



Rapport session 2-3 juillet 2020

Mobilisation régionale pour le tourisme : Soutenir les acteurs, relancer la fréquentation, accompagner la transition écologique

Dans notre région, le tourisme constitue un secteur essentiel. On estime à plus de 10 millions le nombre de touristes et visiteurs qui ont fréquenté en 2019 un hébergement, un site de visite, ou consommé une prestation touristique. Le printemps représente habituellement près de 39 % des séjours et l'été (juillet-août) 42 %.

Avec l'arrêt complet de l'activité pendant plus de 2 mois et des incertitudes quant au niveau de fréquentation attendu cet été, le risque d'une crise économique liée à l'épidémie de Covid-19 est présent. Les acteurs touristiques sont tous confrontés à de réelles difficultés, mais la menace est encore plus forte pour les structures de moins de 20 salariés et les acteurs indépendants (restaurateurs, hébergeurs, sites de visite privés, associations...).

Depuis le début de la crise sanitaire, la Région, dans une démarche réactive et solidaire, s'est très vite mobilisée pour adapter ses outils et dispositifs de soutien aux acteurs du Centre-Val de Loire, et en a créé de nouveaux pour répondre rapidement aux besoins dans un moment de grande fragilisation de la filière touristique.

Au-delà des mesures d'urgence, la Région a également préparé un plan de relance pour accompagner le redémarrage de l'activité et encourager la fréquentation touristique dès le mois de juin. Les mesures de sécurité sanitaire et le plan de communication mutualisé doivent permettre de faire revenir les clientèles fidèles mais aussi d'attirer de nouveaux visiteurs à la recherche de nature, de culture et de ressourcement.

Ce plan de relance doit aussi permettre d'aider les acteurs à rebondir dans les prochains mois et d'accompagner les mutations nécessaires. Parmi celles-ci, figure la poursuite de la transformation digitale, déjà à l'œuvre sous l'impulsion du CRT, des ADT et des OT. S'ajoute l'intégration des nouvelles normes sanitaires qui impactera significativement les habitudes dans l'accueil des touristes. Mais c'est, sans doute, l'amorce de la transition écologique des acteurs, de manière individuelle et de manière collective sur l'ensemble d'un territoire, qui constitue à la fois une vraie opportunité à saisir après une crise d'une telle ampleur et le meilleur passeport pour traverser les prochaines.

1 / Impact de la crise sanitaire sur la filière touristique en région :

a) Une filière durement touchée :

Un questionnaire, établi conjointement par le CRT, les ADT, la CCI régionale, et relayé par l'ensemble des partenaires et Offices de Tourisme, a été adressé à plus de 7 000 structures touristiques entre le 6 et le 14 mai 2020.

1200 réponses ont pu être exploitées (taux de réponse de 17%), et permettent de se faire une idée précise de la situation du tourisme régional. Une seconde vague d'enquête lancée le 10 juin permettra de suivre l'évolution de la situation.

- **Des pertes importantes de chiffre d'affaires :**

- Les professionnels déclarent une perte moyenne de Chiffre d'affaires (CA) de 81% pour mars et avril 2020, par rapport à la même période de l'année précédente.
- Toutes les activités sont très fortement impactées sur cette période, l'hôtellerie étant la plus touchée en volume de CA perdu (85% de perte de CA), suivi de la restauration (78 %) et des sites de visite (75 %).
- Par type d'activité, **le manque à gagner serait de :**
 - **61 M€ pour l'hôtellerie** entré mars et mai 2020
 - **12 M€ pour les résidences hôtelières et de tourisme**
 - **5 M€ pour les campings et l'hôtellerie de plein-air** d'avril à mai 2020.
 - **76 M€ pour les sites de visite** de mars à mai 2020.

- **la pérennité des structures remise en cause :**

Sur le millier de prestataires qui ont répondu à la question sur la pérennité de leur structure, $\frac{3}{4}$ d'entre eux se disaient inquiets, dont 44 % plus particulièrement si leur activité ne redémarrait pas début juin.

Ce pourcentage monte à **87 % pour les restaurants, et 90 % pour les hôteliers.**

Pour les sites de visite, une enquête spécifique menée par la Direction du Tourisme en partenariat avec l'Association « châteaux de la Loire-Vallée des Rois » auprès des 80 propriétaires de monuments publics et privés du Val de Loire) révèle que la situation est très préoccupante pour les sites de visite privés, voire critique pour une dizaine de sites. Cette situation est liée au fait que, de par leur statut notamment, ils n'ont pas pu mobiliser les outils de sauvegarde mis en place par l'Etat et les collectivités (Fonds National de Solidarité, Prêt Garanti par l'Etat...).

- **une inquiétude liée au manque de visibilité et des répercussions sur l'emploi :**

L'annulation des réservations, comme le faible taux de nouvelles réservations pour cet été, renforcent l'inquiétude des acteurs du tourisme. Ainsi, 85 % des professionnels enregistrent une baisse de leur réservation pour juillet-août par rapport à la même période de l'an dernier.

Les craintes sur l'emploi sont fortes, y compris dans l'hypothèse d'une réouverture totale en juin des activités. Un certain nombre de contrats CDD, de saisonniers et vacataires n'ont pas été renouvelés, et ne le seront pas, faute de garanties sur un volume d'activité des prochains mois, ou de trésorerie suffisante. 27% des hôteliers-restaurateurs interrogés vont geler l'embauche de CDD et saisonniers et 17% envisagent des licenciements économiques.

Les espoirs et perspectives des professionnels du tourisme sont avant tout liés aux dates et conditions de réouverture des établissements mais aussi au redémarrage de la fréquentation touristique et le niveau de fréquentation attendu cet été.

- **B/ Reprise de l'activité touristique.**

Si tous les acteurs touristiques ont dû interrompre leur activité le 14 mars à minuit, la réouverture s'est faite progressivement selon le type d'activité et adossée à des mesures sanitaires spécifiques. Des protocoles sectoriels ont été proposés par sept secteurs du tourisme et le Ministère du Travail a publié un protocole national de déconfinement pour toutes les entreprises pour assurer la santé et la sécurité des salariés.

Concernant les sites de visite, la Région Centre-Val de Loire a pris l'initiative et a constitué un groupe de travail réunissant des responsables de châteaux et jardins afin d'élaborer un référentiel sanitaire adapté à leurs spécificités. Ce document n'est pas prescriptif mais il a permis d'aider les sites à préparer la réouverture et à formaliser des engagements pour accueillir les visiteurs en toute sécurité. Cette démarche collective a également constitué un argument déterminant relayé par les élus auprès du Chef de l'Etat afin d'obtenir une réouverture rapide des sites.

