

# Schéma départemental de Développement Touristique (2023-2027)

*My*  
**haute-loire**  
LE SECRET LE MIEUX GARDÉ D'AUVERGNE

 **Haute-Loire**  
LE DÉPARTEMENT

# L'offre touristique en Haute-Loire



**LA RESTAURATION**  
DU GASTRONOMIQUE À  
LA RESTAURATION RAPIDE

**523** structures  
**77** distinctions

## LES HÉBERGEMENTS

M A R C H A N D S

NON MARCHANDS

RÉSIDENCES SECONDAIRES

**1 685** structures  
**34 320** lits

**23 161** structures  
**104 224** lits estimés

## DES LABELS POUR LA PLEINE NATURE



# LES VILLAGES ALTILIGÉRIENS



**VILLAGES  
LABELLISÉS**

PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE



**VILLAGES  
LABELLISÉS**

PETITES CITÉS DE CARACTÈRE

**2 501 EMPLOIS**

**AU COURS DU 2<sup>E</sup> TRIMESTRE**

(au plus fort de l'année) entre avril et juin

**4 707 000**

nuitées touristes

**18 %**

nuitées étrangères



**LE POIDS TOTAL DU TOURISME  
EN HAUTE-LOIRE EST ESTIMÉ  
À PLUS DE 500 MILLIONS €**



Lors de la séance budgétaire du 20 décembre 2021, l'Assemblée Départementale a approuvé la mise en place d'un nouveau Schéma Départemental de Développement Touristique dont les objectifs s'inscrivent dans le projet de mandat : Cap 2030 – Développer et partager la fierté d'appartenance à la Haute-Loire en renforçant l'attractivité et la valorisation de « l'expérience Haute-Loire » pour en augmenter les retombées économiques et améliorer le cadre de vie des habitants.

Le cabinet ATEMIA - bureau d'études spécialisé en tourisme, environnement, évènements et culture - qui a réalisé le précédent schéma, a été choisi comme assistant à maîtrise d'ouvrage pour conduire le travail autour de cette stratégie en étroite collaboration avec la MDDT, les Services du département et le Conseil de Destination.

Le nouveau schéma proposé est un outil structurant qui a vocation à consolider les actions du précédent schéma et à identifier de nouveaux objectifs touristiques stratégiques de notre territoire et à les décliner de manière opérationnelle.

Pour cela, le Cabinet ATEMIA a mené un travail d'actualisation pendant le printemps et l'été 2022. Il a rencontré les différents acteurs du tourisme (élus et socio-professionnels) sur l'ensemble des territoires du département, afin de réaliser l'évaluation du dernier schéma dans le cadre d'un diagnostic touristique et d'une analyse du contexte macro touristique.

Ces rencontres ont permis de faire part de propositions d'orientations stratégiques et marketing pour les prochaines années. Ces propositions ont ainsi été débattues avec les acteurs touristiques et les Territoires à l'occasion d'un Conseil de Destination élargi.



**Les principales orientations  
de ce programme pour les  
prochaines années qui vous  
sont proposées aujourd'hui,  
confirment que...**

# ... le schéma actualisé 2023 - 2027 poursuivra les efforts engagés :

**en matière de gouvernance**  
avec le maintien du Conseil  
de Destination



**en matière de renforcement  
de l'observation touristique**  
pour l'analyse économique  
avec le maintien du dispositif  
partagé Flux Vision

**en matière de marketing**  
avec la double prise de parole  
en fonction des cibles et des  
marchés (My HauteLoire et  
Auvergne Destination)

**My  
haute-loire**  
LE SECRET LE MEUX GARDÉ D'Auvergne

**Auvergne  
Destination**

**en matière de présentation  
de l'offre** au travers des  
3 univers "montagnes et  
volcans", "sources et fleuves  
sauvages", "culture et  
chemins" et des expériences  
offertes aux visiteurs

*Explorer*

& PARTIR À L'AVENTURE



*Découvrir*

& COMPRENDRE LE TERRITOIRE



*Profiter*

& LÂCHER PRISE



**en matière de clientèles cibles** et de marchés géographiques  
prioritaires



**FAMILLE  
AVEC ENFANT  
DE 3 À 15 ANS**



**JEUNE SÉNIOR  
ACTIF**



**GRUPE  
CONSTITUÉ**



**PRATIQUANTS  
AFFINITAIRES  
(GRANDE RANDONNÉE,  
TRAIL, VTT)**

## HAUTE-LOIRE



### MARCHÉ #1

Lyon / Saint-Etienne / Clermont-Ferrand



### MARCHÉ #2

Valence / Montpellier / Nîmes / Marseille



### MARCHÉ #3

Villes de bord de Loire (Nantes, Tours, Orléans)

