



Région Centre

Le Président,

14.03.07

Rapport du Président du Conseil Régional

à la Séance Plénière

Réunion des 19 et 20 juin 2014

Stratégie Régionale de Tourisme Durable : bilan et perspectives - Contrat de destination Perche – Mise en place d'un cluster Tourisme et Patrimoines : convention avec le Comité Régional de Tourisme Centre Val de Loire

1/ Le tourisme : une priorité nationale

Le tourisme est une chance pour la France, première destination touristique du monde avec 83 millions de visiteurs par an, et troisième en volume de recettes. Il représente 7,4 % du PIB national et constitue encore un secteur créateur d'emplois avec plus de 2 millions de personnes qui y travaillent directement et indirectement.

Le président de la République a souhaité en faire une priorité avec un objectif affiché : maintenir la France au premier rang mondial et dégager le premier solde touristique de tous les pays d'Europe. C'est dans ce contexte qu'ont été organisées les Assises Nationales du Tourisme, grande consultation visant à faire émerger des priorités pour redynamiser ce secteur de l'économie nationale.

La région Centre s'est associée aux services de l'Etat pour consulter les acteurs touristiques : une journée de réflexion a été organisée le 19 février à Orléans et plus de 160 professionnels ont pris part aux débats.

A l'issue de cette phase de réflexion, neuf défis pour développer le tourisme en France ont été identifiés :

- **favoriser l'émergence de nouvelles destinations françaises** : créer des circuits thématiques au sein des territoires (circuits d'œnotourisme, de gastronomie, de randonnée, de cyclotourisme, etc.) ;
- **diversifier l'offre touristique** et proposer des activités hors "saisons" traditionnelles afin **d'augmenter la fréquentation tout au long de l'année** ;
- développer le **tourisme d'affaires et le tourisme événementiel** en renforçant les synergies entre les acteurs publics et privés (organismes d'événements, professionnels, etc.) ;
- Pour améliorer l'accueil des touristes étrangers lors de leur arrivée en France : **améliorer la pratique des langues étrangères** ;
- Pour dynamiser l'emploi dans le tourisme : **améliorer en priorité la qualité des formations** (par exemple en favorisant l'apprentissage des langues étrangères et les bi-qualifications) ;
- **encourager la rénovation et la montée en gamme de l'hébergement existant** ;
- **renforcer l'efficacité de l'action des différents acteurs publics** (Etat, régions, départements, offices du tourisme, etc.) **autour d'une même destination pour en développer l'attractivité** ;
- **mieux valoriser l'offre touristique sur internet sous une bannière "France"** ;
- Pour développer le tourisme des Français en France : **promouvoir un tourisme de proximité**.

Les orientations de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable répondent déjà à la plupart de ces axes de travail et la politique régionale se trouve ainsi confortée dans ses choix, tant en matière de stratégie de marques, de filières prioritaires que d'intervention en faveur de la formation et de l'emploi.

2/ Stratégie de marques et capillarité : état d'avancement et lancement de nouvelles marques

L'axe 1 de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable (SRTD) consiste à soutenir une destination visible à l'international : le Val de Loire, et à structurer le territoire en s'appuyant sur des destinations touristiques pertinentes. Le Val de Loire est à la fois la vitrine et le vaisseau amiral du tourisme régional dont la notoriété et le niveau d'excellence doivent permettre de l'affirmer comme une destination française majeure. L'ambition régionale est de renforcer la capillarité entre le Val de Loire et les autres destinations touristiques. Ce principe consiste à s'appuyer sur l'attractivité et la fréquentation de cette destination pour irriguer les autres territoires comme le Berry, la Sologne ou le Perche afin d'encourager un développement touristique plus harmonieux à l'échelle de la région notamment dans les secteurs ruraux.

Ce même principe de capillarité est mis en œuvre dans la stratégie marketing : en 2010, la Région Centre a choisi de s'appuyer sur des **marques "socles" existantes, pérennes et puissantes** : "Val de Loire", "Touraine", "Berry Province", "La Loire à Vélo" et "Châteaux de la Loire" pour sa promotion touristique.

L'objectif de cette stratégie est de mettre en œuvre une gestion partagée des marques touristiques afin de travailler à une échelle pertinente, c'est-à-dire celle d'une destination et non d'un territoire administratif. L'intérêt est aussi de renforcer les partenariats entre les différentes structures de promotion et de mutualiser les moyens pour être plus efficaces et donc plus compétitifs vis-à-vis de destinations concurrentes.

Cette stratégie de marques porte aujourd'hui ses fruits et la capillarité entre les dispositifs se fait au bénéfice de l'ensemble du territoire régional et de ses acteurs touristiques. Le CRT observe l'évolution de l'audience des sites web dédiés aux marques. **En cumul, les 5 sites des marques touristiques régionales enregistraient 3,5 millions de visiteurs en 2013.** La gestion partagée des marques permet d'augmenter l'exposition de l'offre touristique régionale. C'est plus d'un million supplémentaire par rapport à 2011 (voir fiche annexe 1).

La Région et le CRT sont actuellement engagés avec leurs partenaires sur la création de 3 nouvelles marques : (voir fiche 2 : les nouvelles marques et annexe 2 : le contrat de destination Perche)

- **le Val de Loire : marque interrégionale créée en partenariat avec l'Etat et la Région Pays de la Loire** et dont l'ambition est de porter un programme de promotion mutualisé, pour faire du Val de Loire un atout touristique majeur de la France.
- **La Sologne** : marque portée par la Région Centre et le Conseil général de Loir-et-Cher et accompagnée d'une démarche de structuration et de promotion touristique de la Sologne.
- **Le Perche** : signature **d'un contrat de destination** porté par Atout France et associant les régions Centre et Basse Normandie, les départements d'Eure-et-Loir et de l'Orne, le PNR, et les Pays.

Le projet de contrat de Destination perche est joint au présent rapport. Il constitue une réponse concrète à la nécessité d'agir collectivement pour atteindre un même objectif de développement, en réunissant les acteurs clés d'une destination. Le contrat ne comprend pas d'engagement financier car il sera complété chaque année par un Contrat de Destination Annuel fixant le plan d'action et le plan de financement.

3 / L'innovation :

L'axe 3 de la SRTD consiste à soutenir l'innovation et la formation pour renforcer la professionnalisation et améliorer la compétitivité des acteurs publics et privés du tourisme.

Le Conseil régional a ainsi créé en avril 2012 un fonds d'aide dédié pour soutenir les projets touristiques innovants. Depuis sa création, le Cap Innovation touristique a permis de financer 16 projets pour un montant total d'aide de près de 400 000€ dont 3 concernent la création d'une nouvelle activité et donc d'emplois. (voir fiche 8)

- **A/ Mise en place d'un cluster « Tourisme et patrimoines »**

La création d'un cluster Tourisme et Patrimoines figure parmi les actions prioritaires de la SRTD et les travaux préparatoires à son lancement sont en cours. Les départements d'Indre-et-Loire et du Loir-et-Cher ont souhaité s'associer à ce projet, aujourd'hui piloté de façon collaborative entre les 3 collectivités.

Dans un contexte concurrentiel exacerbé, le Val de Loire doit engager une nouvelle stratégie et miser sur l'innovation pour amplifier son attractivité de destination internationale. Il apparaît aussi comme un territoire parfaitement légitime pour s'engager dans un processus d'expérimentation fondé sur l'innovation dans les sites de visite.

L'ambition finale de ce projet est de :

- ↳ faire de la destination Val de Loire un pôle d'excellence touristique,
- ↳ préparer l'offre patrimoniale, qui constitue une entité forte de notre notoriété, au tourisme de demain
- ↳ renforcer l'économie touristique et faire en sorte qu'elle soit créatrice d'emplois locaux et de retombées économiques, tout en valorisant mieux les atouts du Val de Loire,

Le cluster Tourisme doit permettre de développer les liens entre les sites de visite et créer un esprit réseau afin d'impulser une dynamique constructive autour de projets collectifs sur les thématiques suivantes :

- **L'Innovation** dans 3 domaines particuliers :
 - la médiation culturelle et de loisirs,
 - la rénovation et la préservation patrimoniale (patrimoine culturel et naturel)
 - la commercialisation et la gestion des sites de visite.
- **Le développement de l'usage des TIC** afin de renforcer la visibilité sur le net et de disposer d'outils innovants pour accompagner/faciliter la visite des sites touristiques.
- **Les Services et l'accessibilité** : améliorer la gestion des flux touristiques, parfaire la connaissance des clientèles touristiques soutenir les démarches d'accompagnement en matière d'utilisation des marques ou des labels,...
- **L'assemblage de produits et la commercialisation** : Adapter la mise en marché de l'offre aux nouveaux usages de consommation et aux nouveaux besoins sociétaux (nouvelles familles), élaborer des produits de demain (création de packages, de circuits ou encore de billetterie mutualisée / développement des produits de niche à forte valeur ajoutée et de produits identitaires pour le Val de Loire...)
- **L'emploi et la formation**: impulser l'innovation organisationnelle et accompagner les créations d'entreprises innovantes ou le développement d'entreprises existantes.

Le Cluster mobilisera au démarrage un noyau « dur » d'acteurs motivés. Il concernera en premier lieu les sites de visites touristiques, privés et publics, soit une cible partageant des problématiques et objectifs communs : châteaux, monuments, zoo, musées, jardins, ...

Les partenaires universitaires seront associés au vu des projets et des besoins exprimés par les professionnels en termes de recherche et d'innovation. Le projet « **Intelligence des Patrimoines** » piloté par le CESR pourra servir de base de travail pour engager la collaboration entre la filière patrimoine et le monde universitaire. Par ailleurs, des réflexions sont également engagées dans le cadre de la stratégie de l'innovation puisque parmi les 5 domaines de spécialisation intelligente identifiés au niveau régional l'un concerne particulièrement les **TIC et services pour le tourisme patrimonial**.

La réussite du cluster passe par la mobilisation de ressources dédiées à l'animation du projet et des acteurs. Il est donc nécessaire de recruter un animateur dès le lancement de la démarche. Les 3 autorités fondatrices du cluster (Région Centre, Départements du Loir-et-Cher et d'Indre-et-Loire) ont convenu que le poste de l'animateur serait porté par le CRT et co-financé par le CR (50%) et les 2 CG (2x25%).

Le coût annuel d'animation du cluster est estimé à **67 K€** :

- 40K€ de charges salariales,
- 10K€ pour le véhicule et les frais de déplacement
- 2 K€ pour les frais de fonctionnement
- 15 K€ pour les actions et les frais d'animation

La part régionale est donc estimée à 33 500 € pour une année pleine. Le recrutement n'étant effectif qu'en septembre 2014, les charges de fonctionnement pour 2014 sont estimées à 22 330 € et la participation régionale à 11 166 €.

Il convient donc d'établir une nouvelle convention avec le CRT afin de lui confier cette nouvelle mission et les moyens correspondants. (voir convention annexée)

- **B/ Innovation sociale : régionalisation de l'expérimentation de l'UNAT**

En 2013, l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT-Centre), lauréat d'un **appel à projets d'innovation sociale** lancé par la Région Centre, a contribué au départ en vacances de 20 familles (74 personnes) du Cher et d'Indre-et-Loire, dans l'un des trois hébergements d'accueil des bénéficiaires en région Centre : Village-Vacances Nature « Bellebouche », à Mézières-en-Brenne (Indre) ; Village-Vacances « La Saulaie », à Chédigny (Indre-et-Loire) ; Centre Ethic Etapes « Jean Monnet », à Romorantin-Lanthenay (Loir-et-Cher).

Cette année, l'opération « **1^{res} vacances en famille** » est étendue à l'ensemble des **six départements** de la région Centre ; elle devrait concerner 100 familles, pour des séjours « tout compris » d'une semaine. Le financement est possible grâce au partenariat signé entre l'UNAT, l'ANCV et la région et au soutien financier du Conseil Régional (30 000 € en 2014 pour l'appel à projet d'innovation sociale, et 69 000 € pour la mise en œuvre du programme d'actions de l'UNAT).

L'enjeu est de lutter contre « la fracture touristique » se creusant entre ceux qui partent en vacances et ceux qui ne partent pas ou plus en vacances. Un accompagnement méthodologique avant, pendant et après le séjour est ainsi nécessaire auprès des familles en difficulté, au-delà des aides financières attribuées par les organismes sociaux.

A travers le dispositif « **1^{res} vacances en famille** », destiné aux publics fragilisés (jeunes, seniors, familles monoparentales ou à faibles revenus, personnes en situation de handicap...), la Région Centre souhaite favoriser la mixité sociale en vacances et le tourisme pour tous.

Par ailleurs, grâce à **l'appel à projet Lutte Contre les Exclusions**, le Conseil Régional a financé depuis 2004 plus de **90 actions** d'accès aux vacances. Chaque année, la part consacrée aux vacances pour tous représente 53 % du budget total soit 80 000 € sur un budget annuel de 150 000 €.

Ces programmes sont cohérents avec les autres opérations menées par la Région pour soutenir le secteur du tourisme associatif, notamment le contrat d'appui au projet CAP' Hébergements du tourisme pour tous permettant d'intervenir en faveur de la rénovation de ces établissements qui représentent 5 000 lits touristiques en région (Auberges de Jeunesse, Centres Internationaux de Séjours, Centres Régionaux Jeunesse et Sports...).

C/ L'innovation dans les hébergements touristiques pour l'accueil des cyclo-campeurs :

Depuis 2006, la fréquentation de « La Loire à Vélo » et de surcroît touristique, n'a cessé de progresser. En 2010, l'analyse des retombées économiques de « La Loire à Vélo » montrait que le camping était le mode d'hébergement majoritaire (39%) dont les 2/3 des occupants étaient des itinérants. L'étude montrait que « La Loire à Vélo » se caractérisait par une pratique itinérante (24%) plus marquée que la moyenne nationale et l'émergence d'une pratique itinérante française.

Afin de conforter le développement de l'itinérance longue distance sur « La Loire à Vélo » et les autres véloroutes régionales, **de diversifier la gamme des hébergements touristiques, d'ouvrir ce produit à un tourisme social** et d'étendre la saisonnalité, la Région Centre souhaite impulser et accompagner la construction d'un réseau d'hébergement léger, pratique et peu coûteux dans les campings labellisés « Accueil vélo » du Val de Loire. L'objectif est de concevoir un mode d'hébergement convivial répondant aux besoins des cyclo-campeurs, en facilitant l'accès du voyage à vélo à **un public élargi (jeunes, petits budgets, familles, ...)**. L'enjeu est de construire une offre continue et régulièrement répartie « d'Abricyclo », pouvant rythmer les étapes du cycliste itinérant et faire l'objet d'une promotion ciblée et visible.

