



COMPTE-RENDU DESTINATION SANCERRE & LA LOIRE

ATELIER PARTICIPATIF CAP 2028 – « OFFRONS À NOS VISITEURS UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE »

Afin d'élaborer son plan d'action touristique en préparation de l'année Bourges Capitale Européenne de la Culture 2028, Tourisme & Territoires du Cher a organisé 4 ateliers participatifs avec acteurs du tourisme dans le Cher, afin de recueillir leurs idées et avis sur cette année clef, qui verra le territoire connaître un sursaut de fréquentation qu'il s'agira de pérenniser.

L'objectif est d'améliorer globalement toutes les étapes du parcours visiteur, afin d'assurer un séjour de grande qualité, donner une belle image de notre territoire, et donner envie de revenir. L'Ad2T a pour ambition de vous aider à garantir la satisfaction globale de vos visiteurs et cela répond à 2 des 3 axes identifiés par l'Agence, à savoir : jouer la carte de l'hospitalité pour fidéliser et conquérir avant, pendant et après 2028 ; faciliter l'expérience client.

L'atelier participatif de la destination Sancerre et la Loire a eu lieu le 2 avril 2025, à la salle des fêtes de Groises. Nous avons posé 2 questions principales aux acteurs : « **Comment faire de Bourges 2028 un levier d'attractivité touristique sur l'ensemble des destinations ?** », travaillée par le biais d'une réflexion collective, et « **Quels sont les leviers d'amélioration de la satisfaction des visiteurs à chaque étape de son parcours ?** », travaillée sous la forme d'une discussion ouverte en petites groupes. Les acteurs avaient également la possibilité de prioriser les idées, afin d'identifier les enjeux les plus importants.

Nous vous présentons ici les réflexions des acteurs touristiques de la destination Sancerre et la Loire, ainsi qu'une analyse de ces propositions.

PARTIE 1 : PREMIÈRE QUESTION : COMMENT FAIRE DE BOURGES 2028 UN LEVIER D'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE POUR TOUT LE DÉPARTEMENT ?

Les trois thématiques prioritaires à développer selon les acteurs de la destination Sancerre & la Loire sont la **communication**, la **mobilité** et les **événements**.

- **VEILLER À AMÉLIORER TOUS LES ASPECTS DE LA
COMMUNICATION (COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE)**

Concernant la **communication**, les acteurs voudraient **inciter les socio-professionnels et les partenaires à utiliser le bouche-à-oreille**, c'est-à-dire les inciter à parler de la dynamique touristique B28 à leurs clients et à leurs ami.es dans le but d'une « irrigation des informations et lieux à visiter auprès des acteurs » et des visiteurs. De même, ils aimeraient **inciter les socio-professionnels du tourisme rural à être présents lors des vernissages et des événements urbains**, dans un objectif de réseautage. Les acteurs suggèrent de travailler avec des **influenceurs français et internationaux**, afin de faire une promotion de B28 dans toute l'Europe (sans se concentrer uniquement sur une promotion à l'échelle nationale).

Les acteurs désireraient qu'un **kit de communication à destination des socio-professionnels du tourisme** soit élaboré, pour une cohérence et une harmonisation de l'ensemble de la communication, pour utiliser les mêmes éléments de langage et pour avoir un discours commun.

Les acteurs souhaiteraient que **les Offices de Tourisme soient des intermédiaires pour la communication sur et avec les autres territoires du département**, dans un objectif de meilleure communication générale. En plus des Offices de Tourisme comme intermédiaires, les acteurs proposent la création de **points d'information touristiques locaux**. Ils voudraient aussi que la

communication réalisée pour B28 ne se concentre pas uniquement sur les événements B28 à Bourges, mais **comprenne également les événements B28 en dehors de Bourges**. Pour cela, les acteurs suggèrent la création d'un **site Internet dédié à l'offre touristique autour de B28**. Il faudrait également **inciter les socio-professionnels du tourisme à utiliser les réseaux sociaux et les outils numériques** d'une manière générale pour communiquer sur toute l'offre B28.

Des vêtements et/ou des goodies estampillés B28 pourraient être donnés aux acteurs en lien avec B28, pour que les socio-professionnels et les visiteurs les reconnaissent facilement.