## AUVERGNE



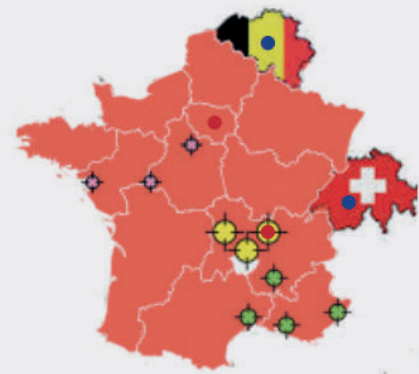
### MARCHÉ #1

Paris/Lyon



### MARCHÉ #2

Belgique/Suisse



La filière **Activités  
Patrimoniales et Culturelles**  
sera renforcée, notamment  
en matière de valorisation  
des plus beaux villages de  
France, des petites cités de  
caractère et des savoir-faire  
(Axe2 ci-après)

La filière **Mobilité** sera  
pleinement intégrée dans  
l'AXE 3 ci-dessous sur le  
tourisme durable



# ... le schéma actualisé 2023-2027 propose la création de 4 nouveaux axes stratégiques avec un enjeu transversal.

## AXE 1

Maintenir et faire évoluer la filière Activités de Pleine Nature

## AXE 2

Valoriser le tissu industriel, agricole, artisanal et gastronomique altiligérien

## AXE 3

Devenir une destination référente en matière de tourisme durable

## AXE 4

Mettre le numérique au cœur de la promotion du tourisme, des patrimoines et des savoir-faire

## AXE TRANSVERSAL

Réussir le pari de la qualité en engageant toute la chaîne de valeur dans une logique d'excellence

**13 actions concrètes** ont été élaborées et sont présentées en détail ci-après :

## AXE 1 : MAINTENIR ET FAIRE ÉVOLUER LA FILIÈRE ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### ACTION 1.1 LA QUALITÉ DANS LA PRATIQUE DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

#### Objectifs

- Améliorer et renforcer la qualité dans la pratique des activités de pleine nature

#### Contenu de l'action

Une vigilance toute particulière doit être portée à la préservation de la qualité pour éviter les dégradations des sites naturels où sont pratiqués tous types d'activités de pleine nature (randonnée, escalade, trail, vélo/VTT/cyclisme, via ferrata...) et répondre aux attentes des visiteurs :

- A. Réaffirmer le label Respirando** comme critère obligatoire pour toute activité de pleine nature souhaitant être référencée, promue et soutenue par le Département. Faire évoluer la démarche Respirando pour la positionner comme démarche unique de qualité au sein de la Haute-Loire ;
- B. Améliorer, voire renforcer les exigences du label Respirando** en harmonisant le travail selon les différentes filières et en intégrant des critères nouveaux liés au développement durable ;
- C. Réaffirmer le rôle de la CDESI :**
  - » L'identifier comme l'instance de coordination et de dialogue privilégiée dans le contrôle et le suivi des activités de pleine nature.
  - » Définir un suivi plus régulier des itinéraires de Grande Randonnée, des itinéraires de PR et des itinéraires vélo/VTT. Celle-ci se réunira plusieurs fois par an pour anticiper et/ou gérer les problématiques de sur fréquentation et conflits d'usage (accueil des hébergeurs, cohabitation habitants/pratiquants...).
- D. Maintenir un soutien aux investissements liés aux offres de services** (parking, toilettes) pour les sites déjà structurés ou en cours d'installation ;
- E. Développer les notions de vigilance et de prévention en systématisant l'outil Suricate** pour veiller aux situations de sur-fréquentation et dégradation des sites naturels.