Enfin le **décret 2020-545** du 11 mai 2020 a apporté des réponses aux acteurs du Tourisme, en déterminant les autorisations d'ouverture pour :

- **les hébergements touristiques** (hôtels, gîtes, chambres d'hôtes), sauf hébergements de plein air (campings...) dont la date d'ouverture est fixée au 22 juin.
- **les monuments, sites et musées**, mais uniquement sur autorisation délivrée par arrêté du Préfet sur avis du Maire.
- **la batellerie**

Pour les restaurants et cafés, l'autorisation d'ouverture a été donnée le 2 juin, avec la mise en place d'un protocole sanitaire renforcé devant permettre de gagner la confiance des clients.

- **une aide logistique pour aider les entreprises à s'équiper en matériel sanitaire**

La Région Centre-Val de Loire et DEV'UP ont lancé le 21 avril **une plateforme régionale de mise en relation avec les fournisseurs et fabricants** de matériel sanitaire pour permettre aux entreprises régionales, de maintenir ou reprendre leur activité tout en garantissant la sécurité de leurs collaborateurs. Les acteurs du tourisme sont pleinement concernés par cette initiative appelée à perdurer et ont été informés de cette solution.

Par ailleurs, face à la pénurie en équipements de protection individuelle, le Conseil Régional, DEV'UP et le réseau des CCI du Centre-Val de Loire ont acheté plus de **deux millions de masques** cédés ensuite à prix coûtant aux entreprises et aux associations. Ce dispositif a été ouvert à l'ensemble des sites de visite touristique.

- **Une information actualisée**

Afin d'informer en temps réel des possibilités d'accueil du public par les sites de visite et de loisirs, le CRT a mobilisé dès la mi-avril la communauté Tourinsoft (ADT et OT), pour monter un dispositif léger d'information dédié « Covid 19 ».

Il s'agit de présenter, par thématique et géolocalisées, sur un outil numérique unique, l'ensemble des offres touristiques régionales réouvertes en respectant les conditions sanitaires.

Il est en ligne depuis le 15 mai <https://vivez-centrevalde Loire.fr/>

La mise à jour de la base de données régionale avec les offres touristiques qui réouvrent va alimenter la base nationale Datatourisme, permettant ainsi de disposer d'une plateforme en ligne à des fins de communication nationale et d'observatoire des impacts.

- **Une reprise de la fréquentation timide :**

Après quelques semaines d'ouverture, la fréquentation touristique redémarre sur un rythme moyen. La limite des 100 km pour les déplacements (jusqu'au 2 juin) et les mesures sanitaires ont limité, de fait, le potentiel de clientèle. Toutefois, les activités de plein air, sont emblématiques de notre région, et les élus l'ont souligné dans leurs actions auprès du gouvernement. Le tourisme à vélo, le tourisme de nature, les parcs et jardins, au premier rang desquels ceux de Chaumont-sur-Loire, ont été les grands gagnants de cette reprise.

Sur **La Loire à Vélo** pour le week-end de l'Ascension et tout particulièrement le jeudi et le dimanche, la fréquentation a doublé par rapport à la même période de 2019 (plus de 14 000 passages de vélos sur le week-end contre 7000 en 2019). Le compteur de Savonnières a atteint des niveaux de fréquentation dignes d'un 15 août.

En revanche, pour les sites de visite, la fréquentation équivalait fin mai à environ 25% du volume habituel à cette période. Si les mesures sanitaires sont globalement bien acceptées par les clientèles, elles génèrent des contraintes et des difficultés pour la gestion des flux des visiteurs (jauges imposées, visites guidées interdites,...).

Pour les restaurants, le protocole sanitaire limite de fait la capacité d'accueil mais l'activité redémarre sur un bon rythme avec la clientèle Loisirs. En revanche, la clientèle Affaires reste très en deçà des niveaux habituels sur le repas du midi, ce qui ampute sérieusement le chiffre d'affaires des établissements.

2/ les mesures d'urgence mobilisées par et pour les acteurs du tourisme :

Les pouvoirs publics ont rapidement pris des **mesures d'urgence** pour sauvegarder les entreprises et notamment celles du secteur touristique particulièrement touchées par la crise.

En tant que 1er partenaire des entreprises, la Région a démontré sa réactivité et sa capacité à faire face à cette situation inédite par l'adoption et le lancement des premières mesures d'urgence dès le mois d'avril. Les acteurs touristiques ont été tenus informés de la mise en place des aides et des évolutions régulières.

- **Le FONDS DE SOLIDARITE ETAT-REGION :** (données au 15/06/20)

Cette aide financière est ouverte aux très petites entreprises (TPE), indépendants, micro-entrepreneurs et professions libérales et permet de faire face à la perte de revenu.

La Région a abondé ce fonds à hauteur de **16,4 M€** qui a été fortement mobilisé par le secteur de l'hôtellerie-restauration :

Mobilisation du volet 1 au niveau régional : sur les 130 M€ versés aux entreprises régionales, 18 M€ concernent le secteur Restauration et Hébergement* **soit 14%**.

Mobilisation du volet 2 : 1 211 222 € ont été mobilisés dont 601 735 € pour les entreprises des secteurs Restauration et Hébergement* **soit 50%**.

Afin de tenir compte de leur situation spécifique, les entreprises des hôtels, cafés, restaurants, et du secteur du tourisme continueront à bénéficier du volet fonds national

de solidarité jusqu'à fin 2020 avec des conditions d'accès élargies et un plafond des subventions pouvant être versées dans le cadre du second volet du fonds accru.

- **Le PRET CAP REBOND :**

La BPI et la Région ont mobilisé 2,65 M€ millions d'euros pour *renforcer la trésorerie des TPE et PME.*

2,6 M€ de prêt ont déjà été attribués dont 545 000 € (21%) pour les entreprises des secteurs du tourisme. Ce taux est supérieur à la moyenne nationale constatée par BPI.

- **Le FONDS CARE :**

Le Contrat d'Apport Associatif Rebond a pour objectif de renforcer les fonds propres des associations, afin de faire face à leurs besoins conjoncturels de trésorerie ou à une perte de chiffre d'affaires (en lien avec l'épidémie de COVID-19). Il a été très peu mobilisé par les structures associatives du tourisme qui ne représentent que 3% des montants attribués.

- **Le Prêt Garanti par l'Etat et le chômage partiel** ont été fortement mobilisés par les entreprises du secteur :

4620 entreprises de l'hôtellerie-restauration ont eu recours au chômage partiel en région.

De même, au 16 juin, 2 114 M€ de prêts garantis par l'Etat (**PGE**) ont été pré-accordés à des entreprises régionales, dont 130 M€ (6%) pour les entreprises des secteurs Restauration et Hébergement* ; au niveau national ce taux est de 7% du total des PGE.