La Région a lancé une mission d'étude afin de définir le concept et les caractéristiques de ce type d'hébergement puis, à l'automne, ouvrira un appel à projet auprès des campings « Accueil vélo » de « La Loire à Vélo » afin d'accompagner la réalisation de ces nouveaux types d'hébergement. L'appel à projet pourra être élargi aux campings localisés sur les autres véloroutes en cours de construction (Saint Jacques à vélo via Chartres et Tours, la Véloscénie, l'Indre à vélo) mais aussi être ouvert aux centres équestres bénéficiant des labels « Centre de tourisme équestre » et « Cheval étape » qui souhaitent proposer un hébergement d'appoint pour les cavaliers itinérants qui veulent résider à proximité de leur monture.

L'objectif est de voir les premiers hébergements se concrétiser au printemps prochain.

4/ Les filières prioritaires :

L'axe 2 de la SRTD vise à structurer une offre stratégique et compétitive pour les 4 filières prioritaires : patrimoine culturel, tourisme de nature, itinérances douces, art de vivre et à améliorer l'offre d'hébergement.

- A /La filière itinérances douces :

Si l'ambition régionale est de devenir la première région de tourisme à vélo en France, elle est aussi de soutenir et d'organiser les randonnées pédestre et équestre et de mutualiser les bonnes pratiques afin de faire émerger la région Centre comme une destination française en pointe sur l'itinérance touristique.

- Devenir la 1^{ère} région de tourisme à vélo :

L'ambition régionale de devenir la première région de tourisme à vélo en France est à présent une réalité. Avec **3 461 km d'itinéraires réalisés** (dont 2297 km de boucles et 1164 de km de véloroutes) et **354 prestataires labellisés Accueil Vélo** (dont 270 sur la Loire à Vélo), la région dispose à ce jour de l'offre la plus développée et qualifiée en France.

Le projet Vélocentre adopté en 2011 dans le cadre du SRADDT vise à enrichir l'offre régionale de plus de 3 000 km de réseaux cyclables touristiques complémentaires de La Loire à Vélo et Des Châteaux à Vélo. Ils s'organisent autour de 6 véloroutes structurantes et une quinzaine de territoires cyclables et touristiques identifiés par le schéma régional des véloroutes et voies vertes.

Les véloroutes et territoires cyclables touristiques en région Centre



Après l'achèvement complet de la Loire à Vélo en 2013, la Région a porté ses efforts sur la réalisation des autres véloroutes structurantes devant irriguer l'ensemble du territoire et permettre la découverte des richesses culturelles et naturelles des 6 départements.

A ce jour, plus de 1164 km de véloroutes sont déjà réalisés et des opérations importantes sont en cours : (voir fiche 3)

- La Véloroute Saint Jacques via Chartres et Tours
- Les canaux Loing et Briare
- Berry Touraine à vélo
- La liaison Amboise et Chenonceau
- L'Indre à Vélo
- Vallée du Cher-canal de Berry à vélo

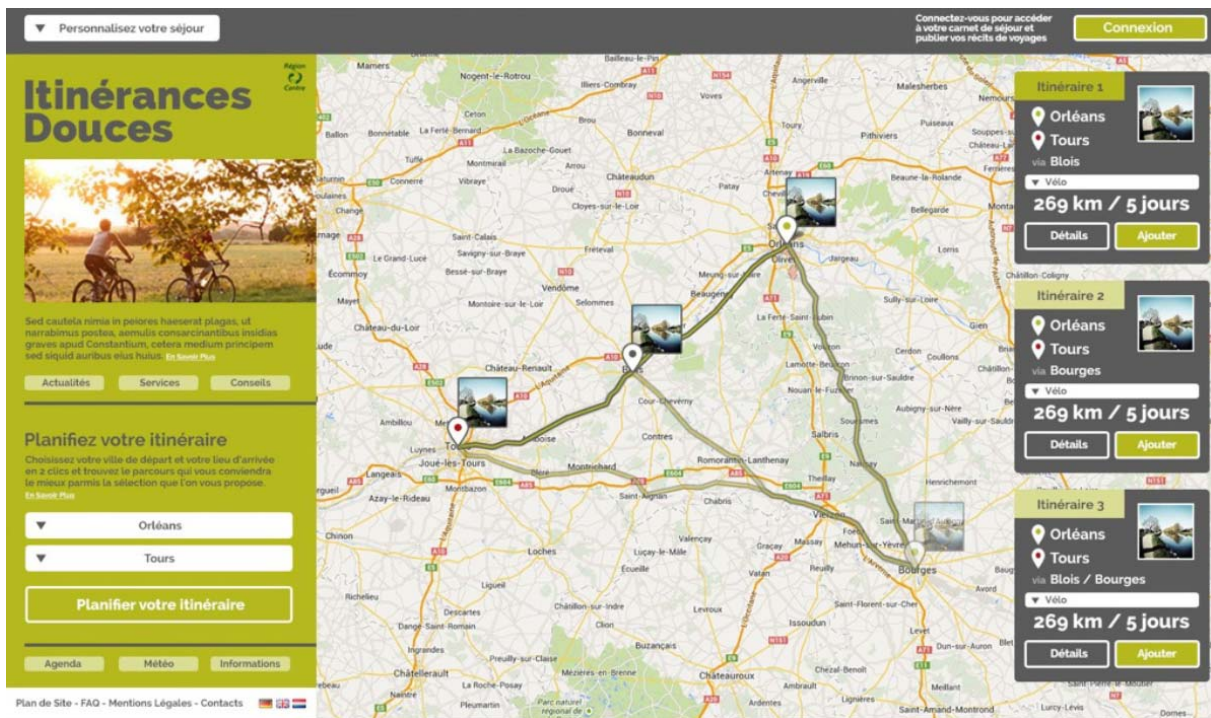
- **Un site web pour la promotion des itinéraires vélo et le développement de l'itinérance douce en région Centre :**

Dans le cadre de sa stratégie marketing, le Comité Régional de Tourisme Centre – Val de Loire s'est engagé dans un processus de promotion des itinérances douces en région Centre, avec en particulier la création d'un site Web dédié au tourisme à vélo qui se déclinera par la suite sur le pédestre et l'équestre en fonction de la montée en puissance des offres.

Ce site, dédié à l'organisation et la préparation du séjour itinérant, est très ambitieux et innovant en matière de fonctionnalités. Il sera à la fois une vitrine de l'offre régionale en matière d'itinéraires qualifiés et un outil très performant pour permettre à l'internaute de composer son propre séjour (itinéraire personnalisé, sélection des hébergements et des lieux de visite, conception d'un carnet de route...). A partir de la cartographie du réseau d'itinéraires et de boucles cyclables, chaque client pourra créer son parcours en fonction de son niveau, de ses contraintes ou de ses envies de découverte. Il pourra aussi partager ses expériences avec les autres touristes à vélo.

Ce site doit convaincre par la qualité de l'information géographique, la convivialité et la simplicité d'usage.

Le site « marandoavelo.fr » sera en ligne en septembre prochain, en version française, anglaise, néerlandaise, et allemande.



- **L'observation de la fréquentation et des retombées économiques :**

Une étude est actuellement conduite par la Région et le CRT afin de définir la méthodologie d'observation de la fréquentation et des retombées économiques engendrées par le réseau cyclable régional. L'objectif est d'étendre le dispositif d'observation actuel de « La Loire à Vélo » et d'intégrer les fréquentations issues des réseaux de boucles et des nouvelles véloroutes en cours de construction. Les conclusions seront communiquées à l'automne et partagées avec l'ensemble des acteurs du tourisme à vélo.

- **L'animation du réseau cyclable :** voir fiche 4 « Les Echappées de la Loire à Vélo »

Depuis 2011, la Région Centre organise un événement festif autour de la Loire à Vélo. En 2013, le réseau cyclable régional s'est enrichi d'une quinzaine de nouvelles boucles et l'ouverture partielle de la véloroute de Saint Jacques à vélo via Chartres et Tours. Compte tenu de la croissance quantitative et géographique du réseau cyclable et des demandes renouvelées des territoires cyclables de s'associer à un événementiel festif de portée régionale, le Conseil régional lance en 2014 « **Les Echappées de la Loire à Vélo** » et propose aux communes, communautés de communes, conseils généraux et acteurs du tourisme de la région de prendre part à cette manifestation.

34 partenaires (des offices de tourisme, des communes, des comités des fêtes, des associations de batellerie, un PNR...) ont répondu à l'invitation et au total 31 journées d'animation sont programmées pendant toute la période estivale. Le programme est disponible sur le site web dédié à cet événement (www.echappees-loireavelo.fr).

La Loire à Vélo s'exporte au Maroc :

Dans le cadre d'un programme de coopération décentralisée avec la région marocaine de Meknès Tafilalet, plusieurs missions d'échanges de bonnes pratiques ont été organisées autour de « La Loire à Vélo ». L'objectif est de développer une « vélopiste » de plusieurs centaines de kilomètres qui reliera à terme la ville royale de Meknès au Sahara en traversant le Moyen Atlas, la plus grande cédraie et la plus longue oasis du monde autour du Ziz. Cet axe cyclable sera conforté ponctuellement par des réseaux de boucles, avec un premier projet qui pourrait se concrétiser autour de la station de moyenne montagne d'Ifrane « la petite Suisse du Maroc ».

- La batellerie traditionnelle : une stratégie régionale d'appui à la filière

Depuis une dizaine d'année, on constate en termes de comportements plusieurs formes de « retour vers le fleuve ». Si la batellerie traditionnelle reste une activité encore peu développée (environ 35 000 passagers/an et 19 emplois salariés) et fragile, elle constitue un enjeu important en matière patrimoniale et identitaire pour le Val de Loire. A la demande de la Région, la Mission Val de Loire a conduit une réflexion sur les conditions de pérennisation et de développement de cette offre afin de pouvoir accompagner au mieux les acteurs de cette filière.

Marquée par une forte proportion d'associations, ce secteur est porté par des « passionnés » impliqués dans la défense du « paysage culturel vivant » et vigilants quant à l'authenticité des pratiques proposées.

En 2013, l'activité de balades en bateaux en Région Centre était proposée par 11 associations et 4 entreprises, soit une flotte de 37 bateaux homologués répartis sur 17 points d'embarquement. Ils ont accueilli un peu plus de 35 000 personnes.

Les prestations proposées se diversifient (balades dégustation, hébergement sur les bateaux, bivouacs) et les professionnels augmentent leur capacité d'accueil afin d'améliorer la rentabilité de la prestation.

L'équilibre économique reste toutefois difficile à atteindre et le diagnostic établi par la Mission val de Loire soulève plusieurs difficultés :

- Les points d'embarquement souffrent d'une mauvaise signalisation
- Le budget communication des structures est très restreint et certaines n'ont pas de site internet
- Les partenariats avec les autres acteurs touristiques (musée, châteaux...) sont inexistantes
- Ils rencontrent des difficultés pour la commercialisation de leurs offres au-delà du niveau local
- Les contraintes réglementaires sont lourdes et génèrent des coûts importants (homologation bateau, permis,...)
- Les acteurs installés à proximité de La Loire à Vélo bénéficient très peu des retombées en terme de fréquentation mais on constate que les points d'embarquement ne sont pas toujours équipés pour accueillir les cyclotouristes.

Plusieurs **pistes d'actions** ont été identifiées afin de faire face à ces difficultés et de soutenir le développement des balades fluviales :

- En terme de promotion, le CRT va veiller à mieux valoriser l'offre de sorties fluviales sur les sites internet existants (Loire à Vélo et châteaux de la Loire) et le futur site Val de Loire. Les structures de batellerie vont aussi être invitées à participer aux modules de formation sur le e-tourisme afin de renforcer leur promotion sur internet.
- Pour améliorer la visibilité des points d'embarquement et la qualité de l'accueil, la Région va travailler à la conception d'une signalétique et d'un mobilier intégrant les besoins des cyclotouristes.

- Pour les structures associatives et professionnelles souhaitant développer leur activité touristique, la Région va proposer un accompagnement individualisé pour : préciser le contour et les conditions de réussite de leur projet, se professionnaliser, concevoir des prestations combinées avec d'autres acteurs touristiques, promouvoir et commercialiser leurs offres.
- Pour ce qui concerne l'investissement, la région Centre peut intervenir grâce son dispositif d'aide à la construction et rénovation de bateau ou au titre du Cap Innovation

Associer les professionnels autour d'**offres d'itinérances combinant vélo, randonnée pédestre ou équestre, sortie en bateau**, reste un objectif de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable. Le développement de ces produits couplés offre de nouvelles perspectives en matière de développement touristique et d'itinérance de longue durée.

- **Les autres modes d'itinérance** : (voir fiche 5)

En dehors du vélo, on constate une faible « mise en tourisme » des autres modes d'itinérance douces sur le territoire régional alors que les demandes des clientèles progressent. L'expertise et la notoriété acquises sur l'itinérance à vélo sont aujourd'hui mises à profit pour développer la randonnée pédestre et équestre. La pollinisation des bonnes pratiques et la mutualisation des services pour les différents types d'itinérants (hébergements qualifiés, accessibilité en transports en commun, ...) sont recherchées.

En matière de **randonnée pédestre**, la stratégie régionale consiste à sélectionner une offre de parcours touristiques et à faire émerger trois itinéraires structurants au niveau national ; il s'agit des itinéraires jacquaires et le long de la vallée de la Loire. Pour mener à bien ce projet, la région Centre travaille en étroite partenariat avec le Comité Régional de Randonnée Pédestre (CRRP) et soutient le déploiement de leur nouvel outil de gestion numérique des itinéraires. Ce système permettra de mieux valoriser les itinéraires auprès des randonneurs et du grand public avec le développement de nouveaux services web et produits mobiles (E-topo, Randofiches numériques ...).

Pour le **tourisme équestre**, la priorité régionale vise à construire une offre structurée autour des pôles équestres de dimension nationale, constituant ainsi une vitrine de cette filière en région.

- **B/ la filière Tourisme de nature** : (voir fiche 6)

L'ambition régionale vise à développer les activités de tourisme de nature en cohérence avec les objectifs de protection du patrimoine et de développement durable des territoires. 5 destinations de « tourisme de nature » pertinentes ont été identifiées dans la SRTD et font l'objet d'un programme d'actions visant à structurer, qualifier et promouvoir une offre de prestations adaptées aux attentes du public et conforme au positionnement de chacun de ces territoires.

Parmi les actions majeures, on peut citer :

- La réalisation d'un plan marketing « tourisme de nature » par le CRT
- La démarche Qualinat en Brenne : Cette action vise, à travers l'obtention de la marque nationale Qualinat (Qualité Tourisme), à renforcer le réseau de guides nature sur le territoire du Parc et à diversifier les prestations et offres touristiques. 34 personnes sont actuellement engagées dans la formation.

- **C/ La filière Patrimoine** :

Pour la filière patrimoine, trois objectifs sont identifiés dans la SRTD :

- structurer l'offre touristique du Val de Loire autour des **grands sites patrimoniaux**, dans le respect du développement durable,
- tendre vers un développement touristique plus harmonieux et mieux équilibré entre le Val de Loire et les autres destinations touristiques,
- structurer et promouvoir la filière **parcs et jardins**.

