



De nouveaux choix pour le tourisme en Loire-Atlantique

Parce que le secteur touristique doit perpétuellement s'adapter aux évolutions, se réinventer selon les évolutions climatiques, économiques ou sociétales, le choix d'un tourisme responsable s'est imposé comme fil conducteur des actions à mener en Loire-Atlantique. Un an après le vote du schéma départemental du tourisme et des loisirs responsables, des actions concrètes viennent matérialiser la stratégie adoptée.

Une stratégie touristique locale et engagée

Un territoire aux atouts reconnus, des tendances de consommation et de fréquentation qui s'affirment, une adaptation aux conjonctures sociales et économiques et aux enjeux du climat : c'est dans ce contexte que le Département de Loire-Atlantique a engagé le schéma départemental touristique depuis un an.

Cette stratégie passe par des choix marqués, axés sur les forces du territoire et largement inscrites dans les questions de cadre de vie et d'Aménagement du territoire :

- La mobilité douce, avec l'inauguration en 2024 de 2 nouveaux itinéraires vélos : La Régalante, 117 km en Loire-Atlantique sur les 275 km du Mont-Saint-Michel à Nantes et la Vélidéale, 122km en Loire-Atlantique sur les 675 km du lac de Vassivière dans la Creuse à Saint-Nazaire et la poursuite des liaisons de bourg à bourg par le Département.
- La nature et la biodiversité avec des temps de sensibilisation auprès des professionnels du tourisme ou la mise en place du partenariat Gourde Friendly (un mouvement composé de lieux volontaires pour remplir l'eau des gourdes et faciliter l'utilisation de contenants durables) qui rassemble aujourd'hui 70 professionnels avec un objectif de 100 visés pour fin 2024.
- L'accessibilité du territoire, notamment pour les personnes en situation de handicap, avec l'accompagnement des professionnels, la sensibilisation et le suivi du label Tourisme et Handicap avec aujourd'hui 41 sites labellisés. A noter, l'accès à la culture avec notamment la réouverture du musée Dobrée qui offre des tarifs abordables aux visiteurs.

Le tourisme en Loire-Atlantique

2e département français en surface de zones humides (après les Bouches du Rhône)

4 sites Ramsar (convention internationale valorisant les zones humides)

17 Offices de tourisme (14 intercommunaux et 3 communaux) dont 9 porteurs de la marque Qualité Tourisme™

21 stations classées ou communes touristiques

4 stations vertes

27 plages et 1 port labellisés Pavillon Bleu

73 espaces protégés

26 sites Natura 2000

6,9 milliards d'euros de CA lié au tourisme en Pays de la Loire dont **3,1 milliards d'euros en Loire-Atlantique**

27 512 emplois touristiques directs

45% des emplois touristiques de la région Pays de la Loire

Source : Loire-Atlantique développement (chiffres clés 2023)

L'équilibre souhaité passe également par le choix de s'adresser avant tout aux habitants du département. Avec 16 000 nouveaux arrivants chaque année depuis 2015 et la crise sanitaire de 2020, faire découvrir le territoire aux locaux répond à de nouvelles envies. La proximité est recherchée. Les habitants sont des acteurs touristiques locaux et demeurent de très bons ambassadeurs auprès des futurs touristes.

C'est aussi dans cette optique que le passeport des professionnels du tourisme est élargi à compter de ce mois de juin aux salariés des cafés, lieux d'hébergement et de restauration : un avantage à offrir au personnel, ce passeport permettant l'accès gratuit à une trentaine de sites de visite en Loire-Atlantique. Mieux connaître son territoire, c'est aussi mieux en parler !

Des choix en communication : communiquer autrement

Si un tourisme responsable est un tourisme que l'on envisage différemment, la communication qui l'accompagne doit non seulement porter les enjeux touristiques (désaisonnalisation, cible plus locale, étalement des flux dans l'espace) mais également se faire autrement. La réflexion a été poussée tant sur les cibles, que sur les moyens mis en œuvre et les contenus.