- **Des Formations pour aider les professionnels à rebondir :**

Un dispositif spécial pour aider les professionnels à mieux gérer les événements et à préparer le rebond a été mis en place en distanciel, par le CRT dès le mois d'avril. Ce dispositif a rencontré un succès immédiat auprès des acteurs et toutes les demandes n'ont pu être satisfaites. 200 personnes ont pris part aux formations, émanant de 95 structures publiques et privées. 16% des apprenants venaient de l'hôtellerie-restauration. Pour ceux qui n'ont pas pu s'inscrire, une formule « webinar » a été réalisée, mise en ligne sur la plateforme « formations Tourism'O Centre ».

Ces formations portent sur les thèmes suivants :

- Mettre en place un scénario de reprise post Covid-19
- Faire le point et mettre en place sa stratégie webmarketing post Covid-19
- Adapter son offre touristique et sa politique tarifaire post Covid-19
- Accompagner ses prestataires à poser leur stratégie webmarketing post Covid-19
- Accompagner ses prestataires touristiques dans la définition de leur politique tarifaire post Covid-19

3/ Le plan de relance :

A/ l'accompagnement économique pour le redémarrage et l'investissement :

L'impact de la crise du Covid-19 devrait s'étaler sur plus d'un an, voire plusieurs années. Certaines structures ont fait le choix de ne pas rouvrir à l'été 2020 au vu de la balance coût/revenus. D'autres, en particulier les acteurs indépendants et TPE, voient leur pérennité menacée. Le tourisme régional, qui s'appuie sur un réseau territorial de petits acteurs pour contribuer au développement économique local par le tourisme, pourrait souffrir globalement de l'affaiblissement de ce réseau.

Au-delà de la perte financière, le secteur va devoir faire face à un changement des comportements, et s'adapter à des nouvelles normes d'hygiène et sanitaires pour assurer la sécurité de ses clients et de ses salariés.

L'accompagnement doit donc s'envisager dans la durée, à partir d'une organisation partenariale de veille et d'intervention auprès des acteurs. Une démarche spécifique de suivi et d'accompagnement est mise en place en lien avec les réseaux consulaires, les développeurs économiques sur les territoires, les organismes institutionnels du tourisme, afin de répondre aux besoins des structures.

Une vigilance particulière sera accordée aux entreprises bénéficiaires du volet 2 du Fonds national de Solidarité car certaines sont en risque de faillite.

- **Le Fonds de solidarité Renaissance**

Avec la Banque des Territoires, la Région et l'ensemble des intercommunalités du territoire régional ont acté le 15 mai la création du Fonds Renaissance. Cette mobilisation conjointe a permis de doter le Fonds de 12 millions d'euros, afin d'aider au redémarrage de plus de 1 000 petites entreprises du tourisme, de l'artisanat du commerce.

Ce Fonds de soutien aux petites entreprises complète les autres dispositifs mis en œuvre par la Région Centre-Val de Loire et l'Etat. L'objectif consiste à soutenir les besoins des entreprises en finançant les investissements requis et la trésorerie nécessaire pour assurer la continuité et le redémarrage de leur activité.

Il cible en priorité les acteurs économiques qui ne réussissent pas à mobiliser les outils existants d'accompagnement de l'Etat, de la Région, et le recours aux prêts bancaires, ou dont le besoin de trésorerie et d'investissement n'a pas été totalement couvert par les outils déjà en place.

Cette aide prend la forme d'une avance remboursable sans intérêts ni garanties, entre 5 000 et 20 000€, destinée à financer les investissements nécessaires à la sécurisation des salariés (achat de matériels de protection et de prévention) et les dépenses essentielles au maintien et au redémarrage de l'activité (reconstitution d'un stock, approvisionnement de proximité en matières premières/consommables...). L'avance remboursable pourra être complétée d'une subvention apportée par l'EPCI d'un montant maximum de 5 000€.

A date du xx juin, xx dossiers ont été déposés sur le portail en ligne ; xx% concernent des entreprises du secteur touristique pour un montant moyen de financement de xx€.

- **La mobilisation des dispositifs Tourisme de la BPI :**

Par la mobilisation de l'ensemble de ses métiers, Bpifrance entend engager un plan de relance tourisme ambitieux (1,5Md€ mobilisés) pour permettre aux entreprises du secteur de rebondir dans un environnement bouleversé. L'action de Bpifrance se déploiera en lien avec les Régions en étroite coordination avec la Banque des Territoires (mobilisation de 1,5Md€ supplémentaires).

Dans le cadre de ce plan de relance, BPI souhaite déployer à partir de septembre un nouveau dispositif dédié aux « petits » acteurs touristiques dans les territoires.

L'objectif du Fonds de Soutien Tourisme est de participer au financement du redéploiement d'entreprises dont les fondamentaux pré-crise sont sains mais qui ont été confrontées à

un arrêt brutal d'activité à la suite à la crise Covid-19. Il intervient en soutien d'entreprises du Tourisme dans leur développement et dans la préparation aux défis et transformations qui les attendent (transformation digitale, écologique, évolution des normes sanitaires, reconquête des clients notamment la clientèle internationale).

Le Fonds est un fonds de capital développement (intervention en quasi-fonds propres entre 50 K€ et 400 K€) qui permet de compléter l'action publique et l'investissement privé de soutien aux TPE et petites PME du secteur du tourisme.

L'intervention de la BPI s'accompagne d'un diagnostic digital et d'un diagnostic sur les enjeux liés au climat dans les deux mois suivants l'investissement.

Compte-tenu du profil des entreprises touristiques régionales, la BPI et la Région envisagent par ailleurs de proposer un accompagnement de type « diagnostic 360° » de sortie de crise, dans le cadre d'un partenariat restant à formaliser.

Des mesures ciblées pour les sites patrimoniaux

Les sites patrimoniaux ouverts à la visite représentent un des piliers de l'offre touristique régionale mais certains sont aujourd'hui dans une situation compliquée. Ils cumulent le poids des charges importantes liées à l'entretien des monuments et jardins, l'absence de recettes pendant plusieurs mois et souvent le non recours aux aides d'urgence car leur statut (SCI, patrimoine en nom propre,...) les rend inéligibles.

La Région propose de les accompagner sur deux volets :

- Une aide au conseil
- Des outils de financement pour la valorisation/restauration du patrimoine

Une aide au conseil pour les sites patrimoniaux :

La Région va proposer et financer un accompagnement individuel à des propriétaires privés de châteaux et/ou jardins ouverts à la visite et dont l'équilibre économique est à consolider. Cet accompagnement sera réalisé par un consultant extérieur chargé de réaliser un diagnostic et de proposer des solutions concrètes permettant d'assurer la pérennité du site patrimonial et de développer son activité touristique. A cette occasion, le renforcement des liens de coopération qui unissent ces sites de visite avec les autres acteurs touristiques de leur territoire et leur Office de tourisme sera proposé.

Cette action pourrait concerner une douzaine de sites volontaires.