## **ACTION 1.2** FLUIDIFIER LE PARCOURS CLIENT EN FACILITANT L'ACCÈS À LA RÉSERVATION DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### *Objectifs*

- Améliorer la visibilité des offres d'Activités de Pleine Nature
- Faciliter la commercialisation des offres d'Activités de Pleine Nature

### *Contenu de l'action*

L'offre d'activités de pleine nature en Haute-Loire est très riche et répartie sur tout le territoire ce qui rend difficile la visibilité et la réservation pour le client. Concentrer sur un espace et faciliter la réservation des activités de pleine nature permettraient de fluidifier le parcours client :

- A. Améliorer la visibilité des offres Outdoor** en mettant en place et gérant une plateforme en lien avec Apidae (Géotrek) ;
- B. Intensifier la place de marché pour la vente en ligne Open Expériences ;**
- C. Mise en place de partenariats avec les OTA (Online Tourism Agency) susceptibles de commercialiser des offres packagées (principalement une offre d'hébergement) ;**
- D. S'ouvrir à des partenariats possibles avec des opérateurs privés qui proposent des solutions de commercialisation des offres d'activités :**
  - » Mise en place et gestion de la plateforme APIDAE qui centralise les offres d'APN ;
  - » Intégration de nouvelles offres APN dans la place de marché pour la vente en ligne ;
  - » Lancement d'une plateforme numérique d'accélération à la commercialisation des offres d'APN : agrégation des offres APN et réservation des offres d'APN par l'intermédiaire des hébergeurs partenaires de la plateforme ;
  - » Création de partenariats avec des OTAs et commercialisation des activités de pleine nature.



### **ACTION 1.3** INNOVER EN PROPOSANT DES PRODUITS NOUVEAUX AUTOUR DES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

#### *Objectifs*

- Positionner la Haute-Loire en une destination vélo en lien avec le schéma départemental en cours
- Proposer de nouveaux produits autour de l'itinérance multimodale et de la microaventure
- Développer une offre d'activités de pleine nature adaptée à la clientèle famille et néo-pratiquants
- Intégrer le numérique dans l'offre des activités de pleine nature

#### *Contenu de l'action*

Les attentes des clientèles, touristiques comme locales, évoluent et leur attrait pour les espaces naturels et les activités de pleine nature se renforce. Nombreuses sont les destinations qui sont positionnées autour de ces pratiques en sites naturels et il convient pour la Haute-Loire d'innover en proposant des produits nouveaux afin de se différencier sensiblement de ses concurrents :

- A. Positionner la Haute-Loire comme une destination vélo :** Réalisation et aménagement des infrastructures, mise en place d'une offre de service cohérente, labellisation des hébergeurs et prestataires touristiques (Accueil vélo, FFVélo, établissements GTHL...) et des itinéraires (label « Grande Traversée de la Haute-Loire, territoire Vélo), promotion de la Haute-Loire comme une destination vélo ;
- B. Proposer de nouveaux produits autour de l'itinérance multimodale et de la microaventure :** identifier toutes les connexions possibles en modes doux entre les pépites du département, composer des parcours mêlant diverses pratiques itinérantes (train, vélo, marche, bateau, canoë...), diverses activités de pleine nature et divers hébergements dont des aires de bivouac aménagés, mettre en synergie les différents territoires, via les Conseils de Destination, pour favoriser ces connexions ;
- C. Développer une offre d'activités de pleine nature adaptée à la clientèle famille et aux néo-pratiquants :** identifier des activités de pleine nature accessibles pour les familles et néo-pratiquants sur le territoire (niveau facile/débutant), sensibiliser sur les bonnes pratiques à respecter pour réaliser ces activités (online via le site du département et les sites des prestataires / offline sur le site de l'activité via de l'affichage), créer des produits packagés avec hébergements adaptés à ces clientèles ;
- D. Intégrer le numérique dans l'offre des activités de pleine nature :** toucher un public jeune ou urbain par l'intermédiaire de parcours numériques ludiques en pleine nature. *En lien avec action 4.2.*
  - » Escape Game outdoor comme [l'Explor Games](#), un jeu d'aventure scénarisé qui se déroule en extérieur et thématisé selon le territoire. 3 niveaux de jeu : découverte, aventure, immersion. Peut permettre de faire passer des messages de sensibilisation également, à travers les thématiques/énigmes développées dans le jeu.
  - » Circuit découverte à VTT électrique avec tablettes tactiles fixées sur le VTTAE comme le [circuit de Nina L'Hermine \(Géopark des Bauges\)](#).



