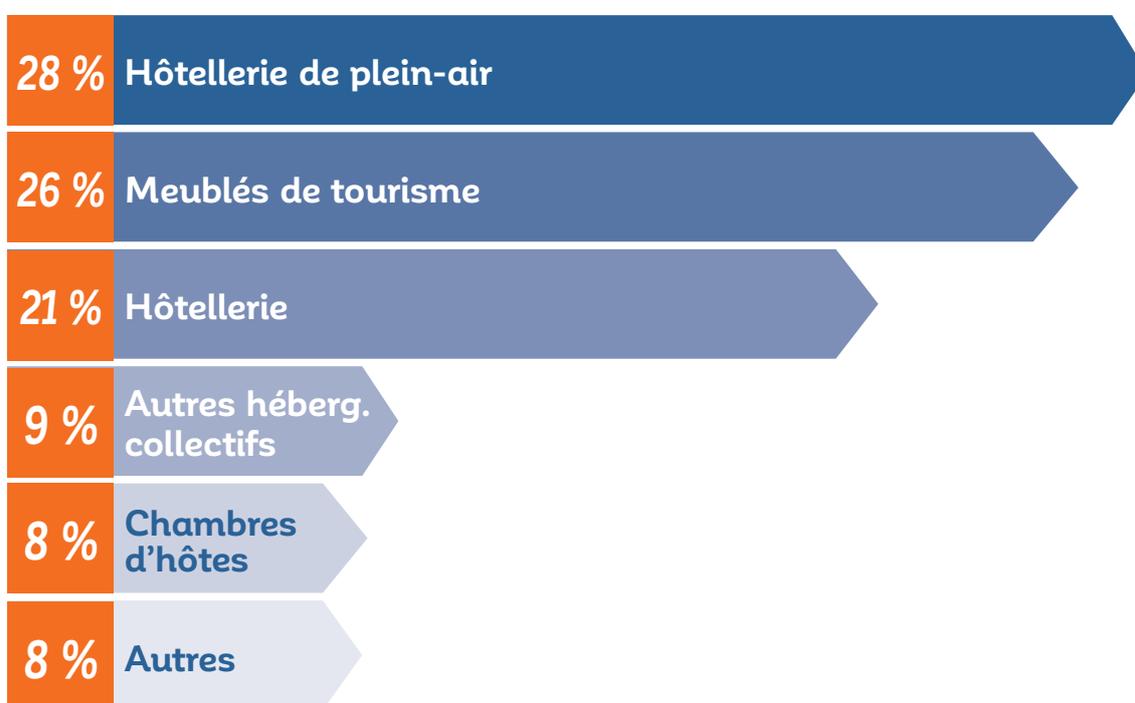
## 2 LE POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES

### ↳ L'OFFRE TOURISTIQUE

**71 500** lits touristiques

dont **21 000** lits marchands

### ↳ L'offre d'hébergement marchand



### ↳ LA FRÉQUENTATION



**5,6 M** de visiteurs, dont :

- **1,4 M** de touristes
- **4,2 M** d'excursionnistes

**4,8 M** de nuitées dont :

- **1 M** dans les hébergements payants

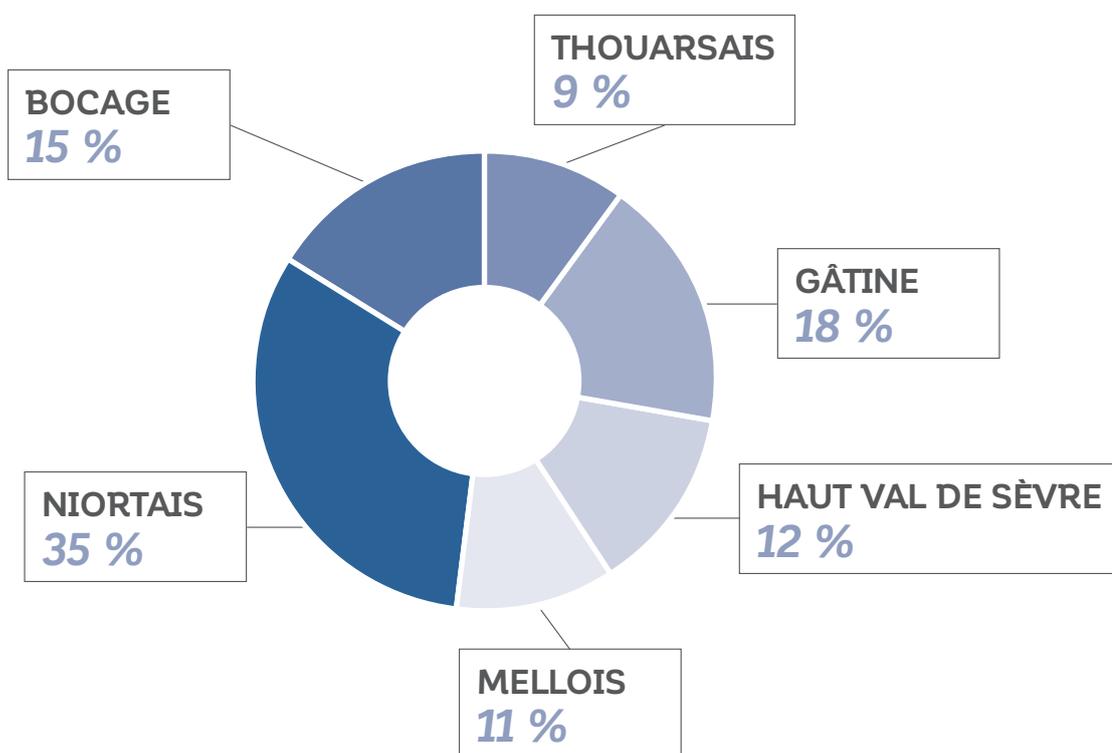


La durée moyenne du séjour est de **3,5 jours.**

## ↳ LE POIDS ÉCONOMIQUE

↳ Une dépense globale de **233 M€**, soit un CA de plus de **205 M€**

### ↳ Répartition des dépenses par territoire



↳ Une dépense moyenne de **42 €**/visiteur dont :



**10 %**

de la dépense  
en hébergement



**21 %**

de la dépense  
en restauration et bars



**19 %**

de la dépense  
en loisirs et culture

↳ **7 500 emplois** sont générés par le tourisme (salariés, non salariés, directs et indirects).

Données issues de l'étude Protourisme - décembre 2016



# LES ENJEUX DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES

## 3 LES ENJEUX DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES

### ↳ NOS FORCES

- ↳ Une desserte routière, autoroutière, ferroviaire et aérienne favorable,
- ↳ Une destination qui s'affirme au plan national et international (le Marais poitevin),
- ↳ Un itinéraire cyclable national de référence qui traverse le département (la Vélo Francette),
- ↳ Des sites naturels, des villes et des villages de mieux en mieux préservés et mis en valeur,
- ↳ Des prestations, notamment d'hébergement, d'un bon rapport qualité prix, dans une gamme moyenne,
- ↳ Une activité moins saisonnière qu'auparavant (automne et petites vacances scolaires),
- ↳ Un poids économique en progression de plus de 200 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel (+ 40 millions depuis 2013),
- ↳ Une bonne organisation entre acteurs publics,
- ↳ Le tourisme vert,
- ↳ La proximité de la côte atlantique.

### ↳ NOS FAIBLESSES

- ↳ L'absence de grands opérateurs qui « tirent » le reste de l'offre, et de produits revendus par les voyagistes internationaux (déficit de visibilité),
- ↳ Une appellation départementale qui n'est pas signifiante pour les touristes,
- ↳ La dépendance de parcs d'attraction qui sont à l'extérieur du département (Futuroscope et Puy du Fou),
- ↳ La fragilité croissante de nos sites de visite, et le vieillissement de l'offre d'hébergement, faute de moyens pour réinvestir.
- ↳ La faiblesse des budgets de promotion cumulés des Offices de Tourisme et de l'ADT.

### 3 LES ENJEUX DU TOURISME EN DEUX-SÈVRES (suite)

#### ▸ NOS RISQUES

- ▣ La banalisation ou la disparition de certaines de nos offres (lieux de visite, hôtellerie), surtout en milieu rural, ayant pour conséquence l'affaiblissement du potentiel touristique de certains de nos territoires,
- ▣ Un manque de visibilité de nos offres dans un contexte concurrentiel exacerbé, où la prescription s'effectue de plus en plus via le web et la presse.