Il faudrait **améliorer et renforcer la signalisation sur les routes** selon les acteurs, c'est-à-dire qu'il y ait un meilleur fléchage et de meilleures indications des lieux touristiques, des restaurants ou encore des hébergements.

Enfin, selon les acteurs il faudrait **traduire, au minimum en anglais et si possible dans d'autres langues**, les sites Internet, les brochures, les panneaux d'indication, en d'autres termes **tous les supports de communication**.

- **METTRE EN ŒUVRE LE PLUS DE MOYENS DE TRANSPORT EN MOBILITÉ DOUCE POSSIBLE**

Concernant la **mobilité**, les acteurs souhaiteraient développer des **promenades le long de la Loire** (sur le modèle de la Loire à vélo), en partant d'Apremont-sur-Allier pour aller jusqu'à Sancerre. De même, les acteurs voudraient **que les voies navigables soient réhabilitées** (pour celles où ce n'est pas le cas) ; par exemple, il a été suggéré d'utiliser le canal nivernais et la Loire pour pouvoir aller de Nevers à Bourges et inversement par voie fluviale.

Les acteurs voudraient que des **navettes gratuites proposant des parcours touristiques** soient mises en œuvre. Ils aimeraient également que les **trajets en train soient gratuits**. Ils souhaiteraient que **l'offre de mobilité ferroviaire avec les gares de la matrice B28 soit accrue** (notamment pour faciliter la venue des visiteurs étrangers dans le Cher) en créant des lignes de

trains avec ces gares ; en parallèle, les acteurs demandent **que la gare de Sancerre soit réhabilitée**. Plus généralement, ils voudraient que les touristes soient **incités à utiliser le plus possible des moyens de transport doux** (transports en commun, véhicules électriques, vélos) ; dans cette perspective, développer les **locations de véhicules électriques** serait une piste. Si les moyens de transport proposés ne peuvent pas être gratuits, les acteurs souhaiteraient qu'ils soient **les plus accessibles** possibles en proposant des **tarifs peu élevés**.

Si une plateforme de réservation commune dédiée à B28 est créée, selon les acteurs il faudrait **proposer des offres de transport les plus proches des lieux d'hébergement précédemment réservés par les visiteurs sur cette plateforme** (par exemple pour éviter de proposer une offre de transport incluant train et voiture alors qu'il serait possible de proposer une offre incluant train et bus ou navette). Pour cela, les acteurs suggèrent la **création un algorithme ou un logiciel 'intelligent' qui reconnaîtrait les itinéraires les plus pertinents en fonction des modes de transport doux disponibles**.

Enfin, les acteurs recommandent la création de **points d'entrée sur le territoire** pour faciliter la mise en place de bus, de navettes, de circuits vélos et/ou fluviaux.

- **PROPOSER DES ÉVÉNEMENTS POUR TOUS ET PARTOUT**

Il faudrait selon les acteurs des **événements pour tous les publics** (séniors, enfants, ados, PMR...), et **organiser des événements sur tout le territoire**, pas seulement à Bourges. Parmi ces événements, de **grandes fêtes** pourraient être organisées régulièrement sur le territoire, par exemple des **banquets**.

Les acteurs de la destination Sancerre & la Loire ont également réfléchi sur d'**autres thématiques** qui n'ont cependant pas été jugées comme les trois thématiques prioritaires. Nous les avons classées ici par ordre d'importance, selon le classement établi durant l'atelier participatif :

- **HARMONISER L'ACCUEIL DES TOURISTES ET CRÉER AUTANT QUE POSSIBLE DES LIENS ENTRE LES SITES TOURISTIQUES**

Concernant **l'offre** et la qualité des services proposés, les acteurs voudraient faire en sorte de **faciliter les réservations**, c'est-à-dire que les visiteurs puissent réserver facilement leur moyen de transport (pour se rendre à Bourges ou pour se déplacer dans le département), leur hébergement, ainsi que les événements auxquels ils voudront assister.

Il a été suggéré comme évoqué précédemment de créer **un seul site de réservation** et également de **former aux langues étrangères** les socio-professionnels sur ces sites touristiques. La **formation** (technique ou linguistique par exemple) et le **recrutement de personnel** devrait être **anticipés le plus en amont possible de B28**, selon les besoins prévus par les socio-professionnels. De même, les acteurs estiment qu'il faudrait **prendre le temps d'analyser et de répondre aux avis de la clientèle** pour mieux comprendre leurs attentes et mieux adapter l'offre.