## AXE 2 : VALORISER LE TISSU INDUSTRIEL, AGRICOLE, ARTISANAL ET GASTRONOME ALTILIGÉRIEN

### ACTION 2.1 POSITIONNER LE TERRITOIRE DANS UNE DÉMARCHE EXPÉRIMENTALE AUTOUR DU TOURISME DE DÉCOUVERTE ÉCONOMIQUE

#### Objectifs

- Devenir un territoire pilote du tourisme de découverte économique/tourisme de savoir-faire de la région Auvergne Rhône-Alpes

#### Contenu de l'action

Le tourisme de savoir-faire constitue en France une filière touristique d'exception (15 millions de visiteurs chaque année dans 2000 entreprises) qui est soutenue par les ministères en charge du tourisme dans une volonté de valoriser le savoir-faire français, les produits fabriqués en France et les territoires. La demande de la part des clientèles (touristiques mais aussi locales) est forte et le Département de la Haute-Loire recèle d'entreprises multiples (industrielles, agricoles, artisanales, en lien avec la gastronomie...) qui gagneraient à être valorisées par une démarche expérimentale autour du tourisme de découverte économique :

### ACTION 2.2 CRÉER UN SERVICE DEDIE D'ACCOMPAGNEMENT A LA MISE EN TOURISME DES ENTREPRISES ALTILIGÉRIENNES

#### Objectifs

- Accompagner les entreprises altiligériennes dans la mise en tourisme de leur savoir-faire

#### Contenu de l'action

Les entreprises de Haute-Loire sont confrontées à des difficultés notables lorsqu'il s'agit d'ouvrir leurs portes au public : disponibilité, sécurité, confidentialité, compétence en matière d'accueil de public... Pour valoriser au mieux les savoir-faire divers et variés des entreprises altiligériennes :

- Répondre à l'AMI « Fonds Tourisme de savoir-faire »** pour financer l'accompagnement de PME et TPE dans leur projet d'ouverture au public : le plan Destination France prévoit le déploiement d'un fonds Tourisme de savoir-faire doté de 5 millions d'€ destiné à concrétiser les projets d'ouverture au public d'au moins 100 TPE-PME sur des territoires aujourd'hui peu fréquentés. Ces projets peuvent être portés à titre individuel ou dans le cadre de groupements réunissant plusieurs entreprises et visant notamment à créer sur un territoire des circuits touristiques thématiques autour de la visite d'entreprise. Aide maximale par projet d'entreprise : 50 000€ avec possibilité d'aide de la région pour abonder et déployer localement ce fonds.  
Identifier quelques entreprises locomotives du territoire qui pourraient répondre à cet AMI ;
- Prévoir un soutien complet du Département à la mise en tourisme des entreprises altiligériennes** : ingénierie, communication/promotion, accompagnement financier, formations à l'accueil des publics...
  - » Identifier des entreprises susceptibles de proposer une offre et les inciter à ouvrir leur porte sous différentes formes : visites régulières, manifestations temporaires, interventions/participation à des cycles conférences, journée portes ouvertes...Travail important de recensement "porte à porte" des entreprises intéressées par cette démarche. Prévoir une présentation détaillée des dispositifs possibles pour engager les entreprises ;
  - » Développer la formation des entreprises aux compétences requises pour la valorisation touristique de leurs activités : accueil du public, montage de visites touristiques, traduction en langues étrangères, marketing (communication, prix, distribution, cibles/marchés...) ;
  - » Pallier le « manque à gagner de production » par des aides financières : financement du recrutement d'une personne dédiée à l'animation du site, mise aux normes pour conversion en ERP, outil de réservation en ligne... ;
  - » Inspirer les entreprises dans la création de leur offre touristique : mise en place d'ateliers, accueil de conférences, parcours de visite, participation aux journées du patrimoine...



## **ACTION 2.3** FAVORISER LA MISE EN RÉSEAU DES ACTEURS POUR STRUCTURER UNE OFFRE DE TOURISME DE DÉCOUVERTE ÉCONOMIQUE

### *Objectifs*

- Centraliser l'ensemble de l'offre des savoir-faire altiligériens pour structurer la filière de tourisme de découverte économique
- Répondre aux attentes des clientèles par une offre de tourisme de découverte économique adéquate

### *Contenu de l'action*

Une centralisation numérique de l'offre des savoir-faire altiligériens permettrait de structurer la filière de tourisme de découverte économique :

#### **A. Réaliser un site vitrine digital dédié de tous les savoir-faire présents au sein du Département :**

- » Recenser l'ensemble de l'offre autour des savoir-faire industriels, agricoles, artisanaux et gastronomes mais aussi artisanaux ;
- » Créer une carte géographique de la visite d'entreprises ;
- » Publier un guide de la visite d'entreprises / du tourisme de savoir-faire en Haute-Loire (web/print) ;