#### ▸ NOS OPPORTUNITÉS

- ▣ Un contexte international (tourisme en expansion) et national (retour à des séjours de proximité, moins chers et « sûrs ») favorables à la campagne française,
- ▣ Un patrimoine bâti et naturel, des productions locales de plus en plus « en phase » avec les nouvelles attentes des clientèles,
- ▣ Un nouveau marché potentiel avec l'agrandissement de la Région,
- ▣ Un net regain du nombre de porteurs de projets d'hébergement chez l'habitant, avec un renouvellement générationnel, des offres plus personnalisées et des objectifs marchands plus affirmés.
- ▣ Le lancement du projet de mise en tourisme de la Sèvre fluviale,
- ▣ Le lancement de la marque Poitou en collaboration avec le Département de la Vienne et sa déclinaison sous forme d'actions de promotion.





**LES CONDITIONS  
D'UN DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE RÉUSSI**

## 4 LES CONDITIONS D'UN DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE RÉUSSI

### ↳ EN MATIÈRE D'OFFRE : OFFRIR DES INFRASTRUCTURES ATTRACTIVES ET CRÉER LES CONDITIONS FAVORABLES À L'INVESTISSEMENT PRIVÉ

- ▣ Grâce à leurs politiques touristiques pluriannuelles, les collectivités mettent en œuvre des équipements structurants, donnent le sens à l'action collective et ainsi, stimulent les projets privés. La réalisation de l'itinéraire cyclable national « la Vélo Francette », qui figurait parmi les priorités du précédent Schéma de développement touristique, en est l'illustration : à l'initiative du Département, les collectivités ont investi dans les infrastructures, permis la mise sur le marché d'une offre particulièrement attractive, qui a conduit les opérateurs privés (hébergeurs, loueurs de vélos, restaurateurs...) à adapter leurs prestations et leur marketing pour bénéficier des meilleures retombées. Le schéma départemental 2017/2021 s'inscrit dans cette logique, par des priorités peu nombreuses mais très volontaristes et « orientées clients », à fort effet levier. Il permettra de surcroît de « donner du sens » au démarchage d'investisseurs que nous pourrons engager.

### ↳ EN MATIÈRE DE GOUVERNANCE : SE Doter DE PRIORITÉS PARTAGÉES, CO-CONSTRUITES ET CO-ANIMÉES

- ▣ Compétence partagée par les Régions, les Départements et les Intercommunalités, le tourisme nécessite une appréhension collective pour optimiser les effets leviers et garantir le meilleur usage des fonds publics. Et comme il s'avère très transversal, puisque porté au quotidien par des acteurs provenant de secteurs d'activité très variés, il nécessite que les politiques publiques qui y sont consacrées, reçoivent l'assentiment de ceux qui représentent cette communauté d'acteurs.
- ▣ C'est tout le sens de la démarche de concertation qui a eu lieu de septembre à novembre 2016, dans l'élaboration des axes stratégiques présentés plus loin : cinq ateliers thématiques largement ouverts, une rencontre avec les Présidents des Intercommunalités, un rendez-vous avec la Vice-présidente tourisme du Conseil régional, un débat au sein de la 4<sup>e</sup> commission du Conseil départemental, et une réunion de l'ensemble des partenaires, ont permis d'amender et d'enrichir les premières propositions.

### ↳ EN MATIÈRE DE PROMOTION : S'ADAPTER AUX DEMANDES DES CLIENTS

- ▣ Plus que jamais, avec les possibilités offertes par les nouvelles technologies et le besoin des consommateurs de vivre des « expériences touristiques », la notion de territoire administratif ne répond plus aux critères de choix au moment de déterminer son lieu de vacances ou de week-end. Seules comptent les destinations.

- ☑ Déjà engagé dans cette voie, le Département des Deux-Sèvres, avec l'ADT, encourage la mise en avant de ses destinations, qui sont partagées avec des départements voisins : le Poitou, le Marais poitevin (et la vallée de la Sèvre Niortaise qui lui est associée), la Vallée de la Loire (qui reçoit le Thouet irrigant la Gâtine et le Thouarsais), le Puy du Fou (aux portes du Bocage Bressuirais), les chemins de Saint-Jacques (dont l'un des principaux traverse le Pays Mellois), mais aussi la Vélo Francette... Autant de territoires à promouvoir et à vendre pour ceux qui sont concernés sur le terrain, autour de collectifs fédérés localement.

### EN MATIÈRE D'ORGANISATION : PRÉCISER LES RESPONSABILITÉS ET COORDONNER LES ACTIONS

- ☑ Une convention a été signée en 2011 par le CRT, l'ADT et les 6 OT de pôle des Deux-Sèvres, Première du genre en France, elle détermine des échelles pertinentes en matière de pilotage des actions, selon le schéma suivant.