Des outils de financement en faveur de la restauration/valorisation du patrimoine

- Un partenariat avec la Fondation du Patrimoine

La Fondation du Patrimoine pourrait porter une action collective d'inventaire, de repérage des travaux à réaliser sur les lieux ouverts au public, permettant ensuite de déployer une ingénierie financière activant les outils existants (Fonds d'intervention en faveur du patrimoine bâti privé, financements ou prêts participatifs, appels à projets, défiscalisation...).

- Le financement participatif en soutien au patrimoine régional

Il est proposé qu'un partenariat soit établi avec une ou plusieurs plateformes de crowdfunding nationale (Ulule, Kiss kiss bank bank ou Dartagnan) pour motiver des particuliers à venir financer solidairement des sites patrimoniaux et touristiques pour réaliser des travaux de sauvegarde ou de valorisation. Cette campagne de crowdfunding serait organisée à l'échelle nationale mais aussi régionale, car beaucoup de nos concitoyens

ayant de l'épargne, sont désireux de venir en appui d'acteurs méritants en proximité géographique et à la préservation de leur patrimoine.

B/la relance de la fréquentation touristique (de juin à décembre)

1/ Actions de promotion du tourisme régional :

- Une campagne de communication régionale et nationale

L'activité touristique 2020 reposera quasi exclusivement sur la clientèle française, en particulier de proximité à qui il faut donner envie de découvrir ou redécouvrir les richesses patrimoniales, naturelles et culturelles de nos destinations touristiques. Dans un contexte particulièrement difficile et concurrentiel, la Région et le CRT ont proposé à leurs partenaires territoriaux une campagne ambitieuse qui s'étalera de mai à décembre 2020.

Préparée dès le début de la crise, cette campagne a été élaborée en partenariat avec les six Agences de Développement Touristique départementales, et plus récemment avec tous les Offices de Tourisme volontaires de la région. Elle bénéficie d'un cofinancement des Conseils départementaux, Métropoles et Agglomérations du territoire, auprès de la Région et du CRT.

Le concept de la campagne est basé sur une accroche « ENVIE DE + une expression courte » en rapport avec un visuel approprié et une signature « c'est ça la renaissance en Centre-Val de Loire ».

Le phasage de la campagne de communication a été décidé en fonction du calendrier de déconfinement et des annonces ministérielles.

La 1ère phase a débuté en mai et se poursuivra jusqu'à l'ouverture de toutes les "entreprises touristiques" : destinée à faire rêver en suscitant l'envie de venir en région pour découvrir les différentes facettes de ses propositions touristiques. Les phases suivantes, été puis automne/hiver, seront l'occasion de valoriser les offres les plus adaptées à la saisonnalité et de faire des propositions concrètes sous formes d'expériences ou de produits touristiques clés en mains.

Le plan de communication valorise la diversité de l'offre touristique régionale toute l'année : les amoureux de la nature, des activités de plein air et du slow tourisme, les amateurs de patrimoine, avec le fer de lance que sont les châteaux de la Loire et les jardins ainsi qu'un fil rouge qui est l'art de vivre, particulièrement illustré par la restauration, le positionnement « vrai par nature » des produits du Centre-Val de Loire porté par la nouvelle marque alimentaire régionale, l'œnotourisme et les produits du terroir. Chaque saison aura ses messages dédiés, plus orientés vélo, nature et patrimoine ouvert au printemps et en été, gastronomie en automne, et culture et patrimoine féérique en hiver.

Trois volets complémentaires seront actionnés de manière à toucher tant la clientèle régionale que la clientèle française, notamment parisienne et urbaine.

- **Le plan média** : télévisions nationales et régionales, radios régionales, presse écrite nationale et régionale...
- **Les réseaux sociaux** : une stratégie collective animée par le CRT permettra de synchroniser les messages de tous les acteurs, chacun auprès de leurs publics

respectifs. L'objectif de ce dispositif est de permettre à tous les acteurs publics et privés de parler d'une voix harmonieuse en publiant des contenus dont la visibilité globale sera renforcée par les achats publicitaires du plan régional sur les médias sociaux.

- **Les relations presse** : Dossiers et communiqués de presse sont réalisés pour répondre aux nombreuses sollicitations que des accueils de journalistes ou d'influenceurs viendront compléter.

Le site d'atterrissage de la campagne envievacances-centrevalde Loire.com valorisera les partenaires institutionnels et les séjours clés en main proposés par les réceptifs privés et institutionnels qui s'adaptent à la demande actuelle et qui, en complément du site enroutelibre-centrevalde Loire.com, répondra aux attentes des visiteurs n'ayant pas le temps d'anticiper ou l'envie d'organiser leurs vacances.

Le point fort de notre région est bien la mutualisation des actions entre partenaires institutionnels et acteurs privés, qui revêt en cette période de crise, un véritable caractère de défi et fait la différence avec les autres destinations régionales françaises. Cet état d'esprit solidaire et collectif qui anime les acteurs régionaux, qui a été remarqué lors de l'élan 2019, s'est révélé aussi pendant la crise et la tournée virtuelle à travers les six départements l'a prouvé.

- **Une nouvelle marque touristique régionale : En roue libre**

Cette nouvelle marque touristique régionale, déployée par le CRT, vise à renforcer le positionnement et la valorisation du « slow tourisme » en Centre-Val de Loire, tel que inscrits dans la stratégie régionale. Il était prévu qu'elle soit diffusée et promue en 2020, mais cette action est devenue prioritaire et s'inscrit pleinement dans la stratégie promotionnelle de relance.

Cette marque doit valoriser toutes les expériences de « slow tourisme » et au 1^{er} rang les expériences à vélo et le tourisme de nature, emblématiques de notre région, mais aussi le patrimoine des châteaux ou encore la gastronomie : pédaler sans difficulté, apprendre et découvrir, bouger au grand air, faire avec ses mains, profiter d'un temps pour soi et enfin trinquer et bien manger. Cette approche correspond aux aspirations de fond des clientèles, d'autant plus intensifiées en cette période de post-confinement.

Le site web a ouvert début juin. Ses contenus sont bâtis à partir des expériences proposées par tous les territoires via les OT et les ADT, partenaires depuis le début de la démarche. Ce dispositif s'appuie sur une charte d'engagement des acteurs touristiques autour de 4 valeurs : respecter la nature, prendre le temps, transmettre et mettre en valeur un territoire.

- **Des soutiens spécifiques renforcés par métier :**

- o Actions avec les réceptifs régionaux :

Le CRT va mener des actions très opérationnelles de court terme pour promouvoir les offres des réceptifs locaux auprès des tours opérateurs français :

- un partenariat avec Tour mag (premier magazine pro du tourisme français) qui, pendant deux fois cinq mois à compter de juin 2020 puis de février 2021, mettra en valeur les offres clés en mains des réceptifs et les activités régionales du slow tourisme auprès de programmeurs et revendeurs ;
- la création d'un club B to B associant les réceptifs et les hébergeurs structurés, pour mener ensemble des démarchages en France puis à l'international

- L'Hôtellerie de Plein air : un site internet, initialement destiné à la clientèle néerlandaise a été développé pour être prioritairement dédié à la clientèle française reprenant l'offre des adhérents du Syndicat Régional de l'Hôtellerie de Plein Air (80 % de l'offre régionale) a été créé par le CRT en coordination avec la fédération régionale.
- Le Tourisme social et solidaire : le CRT a associé l'UNAT aux actions en faveur du tourisme réceptif (voir plus haut) et va accompagner un groupe de directeurs de structures pour élaborer et mettre en œuvre un plan d'actions commerciales.