La nouvelle communication se dote d'un nouveau site internet (créé par l'agence LunaWeb) : éco-conçu pour réduire son impact environnemental tout en améliorant son efficacité et accessible, avec un audit de conformité RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité) le plaçant partiellement conforme à 87 %. Cet audit fait suite à une analyse profonde de la structure et de la conception du site web. Un prérequis essentiel pour rendre le site internet utilisable par le plus grand nombre d'internautes, indépendamment de leurs capacités cognitives ou physiques. Le site, qui s'enrichira tout au long de l'année, fait par ailleurs la part belle au réemploi : de contenus, de visuels - et s'attache à valoriser les informations sur les activités et séjours pour les petits budgets.

La communication se fera désormais toute l'année, pour porter l'activité touristique au fil des quatre saisons, et inciter les visiteurs à "sortir du cadre" et découvrir le territoire autrement : l'arrière-pays est par exemple valorisé l'été plutôt que le littoral et l'hiver portera plutôt sur des activités maritimes. L'objectif est de donner à voir la diversité de l'offre touristique, de valoriser certains lieux ou activités à des saisons spécifiques pour contribuer à répondre à nos enjeux d'étalement des flux dans le temps et dans l'espace.



(Re)découvrir la Loire-Atlantique, c'est se laisser la possibilité de choisir parmi un panel infini d'activités, de visites, de paysages... Et ce sur l'ensemble du territoire. « Être ou ne pas être », c'est s'engager pour un autre tourisme, pour une autre façon de découvrir, d'arpenter, de visiter... de s'évader à deux pas de chez soi.

L'emploi du « Hors » - qui sera décliné chaque saison - permet de situer la Loire-Atlantique sur des expressions singulières croisant le regard et les attentes de ses habitants qui la découvre autrement. Quelle que soit l'envie, le lieu, la saison : il y aura toujours une découverte faite pour l'habitant et le touriste.



Cet été, en Loire-Atlantique, nous pouvons littéralement voguer à travers champs, comme chercher à découvrir la richesse ornithologique qui nous attend hors-champ. Nous pouvons avoir le plaisir de découvrir le musée Dobrée et arpenter cet écrin à travers les cadres, ou préférer sortir du cadre, et opter pour une nuit insolite dans un tonneau dans l'un des vignobles de Nantes. Rendez-vous cet automne et cet hiver pour la suite !

Ces partis-pris s'appuient sur des tendances de fréquentation et de consommation touristique qui s'ancrent en Loire-Atlantique et que tous les territoires portent en complémentarité.

Le tourisme en Loire-Atlantique : un jeu d'équilibre

Le secteur touristique sait s'adapter et la Loire-Atlantique a confirmé être un territoire séduisant. L'année 2023 montre une stabilité par rapport à une excellente année 2022, avec une fréquentation lissée sur l'année - avec 32,5 millions de nuitées touristiques et une progression sur les ailes de saison. Un secteur qui trouve son équilibre après la crise sanitaire du Covid-19, et ce, dans un contexte parfois délicat : inflation, météo mitigée, pouvoir d'achat, préservation des ressources...

Des tendances qui se poursuivent

La première partie de l'année 2024 laisse voir une confirmation de ces tendances : un pont de l'Ascension exceptionnel avec +16% par rapport à 2022 (787 000 nuitées) tandis que le week-end de Pentecôte était en deçà de -8% avec seulement 430 000 nuitées. Avec 9,9 millions de nuitées touristiques entre janvier et mai, la fréquentation reste globalement stable au regard de l'année passée (+1% vs 2023).

À propos de Loire-Atlantique développement - Tourisme

La direction Tourisme durable de Loire-Atlantique développement met en œuvre la politique touristique départementale dans le cadre d'une convention et d'une délégation de service public. Elle travaille au développement territorial et à la promotion touristique de la Loire-Atlantique auprès des touristes et des habitants de Loire-Atlantique. Elle accompagne les professionnels, les porteurs de projets pour un développement touristique équilibré et durable des territoires du département. Elle conseille les collectivités dans leurs projets de mise en tourisme ou de requalification de lieux contribue ainsi, en lien avec les autres expertises de l'Agence, à la co-construction de projets locaux viables, désirables et responsables.

CONTACT PRESSE

Anne-Cécile LAUBION
06 71 01 45 31
presse@lad44.fr