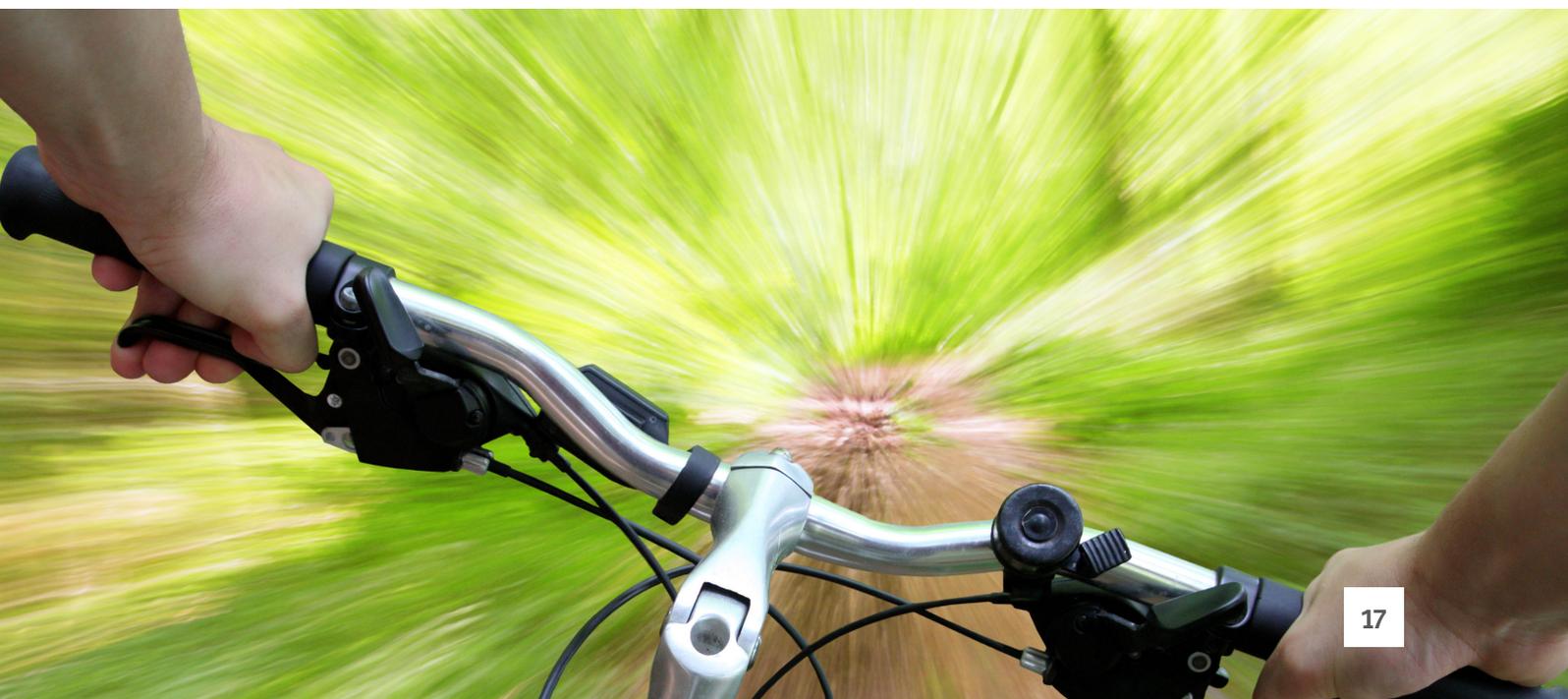
**Développer et améliorer  
l'offre touristique**  
Département / ADT



**Promouvoir et  
mettre en marché**  
Région / CRT

**Accueillir, informer, animer**  
Commune, intercommunalité / OTP

- ☑ Il faut aller plus loin et spécialiser davantage les interventions. Pour sa part, l'ADT a décidé en 2016 de se spécialiser sur l'ingénierie de développement et d'amélioration de l'offre (études et montage de projets structurants, accompagnement des porteurs de projets, montée en compétence des acteurs de la filière), et de se désengager de la promotion. Parce qu'elle réunit dans ses instances toutes les familles d'acteurs touristiques, et que l'échelon départemental est idéalement situé entre la Région et les Intercommunalités, l'ADT a également entrepris de renforcer son action de coordination autour du Schéma de développement touristique à venir.