2/ Actions de soutien à la consommation des offres régionales :

Au-delà des actions de promotion lancées dès le mois de juin, la Région met en place des mesures concrètes afin d'inciter les habitants et les visiteurs à découvrir les destinations et consommer les offres touristiques.

- Des « cartes- cadeaux tourisme » :

La Région a décidé de mettre en place, en lien avec le CRT, des cartes-cadeaux afin d'encourager la fréquentation des sites touristiques (CPR juin). Elles seront dématérialisées, personnalisées, téléchargeables sur un smartphone, et créditées d'un « droit d'entrées » de 50€, 100€ ou 150 euros.

La Région souhaite agir en exemplarité en offrant cette carte cadeau à ses agents en signe de reconnaissance de leur mobilisation exceptionnelle pendant la crise. La collectivité régionale entend ainsi donner l'exemple en impulsant un élan solidaire en faveur des acteurs du tourisme. La carte sera proposée aux Comités d'Entreprises des autres collectivités locales mais aussi des grandes entreprises du territoire.

Une passerelle sera développée avec la place de marché régionale pour une commande facilitée et adaptée à toutes les saisons de l'année.

- Des offres tarifaires sur les transports pour encourager la mobilité touristique :

En 2019, avec le Pass Rémi Découverte+, la Région a mis en place des offres tarifaires particulièrement attractives pour le public touristique. Cette offre est reconduite en 2020 et sera promue dans le cadre d'une campagne de promotion, notamment auprès de la clientèle parisienne. Le Pass permet des voyages illimités jusqu'à 5 personnes sur 2 ou 3 jours en région Centre Val de Loire et avec un accès à l'Île de France.

Des actions commerciales supplémentaires sont prévues, pour rendre encore plus attractif le réseau de transport public Rémi en région Centre-Val de Loire, et relancer sa fréquentation. Elles feront l'objet de communications grand public, et pourront être reprises notamment sur les supports numériques de promotion touristique. Le public des jeunes, bénéficiant déjà de réduction jusqu'à 66% grâce à la carte Rémi Liberté Jeune, gratuite sur Yep's, bénéficiera d'actions supplémentaires.

L'emport des vélos à bord des cars et trains Rémi est également pris en compte, en particulier sur le train de la Loire à Vélo, avec une capacité de 50 à 80 vélos sur 3 trains quotidiens entre Orléans, Tours, Nantes et Le Croisic. Une information claire et complète sur les conditions de prise en charge est désormais disponible

La carte interactive, une première au niveau national, invite les habitants et les touristes à découvrir la région en train et en car REMI.

- **Tourisme équestre : 200 journées de randonnées équestres offertes par la région Centre-Val de Loire**

Dans le domaine équin, les activités liées au tourisme et à l'enseignement sont les plus lourdement impactées par la crise sanitaire. Afin de relancer, dès cet été, l'activité des centres de tourisme équestre et de répondre aux besoins d'évasion et de nature des habitants de la région et des vacanciers, la Région Centre-Val de Loire propose de soutenir le tourisme équestre en finançant 200 journées de randonnée équestre pour découvrir notre région à cheval via les clubs labélisés. Cette opération organisée en partenariat avec le Comité Régional d'Équitation se présentera sous la forme de stages découverte d'une journée de randonnée équestre d'une valeur de 95€ TTC à faire valoir dans les 25 centres équestres labélisés tourisme par la FFE.

Ces bons cadeaux permettront aussi la promotion de la route européenne équestre « d'Artagnan » en cours de développement sur le territoire régional. Elle propose aux cavaliers et meneurs de tous niveaux une expérience à la fois équestre mais aussi de découverte de la diversité culturelle européenne dans 6 pays membres de l'Union européenne (Pays-Bas, Belgique, Allemagne, Italie, Espagne). La Route sera également ouverte aux vététistes et piétons.

Cette action s'intègre dans un plan d'aide du conseil régional plus global de soutien de la filière équine qui mobilise des financements issus de l'agriculture, du sport et du tourisme. Un rapport est présenté à la commission permanente de juillet.

- **Les restaurateurs au cœur de la mobilisation régionale pour le tourisme**

Le secteur de la restauration traditionnelle a été l'un des secteurs économique et touristique le plus affecté par la crise du coronavirus : en quelques heures, les Chefs ont dû fermer leur établissement, mi-mars pour ne les rouvrir que début juin. Et avec une capacité d'accueil réduite quelquefois de moitié, afin de satisfaire au respect des règles du protocole national pour l'accueil des clients et la protection également sanitaire des salariés, en cuisine et en salle.

La Région, la CCI et le CRT, en lien avec les restaurateurs, proposent de mettre en oeuvre deux actions pour encourager la relance de l'activité :

- « **L'automne gourmand** »

Existant jusqu'alors sous la forme de « *Semaine* » ou « *Quinzaine Gourmande* », à l'initiative d'associations départementales de Chefs (Cuisiniers et restaurateurs de métier en Eure-et-Loir et Cuisine en Loir-et-Cher), l'occasion est donnée d'élargir l'opération à l'échelle régionale, en y associant les autres associations départementales et interdépartementale de Chefs (Toques Gourmandes du Berry, Touraine Gourmande, Toques du Loiret) mais aussi tous les restaurateurs souhaitant s'associer à l'opération.

Du 22 septembre au 29 novembre, les habitants, mais aussi les visiteurs, dont la clientèle d'Ile-de-France, seront invités à s'attabler chez l'un des restaurants participants.

Chaque établissement volontaire sera labellisé par la Région sur la base des critères de qualité : une cuisine faite maison, à partir de produits majoritairement frais, de saison et du Centre-Val de Loire ; un menu enfant gourmet sera proposé à la clientèle familiale.

Cette opération sera aussi l'occasion de valoriser la nouvelle marque alimentaire régionale et de faire des restaurateurs de véritables ambassadeurs des produits régionaux.

La Direction de la Communication de la Région et le Comité Régional du Tourisme œuvreront de concert pour la promotion de cette opération, par l'édition d'une carte postale invitant à retourner au restaurant, d'animations (jeux-concours, lots à gagner...) en partenariat avec la presse quotidienne régionale, les radios, la télévision...