- **Les grands sites patrimoniaux :**

Consciente de l'impact des grands sites patrimoniaux tant en terme de notoriété que de fréquentation et de retombées économiques, la Région Centre confirme son engagement en faveur de **la démarche d'excellence des grands sites**, engagée en 2007 dans le cadre d'un projet collectif unique et exemplaire. Cette démarche a démontré son efficacité puisque depuis le lancement, le nombre de visiteurs dans les châteaux a progressé de **+15%**, ce qui représente près de **4,3 millions de visiteurs en 2013**.

Le site web des châteaux de la Loire qui véhicule une image internationale renouvelée de la destination Val de Loire associant l'héritage historique et l'innovation connaît la même progression de fréquentation et a attiré 1,4 millions de visiteurs en 2013.

- **les parcs et jardins :** (voir fiche 7)

L'ambition régionale est de positionner la filière « Parcs et Jardins » comme une composante majeure du patrimoine régional et d'affirmer son positionnement « jardins de la France ».

Les actions en cours visent 3 objectifs :

- renforcer la professionnalisation et la gestion de l'accueil touristique
- soutenir une promotion collective des parcs et jardins
- encourager et promouvoir les pratiques respectueuses de l'environnement

Des audits qualités ont été conduits en 2013 et 2014 afin de permettre à de nouveaux acteurs de participer aux actions de promotion collectives mise en œuvre par le CRT.

En 2014, la promotion de cette filière va prendre une nouvelle dimension grâce à la création d'un nouveau site internet dédié aux parcs et jardins de la région : www.escapadesauxjardins.com.

- **L'art contemporain :**

L'art contemporain figure parmi les nouvelles filières prioritaires de la stratégie marketing du CRT car notre région rassemble désormais plusieurs équipements culturels de renommée nationale, voire internationale, potentiellement facteurs de forte notoriété pour notre destination.

La Direction de la Culture de la Région Centre et le CRT ont donc pris l'initiative d'associer trois organismes « leaders » à la réflexion visant à définir les modalités de mise en marché touristique de cette filière : le Domaine régional de Chaumont sur Loire, le FRAC Centre et le Centre de Création Contemporaine de Tours.

En parallèle de ce travail de structuration de cette offre au niveau régional, une première action de promotion commune est mise en œuvre en 2014, essentiellement orientée autour des relations presse.

D/ Les aides aux hébergements

L'une des priorités de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable 2011-2015 porte sur l'amélioration de l'offre régionale d'hébergements marchands.

Le CAP' Hébergements permet d'accompagner les projets de création, d'extension et de modernisation des hébergements touristiques. .

La Région est le premier financeur, avec l'Europe (programme FEADER 2007-2013 qui a permis de mobiliser 10 M€ de FEADER pour plus de 400 projets financés), des projets d'hébergements touristiques et doit soutenir cet effort car la profession est confrontée à d'importantes difficultés et notamment le vieillissement des établissements qui ne répondent plus aux demandes de clientèles, ainsi que les nécessaires mises aux normes.

Entre 2011 et 2013, près de 150 nouveaux projets ont été financés par la Région pour un montant global de 4,1 M€. L'investissement total généré par ces projets est estimé à près de 40 millions d'euros.

En termes d'emplois, ces projets se sont traduits par la création de 119 emplois (107 ETP) et la consolidation de 81 postes. Ces projets participent également au maintien de l'activité dans le secteur du bâtiment et tout particulièrement en zone rurale.

5 - PROPOSITIONS DU PRESIDENT

Je vous propose d'adopter la délibération suivante :

La session plénière, réunie les 19 et 20 juin 2014

Décide :

- d'approuver le Contrat de Destination Perche et d'autoriser le Président du Conseil régional à la signer avec le bénéficiaire, ainsi que les actes afférents.
- d'approuver la convention n° 00094117 jointe avec le comité régional de Tourisme Centre Val de Loire et d'autoriser le Président du Conseil régional à la signer avec le bénéficiaire, ainsi que les actes afférents.
Les modalités de versement et de contrôle sont prévues dans la convention.
- d'accorder une subvention de 11 166 € sur une dépense subventionnable de 22 330 € correspondant aux frais d'animation du cluster Tourisme et Patrimoine de septembre à décembre 2014.

Le crédit de 11 166 € sera imputé au 939-95-6574-312 du budget régional.

François BONNEAU

Annexes :

- **Annexe 1 : bilan intermédiaire de la Stratégie Régionale de Tourisme Durable**
 - Fiche 1 : Evaluation de la stratégie de marques
 - Fiche 2 : les 3 nouvelles marques touristiques régionales
 - Fiche 3 : point d'avancement des véloroutes
 - Fiche 4 : Les Echappées de la Loire à Vélo
 - Fiche 5 : les itinérances pédestre et équestre
 - Fiche 6 : La filière Tourisme de nature
 - Fiche 7 : Parcs et jardins : La démarche régionale « Escapades aux jardins »
 - fiche 8 : Cap Innovation : bilan

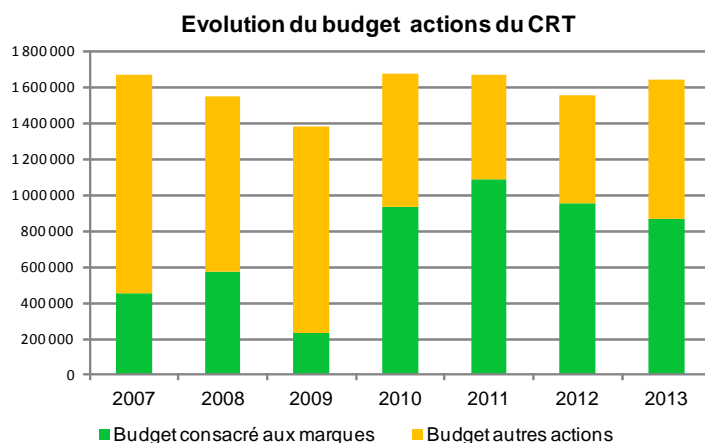
- **Annexe 2 : le Contrat de Destination Perche**

- **Annexe 3 : avenant à la convention du Comité Régional de Tourisme pour l'animation du cluster Tourisme et Patrimoine**

- **Annexe 1/ Bilan intermédiaire de la Stratégie régionale de Tourisme Durable**

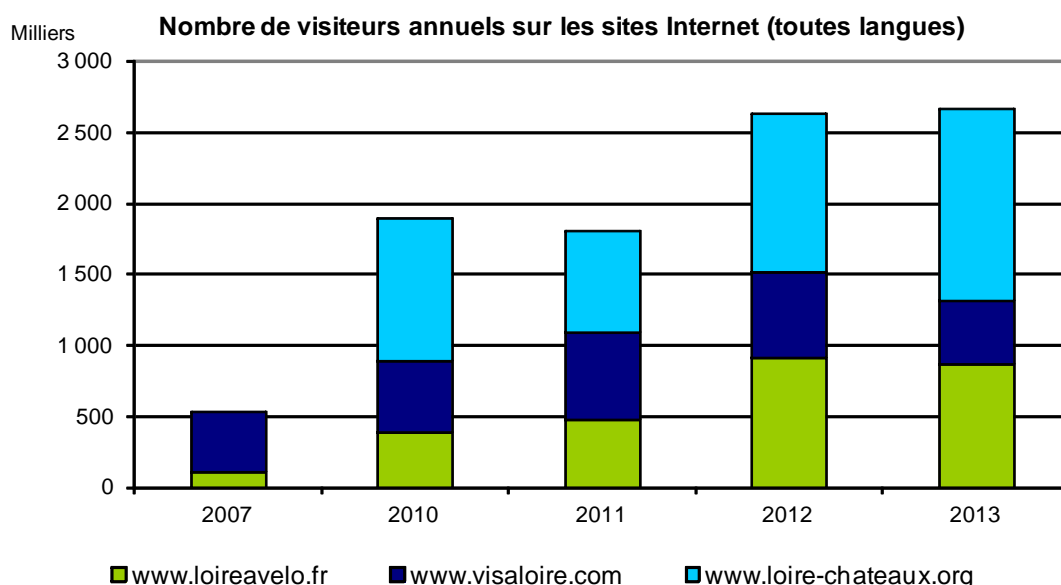
Fiche 1 : Evaluation de la stratégie de marques :

Depuis 2010, le budget actions du CRT est donc majoritairement consacré aux marques touristiques (en vert), l'autre partie étant consacrée aux filières prioritaires de la stratégie régionale (itinérances douces, jardins, art de vivre, nature,...etc) :



Afin de mesurer les résultats et impacts de cette stratégie, le CRT observe l'évolution de l'audience des sites web dédiés aux marques. **En cumul, les 5 sites des marques touristiques enregistraient 3,5 millions de visiteurs en 2013.** La gestion partagée des marques permet d'augmenter l'exposition de l'offre touristique régionale. C'est plus d'un million supplémentaire par rapport à 2011.

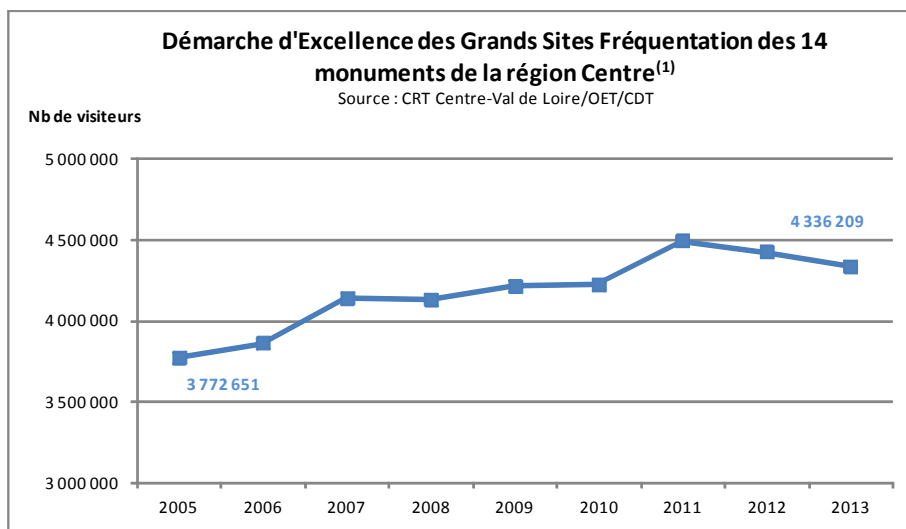
Sur les sites gérés par le CRT directement :



↳ Suite à un problème sur les outils de mesure, la fréquentation du site Visaloire est sous évaluée en 2012 et 2013. Ces résultats représentent donc une fréquentation minimum du site.

En 2013, 2,7 millions de visiteurs sont venus consulter les 3 sites web régionaux : c'est 41% de plus qu'en 2010.

Pour les châteaux de la Loire, on peut rapprocher ces résultats de ceux de la fréquentation touristique.



(1)Château de Sully-sur-Loire, Château de Chambord, Château royal de Blois, Domaine de Chaumont-sur-Loire, Château de Cheverny, Château de Valençay, Château de Chenonceau, Château royal d'Amboise, Château du Clos-Lucé, Château de Langeais, Forteresse royale de Chinon, Cité royale de Loches, Château et jardins de Villandry, Château d'Azay-le-Rideau

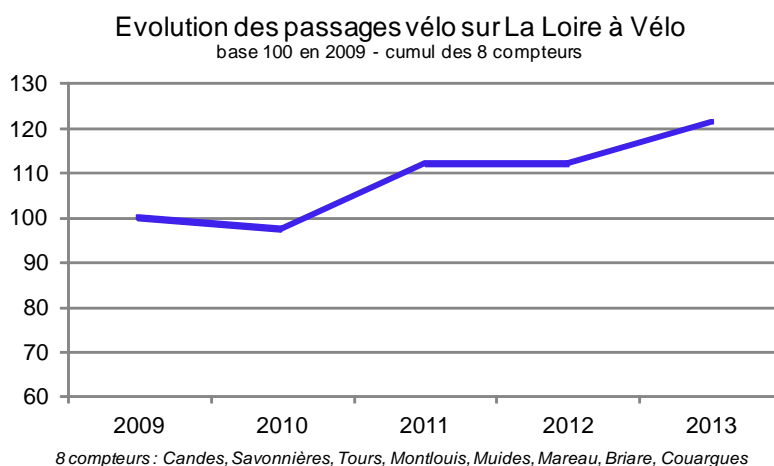
La démarche d'excellence mise en place pour les châteaux de la Loire a démontré son efficacité puisque **depuis le lancement de la démarche, le nombre de visiteurs a progressé de +15%** (de 2005 à 2013).

Depuis 2012, la fréquentation se tasse légèrement mais reste à un niveau élevé : **4,3 millions de visiteurs** pour les 14 sites de la région.

Sur le web, le site www.loire-chateaux.org a attiré **1,4 millions de visiteurs en 2013**, avec des versions en 10 langues. Par rapport à 2012, la fréquentation du site a très fortement progressé en 2013 : +15% (à échantillon comparable).

Pour **La Loire à Vélo**, année après année et malgré une météo pas toujours favorable, **la fréquentation continue de progresser** : entre 2009 et 2013, les passages de vélo ont augmenté de 21% en région Centre (à échantillon comparable). **La fréquentation bat même des records en 2013 avec 853.000 cyclistes** (556.000 en région Centre). Concrètement cela se traduit par une progression du nombre de passage de vélos enregistrés en région Centre de +9% en 2013. Depuis deux ans, on peut noter une très forte activité pendant la saison estivale.

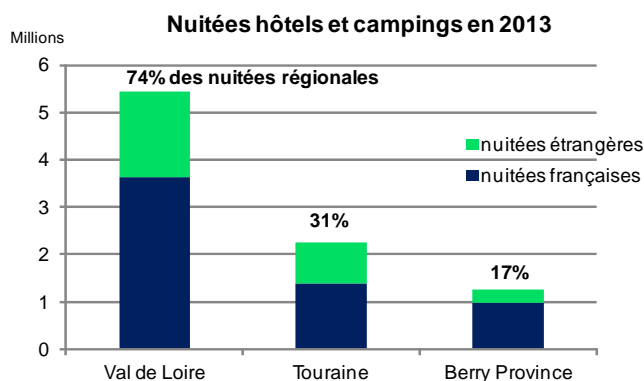
Cette fréquentation a généré **18,4 millions de retombées économiques directes** (12,5 millions d'euros en région Centre).



Le site Internet www.loire-a-velo.fr, traduit en anglais, en allemand et en néerlandais, a enregistré **870.000 visites sur le site en 2013** (toutes versions linguistiques confondues) et l'application mobile sortie en février 2013 totalise 19.400 téléchargements.

Sur plusieurs années, la fréquentation du site web a très fortement augmenté : +126% entre 2010 et 2013, avec un record d'audience en 2012, année d'achèvement de l'itinéraire et où le budget dédié au web était aussi très important.