De la même manière, il faudrait selon les acteurs créer des **standards d'accueil communs à tous les socio-professionnels** (en plus des éléments de langage et du discours communs), notamment bien **connaître les atouts des territoires alentours** (à la fois bien connaître la destination Sancerre et la Loire et au moins connaître les sites touristiques principaux dans le cas où les touristes poseraient des questions) et bien **connaître les lieux culturels** (c'est-à-dire avoir au moins une idée de l'offre culturelle proposée), y compris les lieux culturels locaux.

Les acteurs voudraient mettre en place des **parcours thématiques autour de l'art et/ou des paysages dans les rues des villages et des villes** de Sancerre et de la Loire selon les souhaits et les moyens de chaque commune. De même, il a été suggéré de créer des **circuits inter-villages ou inter-villes en fonction d'une ou plusieurs thématiques** (par exemple un circuit sur le thème de la céramique).

Il a été suggéré de créer **un guide touristique ou un carnet de séjour dédié à B28** listant de la manière la plus exhaustive possible les hébergements, les activités, les événements et les restaurants disponibles sur le territoire, ainsi que des parcours touristiques déjà pensés que les visiteurs pourraient suivre selon leurs envies, leurs centres d'intérêt ou le temps qu'ils ont à accorder à ce parcours.

Les acteurs souhaiteraient que les offres soient calibrées pour être **en cohérence avec les valeurs B28**, c'est-à-dire des offres **les plus bas carbone possible**.

- **METTRE EN AVANT LE PATRIMOINE CULINAIRE LOCAL ET PRENDRE SOIN DE L'ACCUEIL DES TOURISTES**

Concernant la **restauration**, les acteurs souhaiteraient mettre en avant **les produits et les producteurs locaux lors des événements et des vernissages en lien avec B28**.

Ils ont également insisté sur **l'importance d'un accueil soigné**.

Si celui-ci est mis en place, **les restaurateurs devraient être inclus dans le kit communication** à destination des socio-professionnels, ou a minima les restaurants devront avoir une **stratégie de communication définie**, notamment pour leur communication numérique.

Les **menus** devraient être **traduits**, et devraient comporter des **offres d'alimentation végétariennes** ; les acteurs voudraient aussi **que le plus de produits possibles soient issus de circuits courts** (en cohérence avec les valeurs de B28).

- **ANIMER LES HÉBERGEMENTS POUR FAVORISER L'IMMERSION DES TOURISTES**

Concernant **l'hébergement**, les acteurs voudraient proposer des **animations et/ou des thématiques** autour de l'art, de la nature ou encore de la

musique au sein des hébergements, **en lien avec les thèmes et événements proposés par B28.**

Sur le long terme, les acteurs aimeraient que la **reprise et/ou la transmission des hébergements touristiques soit accompagnée.**

- **PRENDRE EN COMPTE L'ACCESSIBILITÉ DANS LA CONCEPTION DES OFFRES TOURISTIQUES B28**

Concernant **l'accessibilité**, les acteurs désireraient **rendre accessibles à tous l'événement B28 et les offres touristiques autour de B28**, y compris les offres dans les territoires ruraux.

- **ORGANISER B28 COLLECTIVEMENT**

Concernant la **coordination** pour la préparation de B28, les acteurs souhaiteraient **créer des liens entre les socio-professionnels de tout le territoire et les Offices de Tourisme**, et d'une manière générale **créer un réseau de partenaires**, notamment dans l'objectif d'un bon partage d'informations entre tous, ainsi que pour réfléchir collectivement sur des idées de séjours clefs en main.

Les **habitants** devraient être **inclus dans ce réseau** de socio-professionnels et de partenaires, afin qu'ils soient aussi des ambassadeurs de B28.

Il faudrait également **impliquer les écoles et les groupes scolaires**, car ils sont « les adultes de demain » et qu'ils peuvent avoir un rôle à jouer dans la préparation de B28.

- **VALORISER LE PATRIMOINE CULTUREL ET TOURISTIQUE LOCAL**

Concernant la **valorisation** de notre territoire, les acteurs suggèrent qu'il y ait des **ambassadeurs officiels de B28** dans toutes les villes du département.

