

CONTRAT DE DEVELOPPEMENT DURABLE DE RHONE-ALPES PREPARATION DU VOLET TOURISME

Le prochain Contrat de Pays de Développement Durable du Roannais devra être opérationnel avant les élections régionales, donc validé par le comité de pilotage du Pays du 29 septembre 2009.

La commission tourisme du 30 avril a décidé de réfléchir par thèmes :

- L'offre de loisirs : 8 juin
- L'organisation des acteurs 18 juin
- L'offre d'hébergement : 6 juillet et présentation bilan du 23 janvier 2009

PREPARATION DU CDDRA : le Pays a défini les principes et axes qu'il souhaite pour son CDDRA :

5 principes de mise en œuvre de l'ensemble du CDDRA

- Contribuer à la lutte contre le changement climatique
- Miser sur l'innovation, la mise en réseau des acteurs et des entreprises
- Créer et faire vivre des partenariats avec les territoires voisins
- Renouveler le mode de gouvernance au sein du Pays
- Renforcer la centralité du Pays

Axe 1 : Faire du Roannais un espace économique à Haute Valeur Ajoutée

- Objectif 1.1 : Doper la croissance endogène du Roannais
- Objectif 1.2 : Construire une politique d'accueil offensive

Axe 2 : Faire du Roannais le Pays de la Haute Qualité de Vie

- Objectif 2.1 : S'appuyer sur le patrimoine du Roannais comme source de richesses
- Objectif 2.2 : Engager le Roannais vers une gestion maîtrisée de son espace

LE TOURISME dans le CDDRA

ELEMENTS DE CONTEXTE PRESENTES LORS DE LA COMMISSION TOURISME DU 30 AVRIL 2009

Contexte :

- Le tourisme dans le contrat : il n'y a pas eu une étude spécifique au tourisme : des enquêtes par le cabinet RCT et un constat sur le succès de cette action dans le précédent et contrat de Pays qui permet de capitaliser sur les résultats.
- Une étude sur la randonnée présentée fin 2008 avec un programme d'actions qu'il est logique d'introduire dans le contrat
- Une étude sur les produits identitaires du Roannais dans le cadre de l'ORC

Tendances du tourisme :

- Bipolarisation : haut de gamme ou pas cher / Arbitrage des dépenses : on part autant mais on dépense moins
- Explosion du tourisme de proximité : privilégier un tourisme de rencontres et de valeurs (le slow-tourisme...)
- Seniors
- E-tourisme : connectivité et communautés d'internautes
- Sensibilité aux risques, à la croissance des dépenses énergétiques et prise de conscience écologique
- Confusion et concurrence entre activités : bien-être, jardinage...
- Importance de l'accueil : « l'élément essentiel sera autant le site que l'hôte »
- Les destinations gagnantes s'inscrivent dans la **permanence** sur l'accueil, l'environnement, la rencontre, le patrimoine et dans le **mouvement** : offre revisitée, et enrichie en continu, innovation
- Première nécessité : repositionner le territoire en profondeur et réinvestir les offres : événementiels, écotourisme, modularité, qualification...

1^{ER} GROUPE DE TRAVAIL

8 JUIN 2009

« CONSTRUIRE L'OFFRE DE LOISIRS ATTRACTIVE DU ROANNAIS »

Présents :

Alain BAILLON, Gilles DUPIN, Jean-Pierre POYET, Michel PLUMEREAU, Marilyne CHAPUIS, Cécile TALON, C. MARTIN, R. BARBIER, Philippe VIAL, Alexandra DAVAL, MC Gros, Michel MAGOT-DUSSOT, C. DUREL, Romain BEAU, Bruno COASSY, Olivier RICHARD, Jacques QUEY, Delphine MOSNIER, D. SABY, Bernard BISSUEL, Ginette CHATILLON.