# LA NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

## 5 LA NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE

### ↳ UNE STRATÉGIE CLAIRE

- ↳ L'objectif premier de notre Schéma de développement touristique est de contribuer à **renforcer le poids économique du tourisme en Deux-Sèvres** : les actions qui seront arrêtées doivent toutes permettre in fine de favoriser l'emploi et l'accroissement du chiffre d'affaires.
- ↳ Cet objectif va de pair avec une recherche de **répartition équilibrée des retombées sur tout le département**. Le choix d'articuler le Schéma de développement touristique avec notamment le Contrat départemental d'attractivité des territoires va dans ce sens : permettre à tous nos territoires, autour de priorités partagées, de relayer des investissements porteurs de fruits sur l'ensemble des Deux-Sèvres.

### ↳ DES PRIORITÉS PEU NOMBREUSES MAIS STRUCTURANTES

- ↳ Les pages suivantes présentent les **six axes directeurs** qui ont fait consensus : le Marais poitevin, l'itinérance touristique, les cités de caractère, les « Resorts ruraux », les sites de visites et le tourisme événementiel.
- ↳ Chacun de ces axes a été déterminé au regard des demandes des clients et des avantages concurrentiels potentiels des Deux-Sèvres sur le marché touristique. Il se décline ensuite en **actions précises** (pas plus de quatre à cinq par axe), pour permettre de concentrer les moyens et de renforcer l'effet levier recherché.

### ↳ DES OFFRES À FORTE VALEUR D'ATTRACTIVITÉ

- ↳ Parce que le tourisme est de plus en plus concurrentiel, il convient de proposer à nos futurs clients des offres qui « leur parlent spontanément » et déclenchent l'envie de les découvrir sans grand renfort de promotion.
- ↳ C'est pourquoi les propositions ci-après s'attachent à permettre la **confection de produits touristiques autour de marques de destinations ou thématiques fortes**. L'idée est de pouvoir bénéficier de cet effet de marques connues et reconnues à une échelle régionale, nationale ou internationale, pour séduire de nouvelles clientèles avec des offres qui, sans cet écho, demeureraient confidentielles, quelle qu'en soit la qualité.
- ↳ Un autre moyen de gagner du chiffre d'affaires, est d'augmenter la durée moyenne des séjours, aujourd'hui limités à 3,5 jours dans notre département. Pour y parvenir, les actions du futur schéma touristique départemental ont vocation à **renforcer des pôles patrimoniaux, naturels, de loisirs ou d'itinérance**, autour desquels les activités seront suffisamment denses et nombreuses pour justifier des séjours plus longs.

## 5 LA NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE (suite)

### ↳ UNE PRISE EN COMPTE DES NOUVEAUX PROJETS STRUCTURANTS

- ▣ De nouveaux projets structurants, portés par des privés ou des collectivités, sont actuellement en cours d'étude ou de réflexion : on peut évoquer le Parc Naturel Régional de Gâtine, le Géopark du Thouarsais ou le Parc du Vent en Mellois. Lorsque de tels projets auront démontré leur faisabilité et que les collectivités de proximité auront décidé de leur degré d'implication, le Département pourra prévoir un accompagnement qui devra alors être précisément estimé. L'ADT pourra être mandatée pour donner un avis technique en temps utile.

### ↳ UN SOUCI D'ADAPTATION PERMANENTE AUX ÉVOLUTIONS DE « L'ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE »

- ▣ La période que nous traversons voit une accélération sans précédent des modes de vie, des comportements des consommateurs, des innovations technologiques et sociétales. Il convient donc de s'adapter à ces mutations rapides et profondes, de manière très réactive.
- ▣ C'est pourquoi il est proposé de se doter, durant les cinq ans de vie du futur schéma départemental de développement touristique, d'**expertises extérieures ponctuelles**, afin d'accompagner les projets, sur les sujets suivants : l'innovation des offres, de leur promotion et de leur mise en marché (avec une forte dimension numérique) ; les nouveaux modèles d'organisation (systèmes coopératifs, groupements d'employeurs, groupements de commandes).
- ▣ Pour les mêmes raisons, une évaluation du Schéma à mi-parcours sera entreprise, permettant la prise en compte d'éventuels ajustements et de faits nouveaux dans la mise en œuvre des choix stratégiques.