Pour les destinations **Val de Loire, Touraine et Berry**, le CRT analyse l'évolution de la fréquentation grâce au nombre de nuitées dans les hôtels et les campings :



Le Val de Loire accueille les trois quarts des nuitées régionales dans les hôtels et campings régionaux ; il concentre aussi 70% des lits touristiques marchands de la région.

Par rapport à 2012, les nuitées sont stables en Touraine et en Val de Loire mais en baisse dans le Berry. Les nuitées françaises ont diminué : -4% en Touraine et dans le Berry contre -2% en Val de Loire. A l'inverse, les étrangers sont de retour et progressent sensiblement en Touraine et en Val de Loire (ils sont stables dans le Berry). C'est d'ailleurs en Touraine (38% des nuitées étrangères régionales) et en Val de Loire (80% des étrangers de la région) qu'ils sont les plus présents.

Côté web, les audiences des sites internet des 3 marques sont relativement proches en 2013 : 440.000 pour le Val de Loire (visaloire), 435.000 pour le Berry et 380.000 pour la Touraine, avec des audiences en hausse pour les sites Berry et Touraine (*pas de calcul d'évolution possible pour le site Val de Loire suite à un problème technique*).

La notoriété des marques se mesurent aussi sur **les réseaux sociaux** :

Les pages Facebook des 5 marques régionales capitalisent près de **74.000 fans** au 31/12/2013, dont 24.052 pour La Loire à Vélo et 18.410 pour Châteaux de la Loire.

A titre de comparaison, les abonnés aux pages Facebook d'autres régions sont :

- Alsace = 834.000 fans
- Picardie = 36.087 fans
- Bourgogne = 33.230 fans
- Auvergne = 16.317 fans

Les chiffres de fréquentation des pages Facebook sont bien entendu très liés aux stratégies des marques et aux moyens (financiers et humains) consacrés.

Pour les marques gérées par le CRT, des données complémentaires sont disponibles, à savoir les interactions avec les fans (nombre de "J'aime", de "partager" et de "commentaires" postés) : pour la page La Loire à Vélo, près de 103.000 interactions sont comptabilisées ; 30.000 pour la page Val de Loire.

Fiche 2 : les 3 nouvelles marques touristiques régionales

- le Val de Loire : naissance d'une marque

La France compte de grandes destinations touristiques emblématiques à l'international : Paris, Riviera Côte d'Azur, le Mont Saint Michel... et le Val de Loire.

L'Etat et les deux Régions Centre et Pays de la Loire et leurs organismes de Tourisme ont souhaité créer une véritable marque de territoire et construire, ensemble, un programme de promotion mutualisé, pour faire du Val de Loire un atout touristique majeur de la France.

Le périmètre couvert par la marque Val de Loire s'étend du Loiret à la Loire-Atlantique sur cinq départements (Loiret, Loir-et-Cher, Touraine, Anjou et Loire-Atlantique).

Cette destination touristique recèle des richesses reconnues, comme les Châteaux de la Loire, les vins du Val de Loire, La Loire à Vélo et la Loire UNESCO. Le long du fleuve, les escapades urbaines séduisantes ne manquent pas : Orléans, Blois, Tours, Saumur, Angers, Nantes ou encore Saint-Nazaire.

Le bloc marque du Val de Loire a été déposé par les Régions Centre et Pays de la Loire à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) en 2013. Elles en sont conjointement propriétaires.



Le code de marque Val de Loire constitue la première réalisation des partenaires associés au projet. Destiné à une large diffusion, il présente les valeurs fortes et distinctives qui en forgent l'identité : liberté, créativité, équilibre, épanouissement, transmission et partage ainsi que le positionnement retenu.

Le code de marque est le vecteur essentiel de l'identité du Val de Loire qui, comprise et appliquée par les acteurs touristiques du périmètre, permettra de véhiculer un message percutant visant à renforcer sa visibilité et sa portée tant sur le territoire que sur les marchés internationaux

Les prochaines étapes de ce projet interrégional sont :

- La finalisation de la stratégie marketing,
- La réalisation d'outils, en particulier digitaux, pour la promotion de la marque,
- La mise en oeuvre d'un programme de promotion mutualisé de la destination Val de Loire

Les 5 agences de développement touristique départementales du Loiret, du Loir-et-Cher, de la Touraine, de l'Anjou et de la Loire-Atlantique ainsi que les offices de tourisme de Saint-Nazaire, de Nantes, d'Angers, de Saumur, de Tours, de Blois et d'Orléans sont associés au projet.

La marque Val de Loire et ses codes s'adressent à l'ensemble des acteurs touristiques, publics et privés, du Val de Loire. La gestion et la diffusion seront assurées par le Comité Régional du Tourisme Centre - Val de Loire et l'Agence régionale - Pays de la Loire Territoires d'Innovation avec pour objectif une forte appropriation de la part des acteurs touristiques.

Les bénéfices pour les acteurs sont de plusieurs ordres :

- être associés à une marque forte et emblématique en France et à l'international
- bénéficier des retombées de campagnes de promotion d'envergure

- être acteur d'une démarche partagée par de nombreux prestataires du tourisme et être un relai qui permettra d'en amplifier la notoriété.

Les prestataires du tourisme qui souhaitent l'utiliser doivent signer une charte d'engagement afin de s'assurer de la cohérence de leur offre avec le positionnement de la marque Val de Loire. L'usage de la marque est réservé à des prestations et services touristiques. Elle n'a pas pour objet d'être utilisée comme un label ou un certificat de provenance géographique.

- **La Sologne : positionnement marketing et organisation touristique de la destination**

Pour la Région Centre, la Stratégie de Tourisme Durable (2011-2015) reconnaît la Sologne comme une marque de territoire connue ou en cours de construction aux côtés du Val de Loire, du Berry... et comme une destination pertinente au titre du tourisme de nature.

Comptant parmi les plus grands espaces naturels à proximité immédiate de la région parisienne, la Sologne peut renforcer sa place sur les marchés touristiques. L'activité touristique de ce territoire est actuellement le fait de « gros porteurs » dont les stratégies reposent avant tout sur la notoriété de leur marque et/ou la proximité des châteaux de la Loire. L'offre touristique y est diffuse, de petite taille et difficilement identifiable. De plus, le territoire est à cheval sur 3 départements – le Loir-et-Cher, le Loiret et le Cher – qui ont chacun leur stratégie de développement touristique. La Sologne est aussi pénalisée par un déficit d'organisation et d'animation touristique. L'Office de tourisme de la communauté de communes de la Sologne des Rivières s'est engagé depuis 2 ans dans un travail de mise en réseau des opérateurs touristiques de Sologne mais cette démarche nécessite d'être structurée et accompagnée.

Convaincues du potentiel de cette destination, la Région Centre et le Conseil général de Loir-et-Cher ont décidé d'unir leurs moyens pour poser les bases de la structuration et de la promotion touristique de la Sologne. Ils ont confié à l'Agence de Développement Touristique Loir-et-Cher – Cœur Val de Loire la conduite d'une étude pour dessiner les contours de la marque Sologne et d'une organisation qui lui permette d'émerger.

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une démarche à moyen terme qui se décline en 3 temps :

1. Une étude pour la définition du positionnement marketing de la marque Sologne et l'organisation future de la destination à l'échelle du Loir-et-Cher
2. La conception du code de marque et l'élaboration du plan marketing correspondant
3. La mise en œuvre de ce plan marketing

150 000 € sont inscrits en faveur de l'ensemble du projet dans le cadre de la convention Région-Département (dont 70 000 € pour la Région Centre et 70 000 € pour le Département de Loir-et-Cher).

La 1^{ère} étude est achevée et les conclusions ont été présentées aux partenaires locaux. Le périmètre s'attache en priorité à la Sologne du Loir-et-Cher, c'est-à-dire le territoire couvert par les communautés de communes :

- Cœur de Sologne
- Romorantinais et Monestois
- Sologne des Etangs
- Sologne des Rivières.

Toutefois, considérant le caractère interdépartemental de la Sologne et la nécessité d'avoir un positionnement marketing unique pour cette destination, les agences de développement touristiques/comités départementaux du Loiret et du Cher ont été associés aux travaux.

Le positionnement retenu à l'issue de l'étude pour construire la marque Sologne s'appuie sur 2 axes majeurs :

- Une terre de **Rencontres**, de rendez-vous, d'échange avec ses proches, de moments et d'expériences à partager
- Une terre **Nature**, de découverte et d'immersion pour déconnecter du quotidien, un territoire authentique où s'entremêlent constamment Nature et Culture.

Les objectifs assignés à cette marque seront de 3 ordres :

- **Fédérer les acteurs et les habitants du territoire** autour du positionnement et des attributs de la marque pour proposer une offre touristique en adéquation avec elle
- **Structurer l'offre touristique pour être conforme à la promesse de la Sologne** : Qualifier et mise en réseau de l'offre existante (sites, activités, stages...), améliorer l'accès à la nature (observatoires naturels, randonnées accompagnées et sorties nature, brame du cerf...), valoriser ce qui différencie la Sologne des territoires concurrents de la couronne parisienne ;
- **Gagner la bataille du numérique** : une stratégie de promotion organisée, mutualisée et cohérente, s'appuyant sur une marque porteuse.

Les éléments identitaires et le positionnement retenu pour la marque Sologne vont servir de socle pour créer une **plate-forme de marque**. Celle-ci définit les valeurs et l'ambition portée par la marque ainsi que le logo et les univers visuels illustrant la marque.

Mais la marque Sologne ne se résume pas à la création d'un logo. Elle doit être le reflet d'une démarche de mobilisation collective des acteurs du tourisme en Sologne pour la structurer et la promouvoir. Aujourd'hui, l'hétérogénéité de l'organisation touristique à l'échelle de la Sologne du Loir-et-Cher constitue un frein qu'il convient de lever. Les 4 communautés de communes concernées n'ont pas les mêmes stratégies et ne bénéficient pas des mêmes moyens en faveurs du développement touristique. Il est nécessaire **d'élaborer un schéma d'organisation** qui permette de porter la marque Sologne en visant la **mutualisation**, tout en respectant les projets de chacun.

L'étude a permis d'identifier plusieurs scénarii d'organisation pour coordonner le portage de la marque Sologne à l'échelle des 4 communautés de communes concernées. Le scénario retenu consiste dans un premier temps à conserver les structures actuelles et à créer **d'un poste de coordinateur** dont la mission principale consistera à mettre en place de nouvelles méthodes de travail entre les offices de tourisme du territoire et à mettre en œuvre les actions communes (création du code de marque, site internet,...). Les structures actuelles ne sont pas modifiées mais adaptent leur activité et leur organisation à la prise en compte de la marque via une charte de coopération.

Ces propositions sont faites dans la perspective de bâtir une organisation qui puisse s'ouvrir le moment venu aux territoires limitrophes du Cher et du Loiret.

- **Le Perche : un contrat de destination et une marque**

Atout France prépare la mise en place d'un contrat de destination pour le Perche et la Région Centre est étroitement associée à ce projet car il s'inscrit en totale cohérence avec la stratégie de marques régionale. Ce type de démarche, vise à **consolider les destinations touristiques existantes et à en faire émerger de nouvelles, structurées, et à visibilité internationale**.

Le Contrat de destination n'est pas un schéma de développement touristique même s'il vise à donner une feuille de route aux acteurs. Il constitue une réponse concrète à la nécessité **d'agir collectivement pour atteindre un même objectif de développement**, autour d'une stratégie partagée et coordonnée et d'un plan d'action mutualisé réunissant les acteurs clés d'une destination. Il a pour but de fédérer les acteurs publics (Etat, collectivités territoriales, institutionnels du tourisme, CCI..) et privés (hébergeurs, transporteurs, prestataires d'activités sportives et de loisirs...) d'un même territoire autour de thématiques identifiées afin de construire une offre touristique cohérente et lisible. Plusieurs contrats de destination ont déjà été signés en France : Alsace (tourisme d'affaires), Tarn et Garonne (itinérance), Nord de la France (Grande Guerre), et d'autres sont en cours de préparation.

Le Contrat de destination Perche sera signé par l'Etat, Atout France, les régions Centre et Basse Normandie, les départements d'Eure-et-Loir et de l'Orne, le PNR, et les Pays. Il vise à positionner le Perche comme l'une des destinations « Campagne et Country Break » les plus attractives de France pour stimuler les flux de séjour, en particulier internationaux, et consolider l'emploi et les retombées économiques générées.

L'objectif est d'accroître en 5 ans de **15% les nuitées touristiques** des clientèles françaises et de 15% celle des clientèles internationales. 4 marchés internationaux sont visés prioritairement : Grande-Bretagne, Pays Bas et Belgique, et un marché plus éloigné ayant une connexion historique avec le Perche : le Québec.

Les axes de travail prioritaires ont été identifiés :

Marketing/promotion/communication :

L'objectif est de structurer des outils de promotion communs à l'échelle de la destination et mettre en œuvre des actions de communication visant à faire connaître la destination Perche sur les marchés cibles de proximité et à stimuler les flux de séjour. Pour ce faire, un programme de promotion sera élaboré, mobilisant notamment les bureaux d'Atout France à l'international.

Politique produits :

Les Partenaires vont conduire ou soutenir des actions de qualification des offres touristiques existantes et celles en projet en matière d'hébergement, d'itinérance à vélo et d'événementiel.

Qualité d'accueil, sensibilisation et mobilisation des autres acteurs :

Il convient de renforcer la coopération pour améliorer la chaîne d'accueil sur l'ensemble du Perche en lien avec les différents acteurs et secteurs économiques du territoire :

- le réseau des OT autour de la Destination Perche et en lien avec la stratégie marketing et numérique
- les habitants et résidents secondaires
- les producteurs et savoir-faire locaux

Intelligence économique :

Le Contrat de destination vise aussi à mettre en place un dispositif d'observation et d'évaluation innovant permettant de suivre les chiffres clés du tourisme à l'échelle du Perche.

Le financement des actions doit s'appuyer sur les ressources actuelles avec un souci de mieux utiliser ou de mutualiser les dispositifs déjà existants. Les structures de promotion touristiques intégreront dans leur budget 2015 le financement d'actions de promotion et une participation d'Atout France est attendue pour la réalisation des actions partenariales menées dans ce cadre : création du code de marque, actions presse...

Pour la mise en œuvre des objectifs présentés, les Partenaires Signataires s'engagent à mobiliser et/ou mutualiser des moyens humains, techniques et financiers pendant 3 ans afin d'optimiser leurs actions et de contribuer au développement économique de la destination.

Ceci suppose d'agir collectivement et de manière synchronisée. Ces moyens seront donc mobilisés au profit de quatre volets d'actions complémentaires et indissociables qui seront déployés simultanément.