#### **B. Travailler sur de nouvelles approches par parcours clients :**

- » Prévoir des partenariats entre entreprises / activités / hébergeurs / restaurateurs / transports pour proposer des produits packagés ;
- » Concevoir des séjours inspirants autour du tourisme de savoir-faire :
  - » *par savoir-faire (industrie, artisanat, agriculture...)* ;
  - » *par thématique (brasseries de bière, créateurs de bijoux, plasturgie, textile, visites de fermes...)* ;
  - » *par profil de clientèles (familles, urbains, jeunes, scolaires...)* ;
  - » *par territoires* ;
  - » *par durée de séjour* ;
  - » *en itinérance : l'itinéraire des savoir-faire de Haute-Loire. Possibilité d'hybrider des activités de pleine nature et de découverte des savoir-faire.*
- » Favoriser la réservation en ligne des produits packagés et des séjours inspirants sur le site grand public My Haute-Loire (en lien avec action 1.2).

#### **C. Événementiel :**

- » Recenser l'ensemble des initiatives existantes en matière d'événementiel liée au tourisme d'affaires ;

## AXE 3 : DEVENIR UNE DESTINATION RÉFÉRENTE EN MATIÈRE DE TOURISME DURABLE

### ACTION 3.1 SENSIBILISER LES TOURISTES ET LES HABITANTS DU DÉPARTEMENT AUX ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

#### Objectifs

- Sensibiliser les touristes et les habitants aux enjeux du tourisme durable et les engager dans des comportements plus responsables

#### Contenu de l'action

Les visiteurs, tout comme les habitants, peuvent avoir un impact non négligeable sur le territoire qu'ils visitent si leur comportement n'est pas cohérent avec les enjeux actuels du développement durable (préservation de l'environnement, acceptabilité sociale du tourisme, retombées économiques sur le territoire...). Des actions de sensibilisation permettraient de limiter cet impact et avoir une portée positive :

- Flécher la taxe de séjour supplémentaire vers le financement de projets en lien avec le développement durable sur le territoire et sensibiliser les habitants des territoires et les visiteurs à la protection et la mise en valeur des sites :** l'augmentation de la taxe de séjour pourrait bénéficier à des projets de développement durable et donner du sens à la dépense du visiteur. A titre d'exemple, le financement d'opérations relatives à la forêt altiligérienne comme puits de carbone ou à des projets de préservation de la ressource en eau pourraient être très porteurs en termes d'image et valorisés dans le parcours touristique avec des sites accessibles et visitables. Adoption en cours d'un outil pour systématiser la collecte de la taxe de séjour dans les territoires ;
- Adapter la communication/promotion autour des enjeux du tourisme responsable et des engagements du schéma :** une tonalité de communication à adapter avec les enjeux actuels et les attentes des clientèles. Cette communication doit révéler le positionnement naturel de la Haute-Loire comme destination référente en matière de tourisme durable et le fort niveau d'engagement des actions mises en place par la Haute-Loire dans ce sens : charte du visiteur responsable, guide pratique de l'offre et de l'animation durable de la destination, campagnes de sensibilisation au respect des espaces naturels... ;
- Créer une charte de « l'expérience visiteur »** à destination des visiteurs de la Haute-Loire pour favoriser l'expérience globale du visiteur et le responsabiliser durant tout son séjour. Une expérience de séjour singulière et unique, orientée sur une découverte responsable de la richesse du territoire : les grands paysages, la nature, l'histoire humaine...



## **ACTION 3.2** SENSIBILISER L'ENSEMBLE DES ACTEURS TOURISTIQUES AUX ENJEUX DU TOURISME DURABLE ET RENFORCER LES ACTIONS COLLECTIVES

### *Objectifs*

- Faire monter en compétences les acteurs touristiques du territoire sur les enjeux du tourisme durable
- Agir collectivement pour répondre aux enjeux du tourisme durable

### *Contenu de l'action*

Pour être une destination référente en matière de tourisme durable, il est nécessaire que les acteurs qui participent, à différentes échelles, à l'attractivité touristique incarnent ces valeurs. Outre la nécessaire mise à niveau globale des acteurs en matière d'accueil touristique, une montée en compétences sur les enjeux du tourisme durable couplée à un renforcement des actions collectives font sens pour se positionner comme destination responsable :