**LE DÉPARTEMENT :  
OPÉRATEUR  
TOURISTIQUE  
DE 1<sup>ER</sup> RANG**

## 6 LE DÉPARTEMENT : OPÉRATEUR TOURISTIQUE DE 1<sup>ER</sup> RANG

- ▣ Le Conseil départemental est l'un des principaux opérateurs touristiques des Deux-Sèvres. Propriétaire et gestionnaire de Zoodyssée (premier site de visite du département) et du Musée des Tumulus de Bougon, il nourrit de réelles ambitions pour ces deux fers de lance de notre attractivité.
- ▣ Zoodyssée, parc animalier de référence pour la préservation et la présentation de la faune européenne, doit accentuer l'impact économique que lui permet d'espérer cette singularité. Pour séduire et fidéliser un volume plus large de visiteurs, un programme de renouvellement des espaces et d'introduction de nouvelles espèces emblématiques, s'avère indispensable. En s'appuyant plus que jamais sur sa rigueur scientifique, partagée avec ses partenaires présents sur le domaine, Zoodyssée compte se positionner comme un lieu incontournable de découverte familiale de notre environnement, à forts contenus pédagogiques et ludiques. Sa localisation pourrait permettre des investissements d'activités de loisirs et d'hébergements atypiques, en lien direct avec le thème de la forêt.



- ▣ Le musée des Tumulus de Bougon est l'un des sites européens majeurs pour la compréhension de la vie à l'époque néolithique, et jouit d'un écrin d'une qualité esthétique remarquable. Sur un thème à la fois passionnant mais aussi moins « grand public » que l'art pariétal, il a vocation à instruire et à interroger sur une période de l'histoire de l'humanité encore pleine de mystères. Le développement de son attractivité passe par une modernisation de son parcours de découverte, et par des expositions grand public à fort pouvoir de promotion.
- ▣ Attentif à l'ensemble du territoire départemental et à son équilibre, le Département, par le biais de missions confiées à l'ADT, pourra également engager la recherche d'investisseurs et de gestionnaires privés pouvant s'établir dans le domaine du loisir et de l'hébergement. Les « grands parcs » aux alentours sont en effet à la recherche d'offres significatives complémentaires, pour créer un réseau régional visible à l'échelle européenne.





# LES AXES STRATÉGIQUES

## 7 LES AXES STRATÉGIQUES

# AXE 1

## Le Marais poitevin

- ▣ Le projet de mise en tourisme fluvial de la Sèvre Niortaise va rentrer prochainement dans sa phase opérationnelle. Ce nouveau produit, qui renforcera notablement la visibilité et la fréquentation internationale du territoire, sera complété par une mise en synergie de toutes les offres terrestres qui pourront être combinées avec la navigation. Il conviendra de profiter de cette opportunité pour mieux mettre en tourisme l'ensemble de la vallée de la Sèvre Niortaise et ainsi développer des offres et produits complémentaires.
- ▣ Les derniers aménagements vélo du Marais poitevin seront réalisés, et une hiérarchisation des boucles justifiant un plan d'entretien sera mise en place.
- ▣ Une partie des travaux de modernisation de la Maison du Marais poitevin sera prise en compte, car il s'agit d'un site de référence, générateur de profits et porte d'entrée pour les autres sites du département.
- ▣ Le caractère « écotouristique » du territoire sera affirmé par le financement de projets sur cette thématique.





## 7 LES AXES STRATÉGIQUES (suite)

### AXE 2

#### L'itinérance touristique



▣ Ouverture d'un nouvel itinéraire national desservant notamment le Bocage Bressuirais, le Haut Val de Sèvre et le Mellois. Cet itinéraire (Saint-Malo/Palavas) vise à devenir la référence nationale pour les voyages en vélos à assistance électrique. Il permettra d'achever le maillage départemental entrepris avec la réalisation de la « Vélo Francette » qui va de Ouistreham à La Rochelle en passant par le Thouarsais, la Gâtine et le Niortais.

▣ Intégration d'itinéraires et de boucles se raccordant aux itinéraires départementaux, sous maîtrise d'ouvrage locale, et permettant le développement d'une offre « Accueil vélo » et de services connexes très recherchés par les clientèles nationales et internationales.



▣ À l'achèvement de l'étude en cours sur l'écomobilité touristique, encourager l'interconnexion d'offres de transport « doux » permettant de concevoir des séjours écotouristiques, faisant des Deux-Sèvres le département de référence en la matière. Exemple : train + location de voiture électrique + hébergement ecolabellisé + visites nature + achat de produits bio ou issus de l'agriculture raisonnée.