Fiche 3 : point d'avancement des véloroutes

- La Véloroute Saint Jacques via Chartres et Tours :

Identifié parmi ces 6 véloroutes structurantes, l'itinéraire de « Saint-Jacques à vélo via Chartres » reliera Saint Lucien (limite de l'Île de France) à Tours, point de rencontre avec « La Loire à Vélo ». Elle se prolonge au Nord par une continuité cyclable reconnue au niveau national, « la Vallée Royale de l'Eure » qui rejoint la Seine en Normandie. Il s'agit de la première véloroute française à bénéficier de l'appellation jacquaire surtout connue pour sa pratique pédestre. L'objectif est d'attirer une clientèle de grands itinérants et de renforcer le statut de voie jacquaire déjà la plus fréquentée à vélo par les vélotouristes de l'Europe du Nord.

L'itinéraire est achevé et opérationnel pour la saison 2014 sur les départements d'Eure-et-Loir et du Loir-et-Cher. Il sera finalisé avant la fin de l'année sur le département d'Indre-et-Loire, soit au total 380 km d'itinéraires. Plusieurs maîtres d'ouvrages se sont mobilisés pour réaliser ce projet : le Conseil Général d'Eure-et-Loir, le Pays Vendômois et les communautés de communes associées, et la communauté de communes du Vouvrillon et de Sainte-Maure de Touraine. Les départements du Loir-et-Cher et d'Indre-et-Loire n'ont pas porté la maîtrise d'ouvrage mais ont participé au financement de l'opération sur leur territoire.

Les opérations en cours avec l'Eure-et-Loir, le Vendômois et le Vouvrillon s'élèvent à près de 1,5 M€. La Région Centre finance 50% du coût total de la véloroute et conçoit les outils de communication comprenant un carnet de route cartographique et un dossier de presse présentant l'ensemble de l'itinéraire qui seront être diffusés dès cet été.

Le déploiement du label Accueil Vélo est en cours sur ce nouvel itinéraire, en partenariat avec les agences départementales de tourisme.

- les canaux Loing et Briare : 2014 à 2018

Ce projet, dont la maîtrise d'ouvrage est portée par le conseil général du Loiret et l'agglomération de Montargis, consiste à réaliser un itinéraire en site propre le long des canaux du Loing et de Briare et ainsi permettre la liaison entre la Seine et « La Loire à vélo ». La section longeant le canal du Loing bénéficie d'un classement européen (EV3) et la section longeant le canal de Briare d'un classement national (V48).

Sur la traversée du département du Loiret, la véloroute comptera 70 km environ et concernera directement 16 communes. L'essentiel de la véloroute sera réalisé alternativement sur les chemins de halage et de contre-halage. Deux sections seront spécifiquement aménagées pour obtenir le label Tourisme & Handicap. Des itinéraires complémentaires seront jalonnés pour desservir, entre autres, la gare et le musée du verre à Dordives, des sanitaires de proximité, « La Loire à Vélo » et le pont canal de Briare.

Le coût total de l'opération est estimé à 6 564 000 € HT, avec une contribution régionale de 50%.

Les travaux d'aménagement s'organiseront sur 4 ans. Le conseil général du Loiret a informé la région en début d'année que le démarrage de l'opération était reporté en 2015.

- Berry Touraine à vélo :

La véloroute « Touraine Berry à vélo » reliera à terme Argenton-sur-Creuse à Chinon dans la continuité de « La Loire à Vélo » soit environ 150 Km, mixant voies vertes dans l'Indre et voies partagées en Indre-et-Loire.

Le projet d'aménagement porté par la Communauté de Communes du pays d'Argenton-sur-Creuse se trouve au carrefour des itinéraires cyclables jacquaire et Touraine Berry. Il assure la

continuité de la voie verte réalisée en 2008 par la Communauté de Communes Brenne-Val de Creuse sur une longueur de 70 km entre Tournon-Saint-Martin et Pont-Chrétien.

Cette opération est une section de la véloroute d'intérêt national « V94 » inscrite au Schéma National Véloroutes et Voie Vertes qui reliera, à terme, Argenton-sur-Creuse à Limoges. La première tranche de travaux a été inaugurée en 2013. Elle s'inscrit dans la continuité de la voie verte et dessert le site archéologique et touristique d'Argentomagus et la gare ferroviaire d'Argenton-sur-Creuse.

Cet axe, pour partie en voie verte, constituera un axe de promenade pour tout public et sera une invitation à découvrir le Val de Creuse et ses attraits touristiques et paysagers. Elle offrira un lieu de pratique sportive et de détente pour le bassin de vie d'Argenton. D'un point de vue touristique, il conforte un axe cyclable Sud d'intérêt qui permet un rééquilibrage de l'offre cyclable régionale centrée sur le Val de Loire. En outre, Argenton constitue une porte d'entrée essentielle sur cette véloroute par ses accès ferroviaires (ligne Paris /Toulouse) et autoroutiers (A20).

Le coût total de l'opération s'élève à 1 078 000 € avec une contribution régionale de 323 000 € issue du Fonds Sud (15% HT) et du budget tourisme (15% HT).

- **Liaison Amboise et Chenonceau :**

Cette opération, portée par le Conseil Général d'Indre-et-Loire a pour objectif d'aménager une liaison cyclable reliant Amboise et Chenonceau. Une première tranche sera réalisée dès cet été entre la ville d'Amboise et le bourg de Dierre sur le Cher. Cet itinéraire d'une longueur de 7,5 Km constituera un barreau cyclable en site propre entre « La Loire à Vélo » et « le Cher canalisé ».

L'itinéraire cyclable du Cher canalisé est situé dans la continuité du canal de Berry. Cet axe cyclable structurant qui traversera les départements de l'Indre-et-Loire, du Loir-et-Cher et du Cher est inscrit au Schéma Régional Véloroutes et Voies Vertes (2007) et repris au Schéma national (2010). Il fait partie des six véloroutes structurantes régionales.

Cette liaison permettra à terme de constituer un « triangle d'or du tourisme à vélo » en reliant 3 sites majeurs du Val de Loire, Tours, Amboise et Chenonceau, idéal pour l'organisation de courts séjours. L'aménagement en site propre améliorera considérablement les conditions de sécurité de la traversée actuelle qui s'effectue sur le réseau viaire dans des conditions de sécurité peu satisfaisantes.

Le coût de l'opération s'élève à 668 896 € ; le financement est assuré à 50% par la Région et 50% par le Département.

- **Indre à Vélo** : l'itinéraire va se prolonger en amont sur le lochois et le pays de Valençay en Berry. Les travaux d'aménagement devraient s'engager dans le courant de l'année 2014.

- **Vallée du Cher-canal de Berry à vélo** : les études de maîtrise d'œuvre portées le Pays Cher Romorantinais sont en cours, les travaux pourraient débuter en 2015

Fiche 4 : Les Echappées de la Loire à Vélo

Les objectifs de la manifestation sont multiples :

- Faire connaître le réseau cyclable touristique local et régional
- Tirer profit de la notoriété de « la Loire à vélo » à l'échelle régionale et y associer tous les autres parcours et véloroutes existants
- Faire connaître l'ouverture d'une boucle ou d'une nouvelle section de véloroute.
- Organiser et regrouper les manifestations dans un cadre régional afin de renforcer l'impact médiatique et mutualiser la promotion
- Renouveler l'intérêt médiatique et montrer toutes les facettes touristiques d'un territoire cyclable
- Associer aux boucles cyclables des découvertes culturelles et des animations dans l'esprit du tourisme à vélo promu par la Région

La Région Center a lancé un appel à candidatures et 34 partenaires (des offices de tourisme, des communes, des comités des fêtes, des associations de batellerie, un PNR...) ont répondu à l'invitation. Au total 31 journées d'animation sont programmées pendant toute la période estivale (voir le détail sur le site web : www.echappees-loireavelo.fr).

La coordination générale et la promotion de la manifestation sont assurées par le Conseil Régional alors que l'organisation des parcours à vélo et des animations sont entièrement pilotées par les partenaires locaux. Les circuits proposés au public présenteront le moins de difficultés possible afin de favoriser l'accès au plus grand nombre et offriront des étapes pour découvrir le patrimoine et les savoir-faire locaux.

- 1 L'Indre à vélo en fête • CORMERY / MONTBAZON / PONT-DE-RUAN • 25 mai
- 2 La grande fête du vélo • SAINT-BENOÎT-SUR-LOIRE • 25 mai
- 3 Rendez-vous dans un jardin du Perche • LA FERTÉ-VIDAME • 1^{er} juin
- 4 La Cycloboucle des Chauffourniers • BEFFES • 14 juin
- 5 Des sources de la Cloche au maquis percheron de Plainville • FRÉTIGNY • 15 juin
- 6 Entre tourbière et rivières du Perche • LA LOUPE • 22 juin
- 7 De Jean Moulin à Noël Ballay, L'Eure Histoire à vélo • SAINT-GEORGES-SUR-EURE • 22 juin
- 8 La Loire en mouvement • BLOIS • 28 juin
- 9 Entre musées et marine de Loire • CHÂTEAUNEUF-SUR-LOIRE ET JARGEAU • 28 juin
- 10 Le Sancerrois, entre vignoble et bords de Loire • SANCERRE • 28 juin
- 11 Echappée sur le Cher, entre Bléré et Chenonceau • BLÉRÉ • 28 et 29 juin
- 12 Sainte Madeleine et le village englouti, Cyclo Val de Loire • SURY-PRÈS-LÉRÉ • 29 juin
- 13 Excentrique et fête de la Chesnaie • CHAILLES • 29 juin
- 14 Les échappées du Bec d'Allier : Le point « zéro » de la Loire à vélo • CUFFY • 29 juin
- 15 Balade entre culture et nature • SAINT-DYÉ-SUR-LOIRE • 29 juin
- 16 Sandillon à la Haute Isle, Sandillon au fer à Cheval • SANDILLON • 29 juin
- 17 De la Loire à la Vigne • LA-CHAPELLE-SUR-LOIRE • 5 et 6 juillet
- 18 Loire et Canal dans le canton de Chécly • MARDIÉ / CHÉCY • 6 juillet
- 19 Fête de la Sologne à Vélo • YVOY-LE-MARRON • 6 juillet
- 20 Manoirs du Perche entre Berthe et Ronne • NOGENT-LE-ROTRON • 13 juillet
- 21 Le Val de l'Indre Tourangeau fête la Véloroute St-Jacques de Compostelle via Tours
• SORIGNY • 25 juillet
- 22 Les Troglos à vélo • SAINTE-MAURE-DE-TOURAINES • 27 juillet
- 23 Montlouis : entre Jazz et Nature • MONTLOUIS-SUR-LOIRE • 3 août
- 24 La Vallée du Loir fête la Véloroute St-Jacques de Compostelle via Chartres • VENDÔME • 10 août
- 25 La Fête du Pont • MEUNG-SUR-LOIRE • 30 août
- 26 16^e édition de la Fête des Châteaux à Vélo • BRACIEUX • 31 août
- 27 Les trésors de la campagne percheronne • FRAZÉ • 31 août
- 28 Passion Nature en Giennois • PAYS GIENNOIS • 14 septembre
- 29 Entre Loire et Roumer • LANGEAIS • 20 septembre
- 30 Biodiverscyclique autour de Chambord • CHAMBORD • 27 septembre
- 31 Fête du vélo en Brenne • ROSNAY • 28 septembre

Fiche 5 : les itinérances pédestre et équestre

- Le tourisme équestre :

Dans le domaine du tourisme équestre la Région a décidé d'accompagner le développement de 4 territoires vitrines : le Perche, la Sologne centrée sur le parc équestre de Lamotte Beuvron, le pôle du cheval et de l'âne dans le Berry et le Val de Loire. Dans ce contexte plusieurs projets sont soutenus :

- Le pôle d'excellence Rural « Saultre et Sologne » avec l'aménagement en cours des sentes équestres bleue et verte et l'évolution touristiques de plusieurs centres équestres
- Un programme d'aménagement et de structuration des prestataires touristiques autour de l'itinérance équestre sur le Chinonais dans le cadre d'un projet ID en campagne
- La réalisation de l'étude régionale sur le développement du tourisme équestre autour du canal de la Saultre et le Parc Fédéral de Lamotte en Sologne.

A l'échelle nationale ou régionale la Région a soutenu plusieurs manifestations avec l'organisation de la plus grande concentration nationale de randonneurs équestres avec l'Equirando 2013 qui s'est tenue à Lignières et les assises régionales du tourisme équestre organisées par le Comité Régional d'Equitation.

- La randonnée pédestre :

Sur la randonnée pédestre la Région poursuit sa collaboration avec le Comité Régional de Randonnée Pédestre (CRRP) avec en particulier la requalification des grands itinéraires de randonnée et la parution de 2 topoguides majeurs sur Saint Jacques de Compostelle et l'offre de randonnées à partir de gares ferroviaires. Enfin la Région s'engage avec le CRRP dans un partenariat stratégique de quatre ans qui vise la déclinaison du projet numérique fédéral à l'échelle régionale. L'objectif est de numériser les itinéraires et de valoriser par le web les 12 GR (Grande Randonnée) et GRP (Pays) majeurs de la région.

Fiche 6 : La filière Tourisme de nature

- Le Plan marketing Tourisme de nature :

Le CRT a conduit une étude avec un cabinet spécialisé afin de doter la région Centre d'un plan marketing « tourisme de nature » partagé avec l'ensemble des acteurs et cohérente avec les stratégies marketing et outils existants, Cette action, en cours d'achèvement, est inscrite dans la stratégie régionale de Tourisme durable 2011-2015 (fiche action n°32).

L'objectif du plan marketing est de :

- Faire de la région Centre un espace identifié par les clientèles, notamment de proximité, comme une destination de tourisme de nature.
- Intégrer la dimension « tourisme de nature » dans la stratégie régionale de marques touristiques.
- Contribuer à la définition et à la mise en marché de produits touristiques spécifiques (birdwatching, biodiversité, itinérances douces,...).
- Articuler les différentes initiatives des opérateurs et prestataires régionaux (Parcs Naturels Régionaux, CDT, associations, acteurs privés...) en matière de promotion.

Le cabinet Mahoc a réalisé un diagnostic des 5 territoires prioritaires pour le développement du tourisme de nature en région Centre (la Brenne, le Perche, le Val de Loire, la Sologne, la forêt d'Orléans) et conduit une analyse concurrentielle.

A l'issue de la réflexion, les principes de positionnement retenus sont les suivants :

- Un positionnement Tourisme de nature pleinement intégré au positionnement touristique régional « Nature et Culture, l'exceptionnelle rencontre »
- des positionnements différenciés pour chacune des 5 destinations Nature de la région :
- **La Brenne** : une destination pour les naturalistes passionnés ; le territoire d'excellence pour l'observation des oiseaux ; un milieu naturel remarquable à faire découvrir par le grand public ;
- **la Sologne** : cadre d'un séjour de charme et intimiste ; lieu d'observation pour une initiation naturaliste
- **Le val de Loire** : l'échappée buissonnière : du château au jardin, du jardin à la nature ; le fleuve Loire et les paysages ligériens comme espace d'apprentissage
- **Le Perche**, un retour aux sources, à la campagne, dans une nature domestiquée, cultivée et habitée
- **La forêt domaniale d'Orléans** : la nature comme « poumon vert » et espace récréatif ; la nature comme espace d'apprentissage (milieux forestiers, faune flore, gestion et économie de la forêt).