- **Des bons-cadeaux à valoir chez les Maîtres Restaurateurs**

Les quelques 150 Maîtres Restaurateurs, déjà bien représentés au sein des associations départementales et interdépartementales de Chefs et pouvant donc s'inscrire à l'opération « L'automne gourmand », seront en outre valorisés par une animation commerciale dédiée.

La Région et la CCI vont leur remettre à chacun un lot de 10 bons-cadeaux d'une valeur unitaire de 10 €, à offrir à leur clientèle et à valoir sur un prochain repas ou une vente à emporter chez l'un des 150 maîtres-restaurateurs.

Le Comité Régional du Tourisme, dans son plan d'actions annuel, consacre 10 000 € à la promotion des Maîtres Restaurateurs du Centre-Val de Loire : le plan d'actions initialement prévu a été reconfiguré pour faciliter la relance de l'activité.

- **Soutien aux acteurs de la solidarité pour l'organisation de loisirs de proximité et de vacances relocalisées en région Centre Val de Loire pour les personnes vulnérables :**

Comme toutes les crises, celle que nous traversons révèle avec force, les inégalités de notre société et les creusent. Elle a engendré de nombreuses conséquences liées à l'isolement et à la rupture du lien social et a amplifié des difficultés d'ores et déjà existantes pour des publics vulnérables. Une telle crise est aussi une mise à l'épreuve de notre capacité à nous organiser collectivement pour maintenir, voire réinventer des solidarités adaptées à la situation.

Depuis de nombreuses années, des acteurs de la solidarité se mobilisent dans la région et œuvrent au quotidien auprès de publics vulnérables. Certaines associations accompagnent notamment l'accès aux loisirs de proximité et le départ en vacances, qui est un véritable levier d'inclusion avec de nombreuses répercussions positives sur la vie quotidienne en terme de lien social. Concernant les vacances, les séjours sont habituellement organisés hors région mais au vu de la situation sanitaire, ces associations ont réaménagé ces séjours en région Centre-Val de Loire.

Dans ce contexte et en lien avec le Plan Egalité régional, la Région a souhaité apporter un soutien aux acteurs de la solidarité pour l'organisation de loisirs de proximité et de vacances relocalisées en Région Centre-Val de Loire pour les personnes vulnérables. Cela permet à la fois d'être au plus près des acteurs de la solidarité dans leurs actions tout en apportant un soutien indirect aux acteurs de loisirs et de tourisme de la région pour les accompagner dans la phase de relance qui vient de s'ouvrir.

C/ un nouvel élan pour le tourisme régional et des opportunités à saisir

La crise va occasionner une montée en puissance du tourisme local et accroître l'importance des considérations sanitaires et écologiques. Ces nouveaux enjeux supposent d'adapter les plans d'actions afin d'anticiper et d'encourager le développement de nouvelles pratiques tant du point de vue des acteurs que des consommateurs.

Ces pratiques devront conjuguer développement économique des territoires, bien-être des populations et des visiteurs en lien avec des exigences écologiques croissantes, préservation de l'environnement et sécurité sanitaire.

La stratégie régionale a déjà permis d'engager des actions importantes dans cette direction (tourisme à vélo, éco-conditionnalité des aides aux hébergements, restauration et alimentation de qualité, soutien aux territoires ruraux, valorisation du slow tourisme...). Beaucoup d'acteurs touristiques durement touchés pendant cette crise ont pris conscience de la nécessité de faire évoluer le modèle et les pratiques de consommation et de production en lien avec les attentes du public (circuits de proximité, économie des ressources, diminution des déchets, matériaux bio sourcés, réusage...). Ils ont aussi pu mesurer la fragilité économique de leur structure car la plupart sont des très petites entreprises avec des marges d'exploitation réduites et une gestion à très court terme.

Il appartient à la Région de les accompagner dans ce changement et d'être moteur dans l'adaptation d'une offre qui devra répondre aux nouvelles attentes des clientèles.

C1/ Un soutien à l'investissement et aux hébergements :

- **La relance du dispositif Contrat d'Appui aux Projets - CAP « Hébergement touristique pour tous »**

Soutenir le développement et la modernisation de l'offre d'hébergements marchands sur l'ensemble du territoire régional est une priorité inscrite dans la stratégie régionale du Tourisme et des Loisirs.

Le levier principal d'action est constitué par le dispositif CAP 'Hébergement Touristique pour Tous', qui permet à la Région d'apporter un soutien financier direct aux porteurs de projets, en coordination avec les autres partenaires publics et privés (réseaux bancaires, Banque Publique d'Investissement, Communautés de communes, ...).

Ses objectifs sont de diversifier les hébergements, d'améliorer la qualité de l'offre et d'inscrire celle-ci dans une démarche globale de transition écologique.

Les critères du CAP Hébergement avaient été modifiés en février 2020 mais, en raison de la crise qui touchait directement les hébergements, le nouveau dispositif a été suspendu dans l'attente de conditions plus favorables à l'investissement.

Ces évolutions concernent en premier lieu la simplification des dossiers et l'accompagnement en amont, afin que les bénéficiaires puissent se concentrer davantage sur la préparation du contenu et la valeur ajoutée de leurs projets.

Enfin, l'accent est mis sur l'essor d'un tourisme plus respectueux de l'environnement et sur le développement de la filière de l'éco-tourisme. Cet encouragement prend notamment la forme d'un bonus financier à l'obtention d'un éco label reconnu comme l'éco-label européen ou Clé Verte et la prise en charge intégrale par la Région des

études et démarches d'amélioration thermique et énergétique des bâtiments. Pour les rénovations, les travaux portant sur l'isolation thermique, ainsi que sur l'achat d'appareils de chauffage et de régulation du chauffage, la Région exige un niveau de performance supérieur à la réglementation et bonifie le taux d'aide pour financer les coûts induits.

- **Lancement d'un appel à projets « hébergement vélo »**

La Région Centre-Val de Loire s'est affirmée en moins de 10 ans, comme une référence européenne du tourisme à vélo. Elle a donc entrepris, en parallèle des investissements importants dans des projets structurants en matière de tourisme à vélo, d'adapter son offre aux attentes qualitatives des clientèles.

Entre 2015 et 2016, la Région a conduit une première initiative pour améliorer l'offre d'hébergements légers pour l'accueil de randonneurs sur l'itinéraire La Loire à vélo. L'appel à projet a permis de financer l'installation de 75 « abricyclos ».

Fort de l'expérience tirée de cette expérimentation et de ses résultats très encourageants, il est proposé de lancer un nouvel appel à projets destiné à accompagner le développement des nouveaux itinéraires vélo en cours de création, tel que « Cœur de France à vélo » en cours d'aménagement le long de la vallée du Cher et du canal de Berry.