Excusés :

C. DUBOIS, D. MIGUET, P. CAIRE, N. PERRIN, C. POURROY, X. VALETTE.

Les étapes de la réflexion :

- 1) Affiner l'offre
- 2) Comment la mettre en regard des évolutions de la demande du marché
- 3) Faire des propositions d'actions pour arriver à mieux construire une offre qui aille des mots clefs d'internet (quoi mettre en avant) à la prestation réelle sur le territoire (comment orienter les projets)

Question cadre : comment démarquer le territoire par son offre touristique ?

Clientèle

Postulat de travailler sur la cible lyonnaise en priorité (mais pas exclusivement)

Clientèle en croissance : les seniors compris dans la dénomination « couples sans enfants »

Autres Clientèles cibles : familles, tribus

Méthode : un questionnaire est proposé aux participants dont l'analyse est proposée ci-dessous

1. Tourisme Roannais et Développement durable

Le tourisme relève à la base de 2 pratiques : un déplacement et une expérience. Sur ces deux aspects, un ensemble de leviers peuvent être actionnés, soit comme finalité, soit comme moyen.

Comme finalité : l'engagement « désintéressé » du territoire

Comme moyen d'attractivité : un territoire exemplaire qui fait envie et propose une expérience

Volet solidarité et lien social

- Valorisation du milieu rural et des patrimoines locaux => développement endogène
 - Solidarité entre territoires du Roannais, en fonction de leurs propres atouts et handicaps (proximité autoroute, offre déjà bien constituée ou pas ...) => objectif d'équilibrage
- Accessibilité géographique (proximité), accessibilité des publics handicapés et modestes (rapport qualité-prix du Roannais)

Volet environnement

- Aspect déplacement
 - Entre les sites, complémentarité des modes de déplacement
 - Avec la région d'origine : proximité des bassins émetteurs
 - Comme activité, modes de déplacement doux : canal, VTT, vélo-routes, randonnée...
- Aspect hébergement :
 - comme moyen : insolite, proche de la nature,
 - Comme finalité : économe, accessible, HQE...
- Aspect protection des milieux : attention aux sites fragiles, intégrer les contraintes lors de la réalisation de visites (gravière aux oiseaux de Mably)
- Aspect pédagogie :
 - formation et information
 - Découverte des milieux : offre guide nature, randonnées sur la thématique de l'environnement (gravières, tourbières, espaces naturels sensibles, tour de la Loire...)

- Expériences proposées du consommer local, cuisiner et faire soi-même (stages, initiation au dd) « Faire du Roannais une terre d'initiation au Développement Durable »

Volet développement économique

- Valorisation des ressources locales : la valeur ajoutée est locale, le tourisme comme débouché des productions locales, circuits courts, produits avec un label d'origine
- Valorisation de l'échange, économie non marchande

Volet gouvernance

- Démarche résolue vers la mutualisation des acteurs, l'information, la recherche d'efficacité de la dépense publique.
- Evaluation : mise en place d'un observatoire global. Objectif presque atteint de mise en place de la taxe de séjour comme mode de financement du développement touristique et comme indicateur d'efficacité.
- Pérennisation : la garantie de pérennisation relèvera plus de décisions locales au vu du travail effectué et d'une recherche de simplification des mécanismes (structuration)

Volet validité

- Mise en place effective grâce au contrat du pôle de promotion et création du pôle de chargé de mission, remplacement progressif des aides de la Région par la prise en charge de la partie fonctionnement par des financements locaux.
- Pérennisation des politiques de développement touristique de façon générale avec une réflexion sur l'évaluation et des indicateurs de retombée économiques. L'objectif étant au final l'accroissement de la plus-value apportée par le tourisme.

2. Le Roannais touristique dans 6 ans

Général :

Les professionnels du tourisme vivent bien de leur activité

Le Roannais est connu et reconnu comme territoire touristique, proche, comme « terre d'initiation et d'expérience », un Pays où il fait bon vivre.

Unité de l'organisation touristique grâce à des partenariats qui s'articule autour d'une structure unique.