A partir de ce positionnement le CRT va engager des actions de promotion transversales comme la réalisation d'une carte touristique régionale, ou d'un plan d'action presse, mais aussi renforcer les contenus nature des sites web existants. Il va surtout s'attacher à soutenir la commercialisation des produits de tourisme de nature et éditer dès l'automne un catalogue pour les TO recensant les produits des 5 destinations. Cet axe de travail est particulièrement important car les acteurs du tourisme de nature ont largement exprimé leur difficulté à développer des produits combinés avec d'autres prestataires touristiques et à mettre en marché leur offre.

Un plan d'action triennal a également été élaboré pour chacune des 5 destinations. Il sera mis en oeuvre en partenariat avec les acteurs du territoire.

- Qualinat : une démarche expérimentale en Brenne

La Stratégie Régionale de Tourisme Durable identifie comme priorité d'action la structuration et qualification d'une nouvelle offre de prestations et de produits de tourisme de nature. Cet objectif, partagé avec le PNR de la Brenne qui vise à faire de ce territoire une destination d'excellence dans ce domaine, a conduit à mettre en place d'une démarche expérimentale en faveur de la qualité. Cette action vise, à travers l'obtention de la marque nationale Qualinat (Qualité Tourisme), à renforcer le réseau de guides nature sur le territoire du Parc et à diversifier les prestations et offres touristiques.

3 catégories d'acteurs sont aujourd'hui engagées dans cette démarche :

- Les animateurs nature et médiateurs nature exerçant déjà en Brenne au sein d'associations ou à titre privé
- Les prestataires touristiques qui souhaitent développer leur compétence en matière de médiation nature afin de diversifier leurs activités
- Les lieux d'accueil qui renseignent sur les animations nature et/ou assurent la réservation de ces animations : offices de tourisme, Maison du Parc, ...

34 personnes suivent actuellement une formation « sur-mesure » comprenant un module sur la connaissance du patrimoine naturel et culturel de la Brenne et un module sur les techniques de guidage en matière de sorties nature. La maîtrise d'ouvrage du programme de formation est assurée par le CRT.

A l'issue de ce cursus, les candidats seront soumis à un audit mystère afin de vérifier que la qualité de leur prestation est conforme aux promesses clients définies dans le référentiel « Qualinat ». Ces audits vont se dérouler pendant l'été 2014 pour les guides déjà en activité et au printemps 2015 pour les acteurs qui se lancent dans l'accompagnement de sorties-nature.

Au-delà de la professionnalisation des acteurs et de la qualification de l'offre, cette démarche a permis de créer une vraie dynamique de réseau sur le territoire. Afin de faire perdurer la collaboration initiée entre les acteurs de la nature et du tourisme au cours de cette action, il convient à présent de faire vivre et d'animer ce réseau « Qualinat ».

Les guides natures de la Brenne vont ainsi rejoindre les professionnels de la Baie de Somme et du Parc du Vexin français déjà certifiés Qualinat. L'ambition de l'association Qualinat au niveau national est de participer à structurer cette profession, de donner une meilleure visibilité aux prestations nature en France et bien sûr d'améliorer la satisfaction des clientèles touristiques.

En tant que délégataire de la marque pour tout le territoire régional, la Région Centre pourra, une fois le bilan effectué pour la Brenne, envisager de déployer cette démarche sur d'autres territoires identifiés prioritaires en matière de tourisme de nature.

Fiche 7 : Parcs et jardins : La démarche régionale « Escapades aux jardins » en 2014

Afin de renforcer la promotion de cette filière prioritaire, le CRT conduit actuellement une démarche collective et partagée entre l'APJRC et les 25 jardins touristiques en partenariat avec les ADT/CDT

Après avoir conduit une étude sur le positionnement webmarketing de cette filière, le CRT a défini un plan d'actions sur 3 ans :

- 2013 : lancement des premières actions de communication ciblée sur Facebook (15 000 fans à ce jour) et constitution d'une base de données contacts
- 2014 : mise en ligne d'un nouveau site Internet dédié « escapades aux jardins »
- 2015 : création d'une application mobile mettant en réseau les jardins

L'objectif est de faire émerger le meilleur des jardins touristiques de la région et de favoriser une croissance de la fréquentation avec de nouveaux visiteurs « les curieux », en collant aux nouvelles tendances de consommation touristique

Le nouveau positionnement retenu pour cette filière repose **sur** une volonté affichée d'élargir le potentiel de conquête des jardins : « *Les jardins sont bien plus que de simples lieux de visites contemplatifs réservés aux amateurs : ce sont aussi des créateurs d'émotions et de sensations pour tous !* »

Le nom « **Escapades aux jardins** » sonne comme une promesse d'évasion et s'exprimera dans un discours valorisant l'expérience vécue et le ressenti : nouvelles idées d'escapades pour les curieux de nature, de fleurs, de senteurs, de saveurs, d'art et de rêve... Les offres sélectionnées sur le site seront présentées selon 9 thématiques : *jardins d'art, jardins au naturel, jardins de couleurs, jardins à croquer, jardins de curiosités, jardins en fête, jardins médiévaux, jardins en famille, jardins romantiques*

En complément d'une cible impliquée constituée des amateurs de jardins, les actions porteront essentiellement vers la conquête d'un public de « curieux » susceptibles de franchir les grilles d'un jardin. Il s'agit de familles, couples, seniors, en quête d'idées de sorties, d'envie de promenades et de visites, d'événements, d'animations...et qui n'imaginent pas que les parcs et jardins de la région peuvent répondre à leurs envies. C'est une cible essentiellement locale (région Centre et proximité) et d'Île de France.

Le site Internet « Escapades aux jardins » qui va ouvrir au début de l'été sera avant tout un site de séduction, à forte valeur d'image :

Searcherhe Google Escapades aux jardins
www.escapadesauxjardins.com/

Four mon escapade en region Centre, j'ai envie d'aller dans un jardin romantique vers Orléans OK

J' aime 254K Newsletter Contact

[EJ](#)
[JARDINS MÉDIÉVAUX](#)
[JARDINS D'ARTS](#)
[JARDINS EN FAMILLE](#)
[JARDINS À CROQUER](#)
[JARDINS ROMANTIQUES](#)
[JARDINS DE COULEUR](#)
[JARDINS EN FÊTE](#)
[JARDINS DE CURIOSITÉ](#)
[JARDINS AU NATUREL](#)
[AGENDA DES JARDINS](#)
[TEMPS FORTS DES JARDINS](#)

Escapades aux Jardins

JARDINS MÉDIÉVAUX

Aujourd'hui, je joue avec lui

DÉCOUVRIR >

REGION CENTRE

Titre du temps fort numéro 1
 I know it, old man; these stubbs will weld together like glue from the melted bones of murderers. Quick! forge me the harpoon. And forge me first...

Titre du temps fort numéro 2
 I know it, old man; these stubbs will weld together like glue from the melted bones of murderers. Quick! forge me the harpoon. And forge me first...

REGION CENTRE
 Nature et Culture
 l'exceptionnelle rencontre

Fiche 8 : Cap Innovation : bilan

Objectifs :

Créer un contexte favorable à l'innovation touristique, par l'émergence d'initiatives dans ce domaine et en parallèle du cluster « Tourisme et Patrimoine » qui permet la duplication et la capitalisation d'expériences.

Opérations éligibles :

Financement de produits et de services touristiques qui n'existent pas sur le territoire régional et/ou qui offrent une nouvelle expérience aux touristes :

- Création de produits et services innovants en matière de tourisme dans l'une des quatre filières prioritaires : patrimoine culturel, Tourisme de nature, Itinérances douce, Art de vivre,
- Démarches de développement durable dans les équipements touristiques,
- Projets liés aux e-tourisme et aux technologies mobiles,
- Prestations et services innovants pour les publics en situation de handicap et les familles,
- Démarches collectives et de mise en réseau des acteurs sur un territoire touristique pertinent.

Bénéficiaires :

Gestionnaires de sites patrimoniaux et naturels et les opérateurs touristiques (privés publics) : PME inscrites au RCIS et les exploitants privés possédant un établissement ou un site sur le territoire régional, collectivités territoriales et établissements publics, associations loi 1901 (tourisme).

Aides financières et modalités :

- Appel à projets permanent,
- Aide modulable en fonction du projet en fonctionnement et investissements,

Critères d'appréciation des projets :

- Qualité et caractère innovant : originalité, valeur ajoutée par rapport à l'offre existante,
- Cohérence avec la stratégie régionale (filières prioritaires, destination touristique),
- Caractéristiques et faisabilité du projet : objectifs, plan d'actions, marchés et clientèles visés, territoires, partenariat, moyens engagés,
- Prise en compte du développement durable : impacts économique et touristique du projet, dimension environnementale, dimension sociale,

Bilan

De 2012 à MAI 2014 :

16 projets financés, soit 398 041,67€

Synthèse par thème

<i>Thèmes</i>	<i>Nombre projets</i>	<i>Total Subventions</i>
Itinérances douces	3	104 623
Patrimoine culturel	6	127 823,67
Tourisme de nature	1	17 350
Art de vivre	3	89 945
E Tourisme	2	38 300
Démarches Collectives	1	20 000
TOTAL	16	398 041,67

Détails

2012 : 3 projets / 47 280 €

- Association culturelle Saint Martin de Tours (37)
« Itinérances douces » - Création d'une plate-forme numérique « Bande verte et citoyenne »
- Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional Loire Anjou Touraine (37)
« Tourisme de nature » - Réalisation d'une étude préalable à la labellisation du parc à la Charte Européenne de Tourisme Durable
- EURL Max Vauché Chocolatier (41)
« Art de vivre » - Création « d'ateliers chocolat »

2013 : 9 projets / 271 344 €

- CHAPUIS BOURRELLERIE CUIR (36)
« Itinérances Douces » - Service de balades commentées en calèche, autour des communes de Sainte Sévère sur Indre, Chateaufort et Urciers
- SARL IREN (37) – CHATEAU DU RIVAU
« Patrimoine culturel » - Création d'un nouvel outil de médiation : audio-guide baptisé « Audiopen »
- SAS Cheverny Voyages (41)
« E-Tourisme » - Création d'une agence réceptive « Cheverny Voyages »
- Commune de Chaumont-sur-Tharonne (41)
« Patrimoine culturel » - Aménagement scénographique d'un parcours d'interprétation du patrimoine et du sentier de liaison avec la résidence de tourisme Center Parc
- Fondation Saint-Louis (37)
« Patrimoine culturel » - Etude et définition d'un projet de mise en lumière pérenne du Château d'Amboise
- SCI ARAGON (41)
« Itinérances douces » - Création d'un parc de loisirs et de tourisme équestre « L'Almería Parc » à Salbris
- Association Maison de l'Emploi (41)
« Démarches collectives et mise en réseau des acteurs »
Projet « Transvaloire : sécuriser et qualifier les emplois saisonniers »
- Association « Maison d'Accueil des Jeunes Ouvriers » pour le Centre Ethic Etapes (41)
« E-tourisme » - Création d'un service de vente en ligne de séjours
- SA Caves Monmouseau (41)
« Art de vivre » - Création et l'aménagement d'un sentier interactif et ludique

2014 : 4 projets / 79 417,67 €

- Conseil général Indre et Loire (37)
« Patrimoine Culturel » - Renforcement de l'accès des personnes à mobilité réduite au parcours de visite de la forteresse royale de Chinon
- SARL 3G (41)

« Patrimoine Culturel » - Création d'un parcours de loisirs : « Le Château des Enigmes - Val de Loire »

- Monsieur Charles de Boisfleury (Château de Meslay - 41)

« Patrimoine Culturel » - Réalisation d'une étude de positionnement touristique et culturel du Château de Meslay - Potentiel d'innovation touristique

- SARL AU BOUT DU MONDE (BERTHENAY-37) : 10 204 €

« Art de vivre » - création d'un jardin pédagogique de plantes aromatiques et d'une école du goût

**CONTRAT DE DESTINATION
PERCHE**

CONTRAT CADRE DE DESTINATION PERCHE

ENTRE :

L'Etat, représenté le Ministre du Tourisme

Atout France, représenté par Monsieur François Huwart, Président et Monsieur Christian Mantei, Directeur général

La Région Centre, représentée par Monsieur François Bonneau, Président du Conseil Régional du Centre

La Région Basse-Normandie, représentée par Monsieur Laurent Beauvais, Président du Conseil Régional de Basse-Normandie

Le CRT Centre Val de Loire, représenté par Monsieur Alain Beignet, Président

Le CRT Normandie, représenté par Monsieur Raphaël Chauvois, Président

Le Département d'Eure-et-Loir, représenté par Monsieur Albéric de Montgolfier, Président du Conseil général d'Eure-et-Loir

Le Département de l'Orne, représenté par Monsieur Alain Lambert, Président du Conseil général de l'Orne

Le Comité Départemental du Tourisme de l'Eure-et-Loir, représenté par Monsieur Jean-Pierre Jallot, Président

Le Pays du Perche d'Eure-et-Loir, représenté par Monsieur Jean-Pierre Jallot, Président

Le Pays du Perche ornais, représenté par Monsieur Jean-Claude Lenoir, Président

Le Parc Naturel régional du Perche, représenté par Monsieur Jean-Pierre Gérondeau, Président

Ci-après dénommés ensemble les « Partenaires Signataires »

Préambule

Le Perche, une campagne préservée à l'identité affirmée et à la notoriété grandissante

Territoire de campagne vallonnée d'environ 100 000 habitants à la croisée du Val de Loire et de la Normandie, le Perche dispose d'un patrimoine naturel et bâti remarquable (forêts et étangs, paysage bocager de prairies et vergers, communes de charme et de caractère, nature préservée associée au cheval percheron...) qui constitue un marqueur fort de son identité.

Cette unité de paysages et de bâti se conjugue à un terroir percheron vivant illustré par de nombreux savoir-faire locaux et productions labellisées, des marchés très réputés, une densité de fermes et d'agriculteurs dont un nombre élevé en agriculture biologique, ainsi qu'une offre de restauration de qualité et de nombreuses animations culturelles (Fête du Livre, Prix Saint Simon, Foire au Boudin, Percheval...).

Proximité et accessibilité, mais une offre touristique encore limitée

Bénéficiant d'une situation stratégique à proximité de Paris, des Châteaux de la Loire et des plages de Normandie, le Perche se situe par ailleurs à la croisée d'itinéraires vélos européens de plus en plus fréquentés et est desservi par deux autoroutes majeures.

Avec moins de 2500 lits en hébergement touristique marchand pour 7000 résidences secondaires et un panel de sites de visite à fréquentation essentiellement locale, l'économie touristique apparaît encore dans une phase de structuration.