Cet appel à projets portera sur le développement d'hébergements touristiques, afin de proposer une offre adaptée aux besoins, notamment en développant des solutions innovantes. Il s'appuiera sur les conclusions de l'étude conduite actuellement par Atout France dans le cadre de France Tourisme Ingénierie. Les objectifs étant d'augmenter l'offre, de résorber les zones non équipées, de proposer de nouveaux concepts d'hébergements légers et d'améliorer les retombées économiques. Il complète l'accompagnement nécessaire de mise en tourisme des territoires traversés par les communes et les Communautés de communes que leur propose la région.

L'appel à projets sera lancé en septembre.

C2/ L'accompagnement des acteurs pour accélérer la transition écologique :

- **un conseil/accompagnement pour conjuguer aide à la sortie de crise et transition écologique :**

La Région va créer un dispositif de conseil/accompagnement individuel des professionnels du tourisme pour faciliter la reprise en intégrant la transition écologique. Cet appui doit permettre d'identifier des solutions pour améliorer la situation financière des structures touristiques tout en faisant évoluer les pratiques et les offres en lien avec les attentes des clientèles en matière de tourisme durable.

- Cet accompagnement comprendra :
 - un volet financier pour diagnostiquer la situation de l'entreprise quelques mois après la crise, rechercher les économies et les marges d'améliorations
 - un volet technique pour mettre en place un plan d'actions pour la « transition écologique » et le financer grâce aux économies identifiées dans le diagnostic.

Cette action suppose d'avoir recours à de l'ingénierie et donc d'affecter un budget à cette nouvelle opération. Une nouvelle AP a été ouverte en DM1 et des financements extérieurs seront recherchés, auprès de l'ADEME et du FEDER notamment.

- **l'appui aux démarches territoriales et aux offices de tourisme**

Le CRT prépare actuellement une démarche d'appui méthodologique comprenant deux objectifs :

- Accompagner les collectivités dans la définition de leur compétence tourisme et les missions qu'elles confient à leur Office de Tourisme.
- Réaffirmer le rôle de l'Office de Tourisme comme pilote des actions destinées à renforcer la satisfaction du visiteur par la qualité de l'accueil et de l'offre.

Cette démarche va intégrer les nouvelles préoccupations des clientèles à la suite de la crise sanitaire (besoin de réassurance) et les enjeux d'un tourisme éco-responsable.

L'office de tourisme sera l'animateur de la démarche territoriale et garant de l'engagement des acteurs touristiques en faveur d'un projet de territoire « pour un tourisme durable » Un plan local de formation inter-filière pourra être mis en œuvre dans les territoires volontaires, afin de former les équipes des OT mais aussi les prestataires touristiques désireux de s'engager dans cette dynamique territoriale.

La démarche territoriale s'appuiera sur la mise en réseau, par l'échange des bonnes pratiques et la promotion territoriale, des actions individuelles pour la transition écologique.

C3/ Vélo et itinérances douces : un développement accéléré

- **La création d'outils innovants dédiés à la conquête des nouvelles clientèles du tourisme à vélo**

L'enquête toute récente publiée par la DGE en 2020, montre qu'avant la crise sanitaire la France comptait déjà 22 millions de cyclistes et que 40% des Français faisait du vélo pendant les vacances.

Pendant et après le confinement, l'usage du vélo a explosé : augmentation de 50% d'usage des Vélib parisiens, +11 % de fréquentation sur les itinéraires français par rapport à la même période en 2019, qui profite à tous les milieux : urbain, périurbain et rural.

En avril, l'Etat a attribué une aide de 20 Millions d'euros pour remettre les Français en selle. Aussi, le vélo a bénéficié d'une campagne de promotion inédite qui témoigne d'une dynamique historique du vélo pour sortir progressivement du confinement à l'échelle internationale (Royaume-Uni, USA, Colombie, Emirats Arabes Unis, Espagne...) et en France (Le Monde, Libé, RTL, France Inter ...).

Compte tenu du statut de la région Centre-Val de Loire, leader historique et d'avant-garde du développement du vélotourisme depuis plus de 20 ans, de la proximité de bassins urbains, du relief plat facile d'accès à une très large clientèle, du réseau expérimenté de prestataires touristiques « Accueil vélo », de l'implantation régionale d'entreprises spécialisées dans l'équipement du vélo d'envergure nationale, le Conseil régional souhaite poursuivre sur cette dynamique.

L'ambition est de valoriser l'avantage concurrentiel régional du vélo, en développant des outils numériques permettant de répondre aux besoins des touristes à vélo pour faciliter l'organisation de leur itinérance ; certains étant des publics novices en matière de vacances à vélo, d'autres plus confirmés.

Il s'agit de concevoir un outil « nouvelle génération » dédié à l'itinérance vélo pour valoriser l'offre régionale mais surtout pour préparer son périple ou balade à vélo à partir d'un calculateur et planificateur d'itinéraires. Cet outil doit permettre de composer son propre itinéraire à partir des 4500 km existants et d'y associer l'ensemble des services et prestations nécessaires (hébergement, visites, transports, météo...). Il sera connecté aux bases de données cartographiques régionales, à la place de marché pour réserver les prestations en ligne, aux horaires des transports. L'outil devra être souple et interactif afin de pouvoir modifier et recalculer son itinéraire à tout moment en fonction des points d'intérêt, des envies et des aléas du parcours.

L'enjeu de cet outil, outre celui de conserver l'avance de la région en matière de tourisme à vélo, est de bénéficier à l'ensemble du tourisme régional dans la mesure où les itinérances douces, au premier rang desquelles, le vélo, permettent une rencontre avec le patrimoine naturel et culturel de la région plus marquante qu'à travers les transports motorisés, ce qui se traduit par un taux de fidélisation des touristes à vélo 30% plus élevé.

- **Déployer le réseau d'hébergements pour randonneurs « COMPAGNON DE ROUTE » prioritairement sur les deux GR Jacquaires et celui du val de Loire**

A l'instar de l'engouement grandissant pour les sports et loisirs de plein air, la randonnée sous toutes ses formes progresse dans toute l'Europe. Les séjours itinérants constituent aujourd'hui un marché en plein renouvellement qui suit l'essor de la promenade à la journée et des activités de pleine nature pratiquées ponctuellement par des résidents locaux ou des touristes.

18 millions de français (37%) déclarent pratiquer la randonnée. Parmi eux, 24% pratiquent exclusivement la promenade-balade, 13% (environ 6 millions) font des randonnées d'une journée et 2% se lancent sur des randonnées itinérantes sur plusieurs jours représentant 1,1 million de français (données FFRP 2015).

La croissance est dopée par une diversification des pratiques (marche nordique, géocaching...) et la thématisation des itinéraires comme le chemin de Stevenson ou les chemins de Saint Jacques. En région Centre-Val de Loire, les voies jacquaires de Tours (issues de Paris et Chartres) et de Vézelay pourtant classées par l'Unesco et l'Europe sont sous valorisées touristiquement. Il en est de même pour le GR 3 qui longe la vallée de la Loire, historiquement le plus vieux GR de France, qui est loin de connaître la fréquentation de « La Loire à Vélo ».