Il faudrait aussi valoriser le **patrimoine des villages** et les **lieux culturels locaux** selon les acteurs, ainsi que **se présenter comme un territoire et/ou une région verte**, c'est-à-dire **engagée sur la question du développement durable**

PARTIE 2 : DEUXIÈME QUESTION : QUELS SONT LES LEVIERS D'AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION DES VISITEURS À CHAQUE ÉTAPE DE SON PARCOURS ?

ETAPE 1 : AVANT LA VISITE :

- **Pour garantir une information (sur les horaires, tarifs et l'accessibilité) toujours à jour et facilement accessible**, les acteurs souhaiteraient :
 - Avoir une base de données touristiques à jour, autrement dit sensibiliser les acteurs du tourisme à être rigoureux sur la mise à jour de leurs données (qualité des données et régularité).
 - Tout centraliser sur une plateforme.
 - Diffuser l'information le plus largement possible, en utilisant le plus de canaux de diffusion/communication possible (réseaux sociaux, mailing, points d'information, goodies...).
- **Pour avoir des supports d'information clairs et faciles à utiliser pour les visiteurs**, les acteurs suggèrent :
 - Créer une carte interactive.
 - Inclure les informations sur la mobilité et les offres de transport disponibles dans les supports de communication.
 - Traduire les supports de communication.
 - Avoir les mêmes éléments de langage / le même discours.

- **Pour améliorer la diffusion de nos offres pour toucher efficacement les visiteurs**, les acteurs suggèrent :
 - Utiliser le plus de moyens de communication possible : réseaux sociaux, presse.
 - Multisupports (à la fois des outils numériques et des outils papier).
 - Centraliser l'information touristique et les réservations via un site Internet ou un autre outil Web.
 - Offres multilingues, faire attention à tout traduire a minima en anglais.
 - Créer une radio B28 / un podcast B28 / une gazette B28.

- **Pour faciliter la réservation pour nos visiteurs**, les acteurs suggèrent :
 - Un site Internet qui centralise l'offre d'acteurs engagés, et/ou un site de réservation dédié à l'offre touristique B28.

ETAPE 2 : ARRIVÉE ET ACCUEIL :

- **Pour lever les freins à la mobilité et à l'accessibilité touristique dans le département**, les acteurs suggèrent :
 - Navettes, location de vélos et de voitures, covoiturage...
 - Prévoir des grands parkings et points relais pour les navettes.
 - Avoir une offre accessible aux handicaps visibles et invisibles des visiteurs.
 - Avoir une plateforme unique pour répertorier l'offre existante en mobilité (trains, bus, navettes...).
 - Traduire les informations, former le personnel linguistiquement parlant.

- **Pour améliorer l'accueil des visiteurs dès leur arrivée pour le rendre plus chaleureux et efficace**, les acteurs suggèrent :
 - Créer un réseau d'ambassadeurs bénévoles B28 à l'échelle régionale.
 - Avoir une signalétique touristique spécifique à B28.
 - Formation des personnels (y compris une formation linguistique).

- **Pour mieux adapter notre accueil aux attentes des différents profils de clientèles**, les acteurs suggèrent :
 - Avoir une bonne connaissance de ces différents types de clientèles.
 - Avoir une bonne connaissance du réseau de prestataires et des activités pour mieux conseiller la clientèle.

- **Pour encourager et développer un accueil multilingue chez nos socio-professionnels**, les acteurs suggèrent :
 - Utiliser l'IA.
 - Formation linguistique auprès des socio-professionnels.
 - Proposer à des jeunes étrangers d'intervenir pour B28, dans le cadre d'échanges linguistiques, de séjours Erasmus et/ou de services civiques.
 - Tutoriels sur l'accueil multilingue et l'interculturalité ; encourager à s'informer sur les habitudes et les cultures des potentiels visiteurs étrangers (habitudes alimentaires, comportements spécifiques, tabous, us et coutumes...).
 - Avoir un moyen de reconnaissance pour les socio-professionnels ayant de bonnes aptitudes ou compétences linguistiques et pouvant venir en aide dans certaines situations d'incompréhension par exemple.

ETAPE 3 : EXPÉRIENCE SUR PLACE :

- **Pour enrichir l'offre de restauration et valoriser l'identité culinaire locale pour une expérience gastronomique plus attractive**, les acteurs suggèrent de :
 - Favoriser les circuits courts.
 - Proposer des plats-signature du Berry (vins et produits du territoire).
 - Création d'un parcours de vigneron ou d'une union viticole, ouvert toute l'année.
 - Proposer des restaurations dans les vignes.