Image positive, attirance renforcée des clientèles françaises et européennes pour les destinations « Country break » et dynamique d'investissement

Si l'offre d'hébergements marchands ou celle de loisirs apparaît encore limitée, la qualité offerte et plus globalement l'intérêt de la destination est reconnu par les principaux guides touristiques et les sites d'avis de consommateurs. Ce capital stratégique s'accompagne aujourd'hui de la concrétisation de différents projets d'investissement permettant une accessibilité renforcée aux marchés et est en phase avec les attentes des clientèles européennes fortement amatrices de country breaks. Toutefois, l'insuffisance de profondeur de l'offre et un marketing insuffisamment coordonné se traduisent aujourd'hui par de faibles performances commerciales et une fréquentation internationale modeste.

Aussi, les Partenaires Signataires, pleinement conscients de la nécessité d'œuvrer conjointement pour structurer et consolider la **Destination Perche**, en accroître sa visibilité tant au plan national que sur les marchés internationaux de proximité et améliorer la qualité de l'accueil, ont décidé de renforcer leur coopération via **la mise en œuvre d'un Contrat de destination**, ci-après dénommé le « Contrat Cadre de Destination » et/ou le « Contrat ».

D'autres partenaires privés ou publics, dénommés « Partenaires Associés » pourront accompagner par ailleurs les Partenaires Signataires pour la mise en œuvre du présent Contrat Cadre de Destination. Les conditions et modalités d'accompagnement de ces partenaires seront définies dans le cadre des Contrats de Destination Annuels (ci-après dénommé le/les « Contrat(s) de Destination Annuel(s) »). Sont potentiellement concernés : les communes, les fédérations professionnelles de l'hébergement touristique, les chambres consulaires, les transporteurs, les gestionnaires de sites, le

réseau des offices de tourisme ainsi que des syndicats professionnels ou les associations de particuliers prêts à se mobiliser utilement.

Le présent contrat ne comprend aucun engagement financier. Les Partenaires Signataires mettront en œuvre le Contrat Cadre de Destination via la signature des Contrats de Destination Annuels qui préciseront pour chaque année le plan d'action ainsi que le plan de financement détaillé correspondant.

Le préambule fait partie intégrante du présent Contrat.

AU VU DE CE QUI PRECEDE, IL EST CONVENU CE QUI SUIIT :

Article 1 – Objectifs

Le Contrat Cadre de Destination vise à positionner le Perche comme l'une des destinations « Campagne et Country Break » les plus attractives de France pour stimuler les flux de séjour, en particulier internationaux, et consolider l'emploi et les retombées économiques générés.

L'objectif est d'accroître en 5 ans de 15% les nuitées touristiques des clientèles françaises et de 15% celle des clientèles internationales. Quatre marchés internationaux sont visés prioritairement : trois marchés européens de proximité - Grande-Bretagne, Pays Bas et Belgique -, et un marché plus éloigné ayant une connexion historique avec le Perche - le Canada -.

Article 2 – Moyens

Chaque année un Contrat de Destination Annuel précisera les conditions de mise en œuvre des engagements énoncés ci-dessus en fixant le plan d'action, les acteurs responsables et le plan de financement.

Pour la mise en œuvre des objectifs présentés, les Partenaires Signataires s'engagent à mobiliser et/ou mutualiser des moyens humains, techniques et financiers pendant 5 ans à compter de la date de signature du présent Contrat Cadre de Destination afin d'optimiser leurs actions et de contribuer au développement économique de la destination.

Ceci suppose d'agir collectivement et de manière synchronisée. Ces moyens seront donc mobilisés au profit de quatre volets d'actions complémentaires et indissociables qui seront déployés simultanément et décrits de manière détaillée dans les Contrats de Destination Annuels.

Volet Marketing/Promotion & Communication

Sur ce volet essentiel, le Contrat de Destination visera principalement trois objectifs :

- Développer une communication homogène et sans découpage géographique

- Renforcer et développer les actions de visibilité tant en France que sur les marchés cibles à l'international (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Belgique, Canada)
- Faire monter en puissance l'utilisation du numérique

Pour ce faire, les Partenaires Signataires s'engagent à définir et adopter un positionnement commun et une plateforme de marque leur permettant d'exprimer, sur l'ensemble des supports qu'ils pilotent, un discours homogène pour promouvoir la destination. Ils s'engagent par ailleurs à coordonner et/ou à mutualiser leurs actions chaque année, et à concevoir des outils de promotion et d'accueil en commun.

En ce qui concerne les clientèles visées, un travail préalable sera mené afin d'identifier et développer plus précisément des clientèles-cibles pertinentes par marché, ainsi que de définir et de mettre en œuvre un plan d'action de communication adapté.

Une attention particulière sera portée au numérique, tant pour ce qui concerne la promotion et la présence en ligne (sites Internet, web 2.0, ...) que la diffusion de l'information touristique à destination.

Volet Structuration et Qualification de l'offre

Les Partenaires Signataires s'engagent à conduire des actions de qualification des offres touristiques existantes et celles en projet. Ceci se traduira par une action auprès des acteurs territoriaux, des professionnels, des porteurs de projets et des structures animant les filières visant à renforcer l'offre, sa labellisation et à stimuler l'innovation ainsi que les pratiques exemplaires afin de répondre pleinement aux attentes des clientèles lorsqu'elles séjournent dans une destination campagne. L'hébergement étant une clé d'entrée essentielle sur ce marché, une priorité sera donnée à la consolidation, au développement et à la lisibilité de l'offre d'hébergement et à son interface avec les réseaux de commercialisation performants.

Il s'agira également de faciliter le développement des offres de loisirs thématiques et d'itinérances touristiques, notamment

- en matière de vélo en prenant appui sur la véloroute (Véloscénie), vecteur de développement de nouvelles clientèles et sur un réseau de boucles, afin de proposer et promouvoir une véritable destination « Perche à vélo »,
- en matière de cheval et de tourisme équestre, compte tenu de l'importance de cet animal emblématique sur ce territoire et des initiatives déjà existantes (Accueil Parc...).

Il s'agira enfin de stimuler la valorisation ou la création d'événementiels ayant un potentiel de développement et de valorisation à l'international et/ou de création de nuitées touristiques, qu'ils soient identitaires (Percheval, Foire au boudin) ou plus culturels.

Ce volet intégrera de l'appui en ingénierie, de la mise en réseaux et des actions de formation spécifiques.

Volet Qualité d'accueil et Intégration territoriale du tourisme

Les Partenaires Signataires s'engagent à coopérer pour améliorer et rendre homogène la chaîne d'accueil sur l'ensemble du Perche, en lien avec les différents acteurs et secteurs économiques du territoire. L'objectif est de créer une véritable culture de la Destination et de l'accueil dans le Perche tout en s'attachant à la fois à associer les habitants et résidents secondaires et à faciliter les retombées économiques pour les acteurs, notamment les producteurs locaux et les artisans dont les produits contribuent par ailleurs à l'attractivité de la Destination.

Ainsi, des actions seront mises en place à l'échelle du Perche auprès des OTSI (mise en réseau et formation), des habitants et résidents secondaires, des prestataires touristiques et à terme des artisans et commerçants dans le cadre d'une « Académie de destination ».

Des actions spécifiques seront par ailleurs mises en place pour favoriser la promotion et la vente des produits locaux auprès des prestataires touristiques et les touristes eux-mêmes.

Volet Observation et Intelligence économique

Le Contrat Cadre de Destination vise aussi à mettre en place un dispositif d'observation et d'évaluation innovant permettant d'effectuer les réajustements éventuellement nécessaires. Ce dispositif aura pour objectif de :

- Définir, agréger et suivre au niveau interrégional des données communes pertinentes qu'elles soient relatives à des filières stratégiques (offre) ou aux clientèles (fréquentation, avis consommateurs, ...)
- Mettre en place un tableau de bord de l'investissement, de l'innovation et du développement durable permettant la recherche de l'optimum touristique propre à l'ADN du Perche. Il s'attachera à traiter non seulement des chiffres clés mais également des projets touristiques durables, d'accessibilité de la destination aux clientèles à handicap, d'attractivité de la marque numérique à l'échelle du Perche....
- Suivre et évaluer les actions mises en œuvre dans le présent Contrat et permettre d'analyser les retombées effectivement produites, notamment en fin de Contrat.

Ces différents volets seront déployés en s'appuyant étroitement sur les actions et dispositifs mis en place par les différents acteurs afin de rechercher le maximum de synergies opérationnelles et de mutualisations techniques et financières.

Article 3 – Durée

Le Contrat Cadre de Destination entrera en vigueur pour une durée de 5 ans à compter de sa date de signature.

Article 4 – Pilotage

4.1 Comité de pilotage

Un comité de pilotage, réunissant les Partenaires Signataires du présent Contrat, est créé. Il se réunira autant de fois que besoin. Les Partenaires Signataires conviennent d'effectuer régulièrement un bilan des actions engagées via ce comité de pilotage afin d'ajuster les engagements de chacun au vu des résultats obtenus et de concourir à l'élargissement du nombre de partenaires concernés et/ou des thématiques traitées.

Les Contrats de Destination Annuels seront adoptés chaque année et préciseront le contenu de chacun des volets du présent Contrat Cadre de Destination. Ils feront l'objet d'un suivi régulier du comité de pilotage.

4.2 Comité technique

Ce comité technique assure le pilotage technique des Contrats de Destination Annuels dans le cadre fixé par le comité de pilotage. Il est composé des représentants, au niveau technique, des structures et organismes participant au comité de pilotage. Il met en œuvre les orientations collectives en matière de structuration et qualification de l'offre, de marketing et communication, de qualité de l'accueil et d'observation et assure la cohérence de ces différents volets.

4.3 Groupes de travail techniques et thématiques

Des groupes de travail techniques et/ou thématiques, en lien avec les différents volets du présent Contrat, ou avec les filières jugées stratégiques pour le Perche, sont mises en place autant que de besoin pour le suivi des actions décidées au titre du présent Contrat et de ses Contrats de Destination Annuels. Elles intègrent les différents Partenaires Signataires et Associés en fonction de leurs compétences.

4.4 Règles de communication

Chaque signataire s'engage à valoriser le partenariat avec les autres signataires dans le cadre de toute communication qui pourrait en être faite et notamment à faire figurer les logos des partenaires.

Article 5 : Cession et transmission du Contrat

Le présent Contrat Cadre de Destination est conclu intuitu personae. Il ne pourra donc en aucun cas être cédé, transféré ou transmis à un tiers, à quelque titre que ce soit, directement ou indirectement, totalement ou partiellement, à titre onéreux ou gratuit sans accord préalable et expresse de chaque Partenaire Signataire.

Article 6 : Modifications/ajouts

Toute modification et/ou ajout au présent Contrat Cadre de Destination fera l'objet d'un avenant écrit signé par chaque Partenaire Signataire.

Article 7: Conditions de résiliation

7.1 Résiliation

Le présent Contrat Cadre de Destination pourra être résilié par anticipation par chacun des Partenaires Signataires sous réserve du respect d'un préavis de deux mois par l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception avant la date anniversaire de signature du présent Contrat. En cas de résiliation anticipée, les Partenaires Signataires s'engagent à mener à terme leurs actions en cours et à verser l'intégralité des sommes dues au titre du Contrat de Destination Annuel en cours.

7.2 Inexécution fautive

Le présent Contrat Cadre de Destination pourra être résilié par anticipation, par l'un des Partenaires Signataires, en cas d'inexécution de l'une quelconque des obligations y figurant et/ou de l'une quelconque des obligations inhérentes à l'activité exercée.

A cet effet, en cas de manquement par l'un des Partenaires Signataires des engagements réciproques inscrits dans le présent Contrat, non réparé dans un délai de 30 (trente) jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception notifiant le/les manquements en cause restée sans effet, les Partenaires Signataires pourront résilier le présent Contrat par lettre recommandée avec accusé de réception sans qu'il soit besoin de procéder à une autre formalité et sans préjudice de tous dommages et intérêts.

En cas de résiliation pour inexécution, les Partenaires Signataires s'engagent à verser l'intégralité des sommes dues au titre du Contrat de Destination Annuel en cours.

7.3 Cessation d'activité

Le présent Contrat pourra également être résilié par anticipation en cas de liquidation ou redressement judiciaire de l'un ou l'autre des Partenaires Signataires dans les conditions légales et réglementaires en vigueur et, sous réserve, le cas échéant, des dispositions d'ordre public applicables.

7.4 Résiliation des Contrats de Destination Annuels

Les conditions de résiliation des Contrats de Destination Annuels seront déterminées ultérieurement entre les Partenaires Signataires. Cependant, il est d'ores et déjà convenu entre les Partenaires Signataires qu'en cas de résiliation de l'un des Contrat de Destination Annuels au présent Contrat Cadre de Destination, celui-ci ne s'en trouverait pas atteint et continuerait à s'appliquer. De plus, un nouveau Contrat de Destination Annuel pourra être conclu entre les Parties Signataires à compter de la date d'anniversaire du présent Contrat.

En revanche, si le présent Contrat Cadre de Destination venait à être résilié pour quelque raison que ce soit, le Contrat de Destination Annuel en cours à la date de résiliation qui en découle serait également résilié de plein droit. Dans cette hypothèse, les Partenaires Signataires s'engagent à verser l'intégralité des sommes dues au jour de la résiliation tel qu'indiqué au présent Contrat Cadre de Destination.

Article 8 : Force majeure

Les Partenaires Signataires ne peuvent être tenus pour responsables de l'inexécution ou des retards dans l'exécution d'une de leurs obligations prévues au présent Contrat Cadre de Destination si cette inexécution est due à la force majeure ou cas fortuit. De façon expresse, sont considérés comme cas de force majeure ou cas fortuits, ceux habituellement retenus par la jurisprudence des cours et tribunaux français ainsi que : les grèves totales ou partielles, lock-out, intempéries, blocage des moyens de transport ou d'approvisionnement pour quelque raison que ce soit, tremblement de terre, incendie, tempête, inondation, dégâts des eaux, restrictions gouvernementales ou légales, modifications légales ou réglementaires, blocage des télécommunications, blocage indépendant de la volonté des Partenaires Signataires empêchant l'exécution normale du Contrat ; cette liste n'étant pas exhaustive.

Le cas fortuit ou de force majeure suspend les obligations nées du présent Contrat Cadre de Destination pendant toute la durée de son existence. Les obligations ainsi suspendues seront exécutées à nouveau dès que les effets de la (des) cause(s) de non exécution ou retard auront pris fin, dans un délai qui sera défini d'un commun accord par les Partenaires Signataires.

Dans l'éventualité où un cas fortuit ou de force majeure viendrait à différer l'exécution des obligations prévues au présent Contrat, d'une période supérieure à trois mois, chacun des Partenaires Signataires pourra résilier le présent Contrat par courrier recommandé avec avis de réception, sans pouvoir exiger des autres Partenaires Signataires une quelconque indemnisation, sauf à établir la faute de ceux-ci.