- Prévoir des cycles de formation et de sensibilisation** par un autre organisme (régional : Trajectoire Tourisme, privé : AteMia) ou par la MDDT en partenariat avec la Région, la CCI et d'autres acteurs pour diffuser à un public professionnel large les éléments essentiels autour du tourisme durable. Cette offre peut se matérialiser par une plateforme de formation en ligne à destination des acteurs professionnels du tourisme ;
- Partage d'expérience entre pairs** en s'appuyant sur les acteurs qui excellent déjà dans des pratiques de tourisme durable, nombreux sur le territoire (socioprofessionnels, CCI). Cette sous action peut se concrétiser par l'organisation d'éductours et de "Visite chez..." pour favoriser les synergies entre acteurs et inciter à l'action ;
- Positionner le Département et la MDDT en tant que facilitateurs** auprès des acteurs privés et publics pour obtenir des financements.





### **ACTION 3.3** TRAVAILLER SUR LA CRITÉRISATION DES OFFRES ÉLIGIBLES AUX AIDES TOURISME POUR GARANTIR LEUR COMPATIBILITÉ AVEC LES ENJEUX DE TRANSITION

#### *Objectifs*

- Encourager les professionnels du tourisme à respecter des critères d'éco-responsabilité dans leurs actions et projets touristiques

#### *Contenu de l'action*

L'écoconditionnalité est un mécanisme qui lie le financement public des entreprises au respect de l'environnement. L'écoconditionnalité prend place dans le débat sur les objectifs, les mécanismes et le financement de la transition écologique. Un programme de financement qui intègre une mesure d'écoconditionnalité doit satisfaire aux conditions suivantes :

- » soutenir une activité économique ou une activité de développement ;
- » offrir une aide directe aux entreprises ou à un secteur d'activité.

(Extrait du rapport d'information sur la conditionnalité des aides publiques aux entreprises de l'Assemblée Nationale).

- A.** Afin de permettre une meilleure prise en compte des critères de développement durable dans les projets touristiques accompagnés par le département de la Haute-Loire, **l'attribution des aides publiques aux professionnels du tourisme devrait être conditionnée au respect d'un certain nombre de critères d'éco-responsabilité** (conditionnalité ou bonification) ;
- B. Disposer de critères d'éco-responsabilité concernant les maîtres d'ouvrages publics et privés du département de la Haute-Loire :** les aménagements et équipements touristiques, les sites de visite naturels ou culturels, les hébergements touristiques, les prestataires d'activités, les restaurants, les Offices de Tourisme...  
Repartir de la base travaillée par le Service Sport Loisirs Tourisme de la Haute-Loire et la décliner sur l'ensemble des services touristiques ([Eco-conditionnalité des aides aux meublés de tourisme, chambres d'hôtes, hôtellerie de plein air, villages et centres de vacances, campings à la ferme, fermes auberge](#) – service Sports Loisirs Tourisme de Haute-Loire).



### **ACTION 3.4** AGIR SUR LES MOBILITÉS EN TRAVAILLANT A LA DÉCARBONATION DES MOYENS DE TRANSPORTS TOURISTIQUES

#### *Objectifs*

- Expérimenter des solutions innovantes qui intègrent les spécificités rurales et montagnardes du territoire en matière d'éco-mobilité

#### *Contenu de l'action*

Le transport est responsable de 80 % des émissions de gaz à effet de serre générées par un séjour touristique : c'est donc le véritable point noir en matière de développement durable sur lequel il est primordial d'agir pour que l'impact soit efficace. Les publics, jeunes et urbains notamment, se déplacent de plus en plus sans voiture et sont en attente de connexions efficaces pour rejoindre leur lieu de vacances et se déplacer une fois sur place au sein de la destination. Des solutions de mobilité innovantes et décarbonées peuvent permettre de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, tout en prenant en compte les spécificités rurales et montagnardes de la Haute-Loire :

- » **Développer la mobilité électrique** : emplacement de bornes de recharges de véhicules électriques chez les hébergeurs (*en lien avec l'opération Déploiement d'un réseau public de bornes de recharge pour véhicules électriques du CPER 2021-2027*) ;
- » **Renforcer les déplacements à vélo, notamment électriques au cours du séjour** (*en lien avec le schéma départemental vélo*) ;
- » **Encourager la multimodalité touristique** : développer et harmoniser le réseau de bus et de train pour combiner les différents transports ;
- » **Favoriser la mobilité partagée** : création d'aires de covoiturage, application de covoiturage locale, autopartage de voitures Citiz, partage de voitures professionnelles à des visiteurs pendant les périodes de congés... ;
- » **Intégration d'un « bonus vert » / d'une tarification incitative** pour les clientèles venues en vélo ou en train : 10% de réduction sur le tarif des chambres.