- **Pour intégrer davantage de pratiques de tourisme durable pour renforcer la responsabilité et l'attractivité du territoire**, les acteurs suggèrent :
 - Des guides et du personnel pour sensibiliser et informer les visiteurs sur cette question ; de la même manière, sensibiliser et former les socio-professionnels du tourisme au développement durable.
 - Mettre en avant et communiquer sur les démarches liées au développement durable des territoires (producteurs locaux, marchés, activités le plus bas carbone possible, mobilités douces, hébergements les plus bas carbone possible...).

- **Pour améliorer l'expérience des visiteurs en identifiant et en réduisant les sources de frustration**, les acteurs suggèrent :
 - Coordonner les horaires ainsi que les jours d'ouverture et de fermeture des offres et des services (pour avoir une grande amplitude horaire et une continuité dans les offres et services).
 - Adapter les offres de restauration (locale, bio, carnée, végétarienne, vegan, allergies...).
 - Avoir un minimum de compétences linguistiques pour limiter les incompréhensions.
 - Suffisamment de places de stationnement.
 - Ne pas faire de promesses que l'on n'est pas sûr de tenir ; répondre aux questions des visiteurs dans la mesure de ses connaissances (ne pas donner de réponse si l'on n'est pas certain des informations).
 - Adapter la tarification (des tarifs adaptés pour tous les budgets).
 - Proposer des plans B (selon la météo ou le taux de remplissage des activités).
 - Organiser des temps d'échange entre les socio-professionnels.

- **Pour rendre l'expérience plus immersive et engageante grâce à des animations, des interactions et une personnalisation adaptée aux attentes des visiteurs, y compris en soirée**, les acteurs suggèrent :

- S'assurer de pouvoir fournir une offre de restauration à chaque événement (par exemple en invitant des foodtrucks).
- Donner du sens et créer un lien avec le territoire.
- Mettre en valeur les acteurs locaux engagés.

ETAPE 4 : APRÈS LA VISITE :

- **Pour renforcer le bouche-à-oreille en exploitant mieux les réseaux sociaux, les jeux concours et les offres de fidélité**, les acteurs suggèrent :
 - Encourager à prendre des photographies (il a été suggéré de faire un parcours sur l'ensemble du territoire avec des 'points de vue remarquables') ; faire un concours de photographies et de vidéos à poster sur les réseaux sociaux (avec un hashtag dédié, pour encourager les belles prises de vue).
 - Mettre en place une réduction après un premier achat pour le visiteur.
- **Comme actions à mettre en place pour donner envie aux visiteurs de revenir**, les acteurs suggèrent :
 - Prendre en compte et répondre aux avis clients ; inciter les visiteurs à en déposer.
 - Collecter les données des visiteurs pour ensuite mettre en place des actions de fidélisation (newsletter par exemple).
 - Assurer une bonne communication et continuer à publier du contenu autour de B28 sur les réseaux sociaux même après la fin de l'année B28.
 - Perpétuer des événements et spectacles après 2028.
- **Pour mieux utiliser les avis et les retours des visiteurs pour améliorer nos services et nos offres**, les acteurs suggèrent (par ordre d'importance) :
 - Diffuser le questionnaire sur B28 partout où cela est possible (sites Internet, lieux d'activité, hébergements, restaurants...).

- Avoir des questions sur l'avant, pendant et après séjour pour qualifier les retours.
 - Analyser les retours via de grands axes d'amélioration.
 - Avoir des temps d'échange réguliers pour s'améliorer tout au long du déroulement de B28.
 - Faire une réunion, une restitution et/ou un bilan de B28 (spécifiquement du point de vue du tourisme, avec les socio-professionnels du tourisme).
-
- **Pour améliorer notre stratégie pour inciter les visiteurs à laisser un avis en ligne et partager leur retour d'expérience**, les acteurs suggèrent :
 - QR codes dans des lieux stratégiques.
 - Faire un jeu concours pour gagner des places pour la cérémonie de clôture de B28 : un retour, un avis laissé = une participation au concours.
 - Faire une sorte de livre d'or en ligne, qui pourrait devenir à terme une œuvre plastique de B28.