Article 9 : Confidentialité

Dans le cadre de l'exécution des présentes, les Partenaires Signataires sont tenus à une obligation de confidentialité. Chacun s'engage à ne divulguer aux tiers, directement ou indirectement, aucun document, connaissances, savoir-faire, renseignement et/ou information concernant l'un des autres Partenaires Signataires et ses modalités de fonctionnement dont il aurait pu avoir connaissance ou accès au cours de l'exécution du présent Contrat, à moins que lesdites informations confidentielles ne soient tombées dans le domaine public ou que leur divulgation ne soit rendue nécessaire en vertu d'un règlement particulier ou d'une injonction administrative ou judiciaire.

Les Partenaires Signataires sont tenus à cette obligation pendant toute la durée des présentes et pour une durée de 10 (dix) ans après l'expiration de celles-ci.

Les Partenaires Signataires s'engagent également à exiger de la part de leurs préposés et sous-traitants avec lesquels ils seraient amenés à travailler pour la réalisation des actions, la même obligation de confidentialité.

Article 10 : Sous-traitance

Il est entendu entre les Partenaires Signataires que pour la mise en œuvre des actions prévues aux présentes et précisées dans le cadre des Contrat de Destination Annuels ceux-ci se réservent le droit de sous-traiter tout ou partie de leurs obligations, ce que les Partenaires Signataires acceptent d'ores et déjà.

Il est précisé que les Partenaires Signataires assumeront seuls la responsabilité de la bonne exécution des prestations ainsi confiées à des tiers. En conséquence, les Partenaires Signataires ne peuvent en aucun cas incriminer son ou ses sous-traitants pour quelque dysfonctionnement, retard ou incident que ce soit.

Article 11 : Nullité partielle

L'annulation de l'une des dispositions des présentes n'entraînerait l'annulation du Contrat Cadre de Destination dans son ensemble, que pour autant que la stipulation litigieuse puisse être considérée, dans l'esprit des Partenaires Signataires, comme substantielle et déterminante, et que son annulation remette en cause l'équilibre général du présent Contrat Cadre de Destination.

En cas d'annulation d'une des stipulations du présent Contrat Cadre de Destination, considérée comme non substantielle, les Partenaires Signataires s'efforceront de négocier une clause économiquement équivalente.

Article 12 : Droit applicable et attribution de compétences

12.1 Le présent Contrat Cadre de Destination est soumis au droit français.

12.2 Pour tout motif de désaccord né de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, la recherche d'une solution amiable sera bien évidemment privilégiée.

Fait à _____ ,
le _____

SIGNATAIRES

Organisme	Signataire	Signature
Etat	Ministre du Tourisme	
Atout France	Monsieur François Huwart Monsieur Christian Mantei	
Région Centre	Monsieur François Bonneau	
Région Basse Normandie	Monsieur Laurent Beauvais	
CRT Centre Val de Loire	Monsieur Alain Beignet	
CRT Normandie	Monsieur Raphaël Chauvois	
Département d'Eure-et-Loir	Monsieur Albéric de Montgolfier	
Département de l'Orne	Monsieur Alain Lambert	
Comité Départemental du Tourisme de l'Eure-et-Loir	Monsieur Jean-Pierre Jallot	
Pays du Perche ornais Pays Perche d'Eure-et-Loir	Monsieur Jean-Claude Lenoir Monsieur Jean-Pierre Jallot	
Parc Naturel régional du Perche	Monsieur Jean-Pierre Gérondeau	



Région Centre

Convention n° 00094117

Chapitre : 939 – Fonction 95

Nature : 6574

Programme : 312

Montant : 11 166 €

ENTRE

La Région Centre, sise 9 rue Saint-Pierre Lentin – CS 94117 - 45041 ORLEANS CEDEX 1, représentée par le Président du Conseil régional, Monsieur François BONNEAU, dûment habilité par la délibération de la Session Plénière Régionale en date des 19 et 20 juin 2014 (DAP n° 14.03.07), ci-après dénommée « La Région »,

d'une part,

ET

Le Comité Régional du Tourisme (CRT), association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 (SIRET n° 334 957 024 00022 - code APE 751 E), ayant son siège à Orléans (45)- 37 avenue de Paris, représenté par Monsieur Alain BEIGNET, Président, dûment habilité par son Conseil d'Administration en date du 27 mai 2004, ci-après dénommé « Le bénéficiaire »,

d'autre part,

VU le Code général des collectivités territoriales, et notamment ses articles L.1611-4 et L.4221-1,

VU la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et notamment son article 10,

VU le budget régional et ses éventuelles décisions modificatives,

VU la délibération DAP n°10.03.04 du 24 juin 2010 approuvant le règlement financier,

VU la délibération DAP n° 10.01.04 du 26 mars 2010 portant délégation par l'Assemblée d'une partie de ses attributions à la Commission Permanente,

VU la délibération de la Commission Permanente du 14 février 2014 (CPR n° 14.02.30.55),

VU la convention d'objectifs et de moyens 2012-2015 signée avec le Comité Régional du Tourisme,

VU la convention annuelle 2014 n° 00090911 signée avec le Comité Régional du Tourisme,

VU la délibération de l'Assemblée Plénière des 20 et 21 octobre 2011 adoptant la Stratégie Régionale de Développement Touristique ;

VU l'avis favorable émis par la Commission « Jeunesse, Sports et Tourisme », lors de sa réunion du 3 juin 2014,

Il a été convenu ce qui suit,

Article 1 – Objet et durée de la convention

La Région a décidé de subventionner le bénéficiaire, qui accepte et s'engage à réaliser, selon les conditions établies dans la présente convention, le financement d'une action supplémentaire en 2014 :

- L'animation du cluster Tourisme et Patrimoine.

Le bénéficiaire en acceptant la subvention s'engage à réaliser l'action définie ci-dessus sous sa propre responsabilité et en mettant en œuvre tous les moyens à sa disposition.

Article 2 – Montant de la participation financière de la Région

Le montant maximal de la participation financière de la Région à l'action définie à l'article premier s'élève à **11 166 €** sur une dépense subventionnable de **22 332 €** € TTC.

Budget

Dépenses		Recettes	
		<u>Conseil Régional</u>	
animateur cluster (embauche au 01/09/14)	13 333,00	Direction du Tourisme	11 166,00
véhicule et frais de déplacement	3 333,00	Conseil Général du Loir-et-Cher	5 583
frais de fonctionnement	666,00		
actions	5 000,00	Conseil Général d'Indre-et-Loire	5 583
Total	22 332,00	Total	22 332,00

Les dépenses sont prises en compte du 1er juin 2014 au 31 décembre 2014.

Article 3 – Conditions d'utilisation de la subvention

- 3.1 Le bénéficiaire s'engage à utiliser la subvention octroyée exclusivement à la réalisation de l'objet qui l'a motivée.
- 3.2. Le bénéficiaire de la subvention telle que définie à l'article 2 de la présente convention, ne peut en employer tout ou partie au profit d'un autre organisme privé, association, société ou œuvre.
- 3.3 Le bénéficiaire accepte que la subvention ne puisse en aucun cas donner lieu à profit et

qu'elle soit limitée au montant nécessaire pour équilibrer les recettes et les dépenses de l'action.

- 3.4 Le bénéficiaire s'engage, en respectant le logo de la Région, à mentionner le soutien financier de la région sur tout document officiel destiné à des tiers, relatif à l'action subventionnée.
- 3.5 Le bénéficiaire est seul responsable à l'égard des tiers, y compris pour les dommages de toute nature qui seraient causés à ceux-ci lors de l'exécution de l'action
- 3.6 Sans préjudice des dispositions de l'article 10 de la loi du 12 avril 2000 et du décret du 6 juin 2001 pris pour son application, la Région et le bénéficiaire s'engagent à préserver la confidentialité de tout document, information ou autre matériel communiqués à titre confidentiel et dont la divulgation pourrait causer préjudice à l'une ou l'autre partie.
- 3.7 Le bénéficiaire s'engage à respecter les règles de mise en concurrence pour les prestations nécessaires à la réalisation de l'opération subventionnée.

Article 4 – Modalités de versement

La subvention est versée au bénéficiaire par la Région comme suit :

- 1^{er} acompte de 50 % après la signature de la convention par les deux parties ;
- Le solde, sur présentation d'un état récapitulatif des dépenses réalisées par opérations au 31/12/2014, visé du Président, transmis avant le 30/06/2015.

Les dépenses éligibles sont prises en compte à compter du 1^{er} juin 2014.

Les justificatifs demandés au titre de la présente convention seront **à envoyer en version électronique au format .pdf ou .zip à**

gestion-dgfree@regioncentre.fr

Pour mémoire adresse administrative

*Région Centre
Cellule de Gestion DGFREE
Secteur Recherche, Economie Emploi
9, rue Saint Pierre-Lentin
CS 94117
45041 ORLÉANS cedex 1*

Dans le cas où les dépenses réelles seraient inférieures à la dépense subventionnable, la subvention régionale sera réduite au prorata. Le bénéficiaire s'engage à rembourser à la Région les sommes déjà versées qui viendraient en excédent du montant définitif de la participation régionale.

Cette réduction de la subvention à verser s'effectue par une demande de remboursement des montants versés en excédent si le montant total déjà acquitté par la Région dépasse le montant final effectivement dû par celle-ci.

Les paiements dus par la Région sont effectués sur le compte bancaire suivant :

Domiciliation	Code établissement	Code guichet	N° de Compte	Clé
CAISSE D'EPARGNE CENTRE-VAL DE LOIRE	14505	00001	08100768070	46
IBAN FR76 1450 5000 0108 1007 6807 046 – BIC CEPAFRPP450				

En cas de changement de coordonnées bancaires, le bénéficiaire adressera à la Région le nouveau relevé d'identité bancaire.

Article 5 – Modalités de contrôle

- 5.1 La Région se réserve le droit d'exercer un contrôle sur pièces et sur place, qui consiste en un examen de l'ensemble des pièces justificatives relatives au coût de l'action subventionnée.
- 5.2 Le bénéficiaire est tenu de présenter à la Région, dans un délai maximum de six mois suivant l'exercice au cours duquel le solde de la subvention a été versé, un compte rendu financier attestant de la conformité des dépenses effectuées à l'objet de la subvention.
- 5.3 Le bénéficiaire accepte que la Région puisse contrôler l'utilisation qui a été faite de la subvention pendant toute la durée de la convention.
- 5.4 Le bénéficiaire s'engage, pour l'exécution de l'article précédent, à donner au personnel de la Région ainsi qu'aux personnes mandatées par elle un droit d'accès approprié aux sites ou locaux où l'action est ou été réalisée ainsi qu'au siège de l'organisme bénéficiaire.
- 5.5 Le bénéficiaire s'engage à informer la Région de toute modification liée à son statut ou à l'exécution de la présente convention.

Article 6 – Durée de la convention

- 6.1 L'action démarre le 1^{er} juin 2014.
- 6.2 La convention prend effet à compter de sa signature et s'achève, sans préjudice des dispositions des articles 5.4 et 6.3, à la fin de l'action subventionnée, soit le 30 juin 2015.
- 6.3 Le bénéficiaire s'engage toutefois, aux fins de contrôle, à conserver toutes les pièces justificatives des dépenses effectuées dans le cadre de la présente convention pendant une durée de cinq ans à compter du paiement du solde par la Région.

Article 7 – Modification de la convention

Toute modification des termes de la présente convention, y compris de ses annexes, doit faire l'objet d'un avenant écrit entre les parties, conclu dans les mêmes formes et conditions que la présente convention.

Article 8 – Dénonciation et Résiliation de la convention

- 8.1 Le bénéficiaire peut renoncer à tout moment à l'exécution de la présente convention, moyennant un préavis écrit de deux mois et sans être tenu à une quelconque indemnité à ce titre. Dans ce cas le bénéficiaire n'a droit qu'à la partie de la subvention correspondant à l'exécution partielle de l'action.
- 8.2 La Région peut décider, après mise en demeure écrite restée sans effet pendant une durée de 30 jours, de mettre un terme à la convention en cas d'inexécution injustifiée par le bénéficiaire d'une des obligations qui lui incombent.
- 8.3 La Région peut de même mettre fin à la convention, sans préavis ni indemnité quelconque de sa part, dès lors que le bénéficiaire a fait des déclarations fausses ou incomplètes pour obtenir la subvention prévue dans la convention.
- 8.4 Dans l'ensemble de ces hypothèses, les conditions de remboursement de la subvention s'effectuent, le cas échéant, selon les modalités définies à l'article 9.1.

Article 9 – Modalités de remboursement de la subvention

- 9.1 En cas de résiliation de la convention, la Région se réserve le droit de demander, sous forme de titre exécutoire ou de déclaration de créance, le remboursement total ou partiel des sommes versées.
- 9.2 La Région est en droit d'exiger après mise en demeure, le reversement du montant versé en cas de non réalisation de l'opération, d'utilisation non conforme de la subvention ou de non transmission des pièces justificatives dans le délai imparti.

Article 10 - Litiges

- 10.1 En cas de litige relatif à l'interprétation ou à l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de rechercher un accord amiable, dans un délai de 45 jours.
- 10.2 En cas de désaccord persistant, le litige sera porté à l'appréciation du Tribunal administratif d'ORLEANS.

Article 11 – Dispositions finales

- 11.1 Si une ou plusieurs stipulations de la présente convention, à l'exception de l'objet, sont tenues pour non valides ou déclarées nulles en application d'une loi, d'un règlement ou à la suite d'une décision définitive d'une juridiction compétente, les autres stipulations garderont toute leur validité.
- 11.2 En cas de difficulté d'interprétation entre l'un quelconque des titres figurant en tête des clauses et l'une quelconque des clauses, les titres seront déclarés inexistantes.

- 11.3 Sous réserve d'une éventuelle modification par voie d'avenant dans les conditions posées à l'article 7, la présente convention ainsi que les annexes en faisant partie intégrante, expriment l'intégralité des obligations des parties. Aucune condition générale ou spécifique figurant dans les documents envoyés ou remis par les parties ne pourra s'intégrer au présent contrat.
- 11.4 Le fait pour l'une des parties de ne pas se prévaloir d'un manquement de l'autre partie, à l'une quelconque des obligations visées dans la présente convention, ne saurait être interprété pour l'avenir comme une renonciation à l'obligation en cause.

Fait à Orléans, en deux exemplaires originaux, le

POUR LE BENEFICIAIRE,
LE PRESIDENT DU CRT

**POUR LE PRESIDENT DU
CONSEIL REGIONAL
et par délégation
LA VICE-PRESIDENTE**

Alain BEIGNET

Pascale ROSSLER

Les informations à caractère personnel vous concernant sont destinées à la Région, responsable du traitement de ces données, dans le cadre de la gestion de cette convention.
La Région s'engage à respecter les dispositions de la loi Informatique et Libertés (loi n° 78-17 du 6 janvier 1978).
En conséquence, vous disposez d'un droit d'accès, de modification et de suppression des données qui vous concernent.
Pour exercer ce droit, vous pouvez vous adresser à la direction de la Région en charge de cette convention.