#### *Indicateurs de réussite*

- Création de bornes de recharge électriques disposées chez les hébergeurs touristiques ;
- Augmentation et harmonisation des navettes de bus permettant de rejoindre les sites touristiques clés du département ;
- Déploiement de l'usage du vélo comme alternative à la voiture grâce à la réalisation des actions du schéma départemental vélo ;
- Renforcement des covoiturages ou location de voitures partagées.

## AXE 4 : METTRE LE NUMÉRIQUE AU CŒUR DE LA PROMOTION DU TOURISME, DE LA CULTURE, DES PATRIMOINES NATURELS ET DES SAVOIR-FAIRE.

### ACTION 4.1 CONSOLIDER LA CHAPELLE NUMÉRIQUE COMME ATOUT MAJEUR DES SAVOIR-FAIRE DE LA HAUTE-LOIRE

#### Objectifs

- Renouveler l'offre de spectacles de la chapelle numérique pour garder l'attrait touristique du site
- Mettre la chapelle numérique au service des territoires

#### Contenu de l'action

- A. Réalisation d'un nouveau show de mise en valeur de l'espace touristique départemental ;**
- B. Mettre la chapelle numérique au service des territoires et faire le lien avec les projets numériques existants :** prendre exemple sur les réussites de la chapelle numérique, la positionner comme un lieu de réseau des territoires souhaitant développer leurs projets numériques.

### ACTION 4.2 VALORISER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES, PATRIMONIALES ET CULTURELLES DU DÉPARTEMENT PAR L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE

#### Objectifs

- Toucher des publics sensibles aux nouvelles technologies et les inciter à la visite de sites et/ou la pratique d'activités en Haute-Loire
- Renouveler l'offre touristique en développant des produits innovants

#### Contenu de l'action

- A. Recenser et accompagner les territoires ayant des projets de sites numériques ambitieux :** Aurec-sur-Loire, gorges de l'Allier, Auzon... *En lien avec l'action 4.1 : la chapelle numérique ;*
- B. Créer des jeux et outils pédagogiques** au service des professionnels des territoires et des expériences clients. *En lien avec l'action 1.3 : APN et numérique ;*
- C. Proposer des formations spécifiques au digital et au numérique pour les socioprofessionnels du territoire**  
Exemple : développer son site internet, utiliser les réseaux sociaux dans la promotion de son offre...

## ACTION TRANSVERSALE : RÉUSSIR LE PARI DE LA QUALITÉ EN ENGAGEANT TOUTE LA CHAÎNE TOURISTIQUE DANS UNE LOGIQUE D'EXCELLENCE

#### Objectifs

- Détenir une charte qualité de référence qui préside à chaque aménagement touristique et qui serve de référentiel à 100% des acteurs touristiques altiligériens

#### Contenu de l'action

*Un axe transversal, en lien avec les axes 1 et 3.*

**La création d'une charte qualité** qui préside à chaque aménagement touristique et serve de référentiel commun permettrait de traiter de manière harmonieuse tous les éléments conditionnant l'expérience de visite (signalétique, stationnement, modalités d'accueil...) et garantir une qualité globale et uniforme sur le territoire de la Haute-Loire. Cette charte sera basée sur des critères indispensables liés à la préservation de l'environnement et de la biodiversité, au respect des habitants et des sites, aux règles de bonne conduite en espaces naturels... Cette charte sera implantée sur l'ensemble des sites de pratique ainsi que sur les outils de communication adaptés (sites internet, brochures touristiques...) et un référent sera désigné pour la coordination de la charte qualité.

**CONTACT**

Mission Départementale  
de Développement Touristique  
Pôle Communication Marketing

Hôtel du Département  
43000 LE PUY EN VELAY

[contact@myhauteloire.fr](mailto:contact@myhauteloire.fr)

Tel. : 04 71 07 41 65

My  
**hauteloire**

le  
**secret**  
le mieux gardé  
**d'Auvergne**

[myhauteloire.fr](http://myhauteloire.fr)

 Haute-Loire  
LE DÉPARTEMENT