Le réseau d'hébergement « Compagnon de route » créé en 2004 par le comité départemental de randonnée pédestre de Haute Loire pour mieux accueillir les randonneurs à destination de Saint Jacques de Compostelle au départ du Puy en Velay, s'est progressivement étendu sur plus de 25 départements du Massif Central, des Alpes et d'Alsace. C'est un réseau informel sans moyens humains dédiés qui est animé par chaque comité départemental de randonnée.

Les hébergements-adhérents sont nécessairement situés à moins de 2 km d'un GR, assurent un accueil à la nuitée et respectent la législation en vigueur relative à son activité. En contrepartie, ils sont valorisés sur les différents supports de communication fédéraux, régionaux et nationaux (web et topoguides) et participent à l'entretien des cheminements assurés par les bénévoles.

En 2019, le réseau « Compagnon de route » comptait 900 adhérents mais aucun en région.

Le Comité Régional de Randonnée Pédestre Centre-Val de Loire dans le cadre de son partenariat avec le Conseil régional va relayer cette initiative auprès des hébergeurs des trois GR précités. Ce déploiement sera organisé en partenariat avec les départements qui disposent de la compétence liée à la randonnée.

C4/ Art de vivre, gastronomie et terroir : de véritables atouts touristiques à valoriser

Durant le confinement, les Français se sont tournés vers les circuits courts, les produits locaux et ont augmenté leur consommation de produits bio. La qualité de l'alimentation et de la restauration est devenue un véritable élément d'attractivité. Plusieurs initiatives doivent permettre de faire de l'art de vivre en région Centre-Val de Loire une expérience unique, gourmande et conviviale, fondée sur l'assurance d'être en phase avec la nature et de contribuer, notamment par son alimentation, à sa bonne santé.

- La nouvelle marque alimentaire régionale

La Région Centre-Val de Loire va se doter en 2020 d'une marque alimentaire régionale, visant à pouvoir communiquer en estampillant le logo sur le produit agréé. La démarche, animée par l'agence régionale Dev'Up, doit permettre de mettre en valeur les produits bruts et transformés de la région Centre-Val de Loire (critère d'origine) et de mettre à l'honneur les acteurs qui amorcent une évolution des pratiques vers une transformation sans additifs de synthèse (critère de qualité) et économe en ressources (critère environnement).

La création de cette marque s'inscrit dans la stratégie Alimentation mais bien sûr avec des bénéfices attendus au niveau de l'attractivité touristique. Les visiteurs recherchent des produits d'origine et des savoir-faire locaux et authentiques.

Ainsi, la stratégie régionale du tourisme et des loisirs et la stratégie régionale en faveur de l'alimentation convergent en faveur de la qualité de l'alimentation et de la restauration. Le positionnement « vrai par nature » de la marque alimentaire régionale est un outil stratégique d'attractivité dans une période de forte concurrence touristique entre les différentes régions qui jouent sur leur réputation gastronomique et celle de leurs plats emblématiques. La région centre Val de Loire entend se distinguer par l'engagement des acteurs (producteurs, transformateurs, restaurateurs) comme une région où l'on mange « naturellement » bien et bon pour la santé, tout en mettant en valeur, par ailleurs, ses produits du terroir.

Les restaurateurs seront invités à jouer un rôle d'ambassadeur de la nouvelle marque alimentaire régionale dont le positionnement est « Vrai par nature » qui montre l'engagement de la région et des acteurs de l'alimentation (producteurs et transformateurs) pour évoluer vers une restauration quotidienne et touristique plus naturelle et ancrée dans le territoire. La marque fait également écho à l'image de notre région comme « Jardin de la France » et constitue une invitation à venir le découvrir et le déguster.

- La Plateforme des produits locaux : quand l'idée régionale prend forme

Mise en place en deux semaines, par une collaboration intense entre la Région et ses partenaires, la plateforme régionale d'approvisionnement en produits frais et locaux a répondu à une demande des citoyens, au début de la période de confinement.

Cette plateforme permet de promouvoir les produits locaux, de mieux connaître nos fournisseurs, et elle constitue un cercle vertueux pour la restauration traditionnelle : les restaurateurs peuvent ainsi valoriser « leurs » producteurs, et inciter leurs clients à découvrir leurs exploitations ; les agriculteurs, à leur tour, peuvent indiquer à leurs visiteurs les restaurants où déguster leurs productions.

- **Agritourisme : Des séjours au vert**

La Région est partenaire des deux principaux réseaux d'accueil et de vente à la ferme : Bienvenue à la Ferme (réseau animé par la Chambre Régionale d'Agriculture) et Accueil Paysan.

L'agritourisme, au-delà de la vente à la ferme (y compris par la forme, plus récente, du « drive-in »), représente une source de diversification et de revenu complémentaire pour les agriculteurs. C'est aussi une formule d'hébergement de plus en plus prisée par les citadins soucieux de se mettre au vert et de redécouvrir la nature, le travail des champs.

Le Comité Régional du Tourisme valorisera, sous la marque « en roue libre », des suggestions de séjours et d'expériences à la ferme : hébergement, restauration (table paysanne, panier pique-nique, apéritif ou goûter fermier...), ateliers et animations diverses proposés à la clientèle.

Une charte de l'accueil de l'agritourisme en région permettra de travailler sur l'amélioration de la qualité des séjours à la ferme. Les actions en faveur de la transition écologique des hébergements seront valorisées dans le cadre de la démarche individuelle et territoriale accompagnée par la région.

- **Goût de France 2021 : un an pour mieux transformer l'essai**

La manifestation Goût de France, qui aurait dû se tenir le 16 avril, a été reportée à l'an prochain, en raison du coronavirus. Le Centre-Val de Loire devait être la région mise à l'honneur lors d'un événement national sur les Champs-Élysées à Paris, et dans les ambassades de France à l'étranger (« Good France »).

L'ambassadeur régional de la gastronomie, Christophe HAY, Chef doublement étoilé, et les restaurateurs qui devaient être partie prenante de cette opération de promotion internationale restent mobilisés. Ils se préparent pour communiquer, en 2021, sur notre région qui où l'art de vivre est « Vrai par nature ».

- **Suivi des mesures et approche Budgétaire :**

L'ensemble de ces actions seront intégrées dans la COP Région et les indicateurs de suivi-évaluation de la stratégie régionale du tourisme seront adaptés pour apprécier l'évolution des pratiques et l'impact des mesures sur le bien-être des visiteurs, la pérennité des emplois et des entreprises, la consommation locale générée par le tourisme et la diminution de l'empreinte écologique.

L'investissement régional mobilisé pour le plan de relance est estimé à **3,5 M€**, répartis entre les mesures de soutien économique (environ 2 M€ hors Fonds de Solidarité nationale), les actions de promotion et de stimulation de la demande (environ 1 M€) et l'accompagnement post-covid (0,5 M€).