# AXE 3

## Les Cités de caractère

- ▣ Profitant du renouvellement de l'éclairage urbain avec une technologie plus économe, accompagner les Petites Cités de Caractère (10) et les Villes et Pays d'Art et d'Histoire (3, peut-être bientôt 4) vers une mise en lumière différenciée, permettant de compléter l'offre diurne. Il s'agit de prolonger le temps de découverte et d'encourager les séjours sur place ou dans les environs. Cette offre en réseau, qui démarquera les Deux-Sèvres, invitera les visiteurs à aller d'une cité patrimoniale à l'autre. Cette politique s'appuiera sur la mise à disposition de compétences de conception lumière, à considérer avec une approche artistique et urbanistique. Action à porter avec le CAUE.
- ▣ Accompagner les communes pour que leur fleurissement et une part de leur action culturelle concourent également à l'attractivité de ce réseau de cités patrimoniales.





## 7 LES AXES STRATÉGIQUES (suite)

### AXE 4

#### Les « Resorts ruraux »

- Un certain nombre de collectivités des Deux-Sèvres sont propriétaires d'équipements touristiques, culturels, sportifs et de loisirs (hébergement collectif ou camping, plan d'eau, piscine, gymnase, tennis, salle de spectacle, centre de loisirs, centre socio-culturel...). Le plus souvent, ces équipements sont gérés « en silo » et ne disposent d'aucune mise en marché touristique. Or, une clientèle familiale de plus en plus nombreuse est à la recherche de séjours « clés en mains » ou à la carte, à des prix maîtrisés, dans des territoires « sécurisés ». En s'appuyant sur le travail en cours entre l'ADT et une dizaine d'hébergements collectifs, il s'agira d'accompagner les communes ou intercommunalités répondant à ces caractéristiques et désireuses de rentrer dans une dynamique collective, vers une gestion coordonnée et une mise en marché mutualisée au plan départemental.
- Ce réseau a vocation à s'inscrire dans un ensemble régional, échelle pertinente pour porter et promouvoir une marque auprès des clientèles nationales et internationales.

# AXE 5

## Les sites de visite

- ▣ Nombre de sites des Deux-Sèvres, le plus souvent propriétés de collectivités, peinent à fidéliser leur public ou à en gagner de nouveaux, faute de moyens pour se moderniser, renouveler leur offre et se promouvoir. La politique envisagée vise à encourager, sur la base du volontariat, les mutualisations à des échelles variables selon les volontés stratégiques des propriétaires et des gestionnaires (groupements d'achat, groupements d'employeurs, plans de promotion en commun...). Pour ceux qui le souhaiteraient, la création d'une structure unique de gestion et de mise en marché pourra être mise à l'étude. Les sites privés, et notamment les entreprises qui s'ouvrent à la visite, seront associés à la réflexion globale.
- ▣ La signalisation d'animation au bord des routes, qui permet une promotion permanente des sites et facilite leur accès, a été largement mise en œuvre le long des axes départementaux. Il s'agira d'achever ce programme et d'obtenir de l'État et des concessionnaires autoroutiers une signalisation sur les linéaires dont ils ont la charge,





## 7 LES AXES STRATÉGIQUES (suite)

### AXE 6

#### *Le tourisme événementiel*

- ▣ Un certain nombre de manifestations culturelles, sportives et économiques, présentent un fort potentiel d'image et de fréquentation pour les Deux-Sèvres. Un accompagnement des plus « porteuses » (à déterminer au moyen de critères objectifs) et une mise en réseau pourront les aider à renforcer la qualité de l'accueil des participants (exposants et visiteurs) et faire profiter le département de cette attractivité.
- ▣ Les villes de Bressuire et de Niort ont développé des outils pour organiser des événements économiques (salons, congrès). L'objectif sera de les aider à se doter d'organisations réceptives intégrées (autour des Offices de tourisme et des structures de gestion des espaces événementiels) qui se chargeront du démarchage des manifestations, de leur gestion et de l'accueil des exposants et des visiteurs.





**AGENCE DE DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE  
DES DEUX-SÈVRES**

Maison du Département  
Mail Lucie Aubrac  
CS 58880  
79028 Niort cedex  
05 49 778 779  
tourisme@adt79.fr  
tourisme-deux-sevres.com