L'offre

- Offre toute saison et pour tout public
 - Ludique pour la famille
 - Culturel et gastronomie pour couples et seniors
 - Sportive pour le public sportif
- Offre fleuve + vélo + train, chemin gourmand des vignes
- Retour aux sources, à la convivialité et simplicité, proposition de découvertes de « l'âme du Roannais ».
- Déplacement facile entre les sites

3. Qu'est-ce qui fait la spécificité du Roannais au regard des régions comparables en distance et en offre

NATURE

- La variété et la qualité des paysages, riches et préservés, -et à préserver-
- Les nombreux sentiers, les forêts, la moyenne montagne, le fleuve Loire et le canal

PATRIMOINE SPECIFIQUE

- Textile : histoire commune avec Lyon
- Architecture : religieux (la Bénission-Dieu, Charlieu, Ambierle, Pommiers...) Historique avec démarche « les villages de caractère », 4 villages sur la Côte roannaise

POSITION GEOGRAPHIQUE

- Triangle entre St Etienne et Lyon et Clermont Ferrand : bassin de clientèle potentiel de 3,5 Millions d'habitants, accessibilité croissante.

ANIMATIONS

- Rando-campagnardes, Le Bien Vivre, Gastronomie abordable, les vins de la Côte roannaise, tous les produits locaux sur place.

LES SPECIFICITES A METTRE EN AVANT :

- Le dépaysement à 1H de Lyon
- Le bien vivre : bien manger, bien se déplacer, un « retour aux sources « la culture « paysanne »,

4. Que manque-t-il ?

Sur la communication :

- Une identité touristique, 1 mot qui résume le Roannais, qui ne dénature pas la réalité et un besoin de communication encore plus offensive.
- Une signalétique notamment pour le patrimoine et la Loire

Sur l'offre :

- Un lieu de baignade, une Loire propre
- Un concept innovant de restauration moyen de gamme
- Une spécialité gastronomique autour d'un folklore
- Un accueil handicapé généralisé
- Des hébergements atypiques, de charmes...
- Quelques produits d'appel
- Des déplacements doux construits à partir d'une gare.
- Des sites animés, supports d'événementiels qui sont une fin en soi –animer les sites, créer une attractivité touristique- et portent la promotion du Roannais.

Invités : commission tourisme

Présents : Ginette CHATILLON, Alain BAILLON, Michel DANIERE, Cécile TALON, Michèle GARNIER, Véronique CHASSAIN, Romain BEAU, Alexandra DAVAL.

Excusés : Pascale CAIRE, Jacques QUEY

Les objectifs atteints :

Le Roannais s'est doté d'un outil de commercialisation et de promotion propre et d'un organigramme globalement mis en œuvre et approuvé

- L'outil de promotion est le pôle de promotion avec un chargé de promotion
- L'outil de commercialisation est Escapades en Roannais avec un permanent
- Un poste mutualisé a été créé pour répondre aux besoins communs des 2 structures
- Le financement est assuré par les EPCI via une convention respectivement entre les EPCI et le pôle, entre les EPCI et le Pôle et entre le pôle et la CCI.
- Les acteurs sont regroupés dans un même lieu, le Château de Roanne
- L'accueil physique et téléphonique est assuré par chaque OTSI

1. **Pérennisation** du dispositif ainsi que sa meilleure lisibilité suppose un interlocuteur commun non associatif (qui pourrait être le Pays : objectif centraliser les participations des communautés de communes et les reverser- à affiner)

2. **Accueil :**

- Encore de trop nombreuses petites structures, notamment les syndicats d'initiatives qui disposent de peu de moyens et peinent à assurer la collecte de l'info et les missions d'accueil local.
- Pas de n° de téléphone unique où le client puisse trouver toute l'information sur le Roannais (constat issu de l'étude randonnée, où aucun OTSI n'est en mesure de répondre à une demande de randonnée sur un autre territoire que le sien)
- Mutation des métiers de l'accueil touristique : le travail de collecte et de saisie de données numériques toujours plus incontournable pour s'adapter aux pratiques concurrence parfois le travail d'accueil physique
- Pas suffisamment de « conscience Roannais » qui est le seul niveau pertinent de construction d'une offre qui est ensuite promue : les OTSI pourraient participer davantage aux éductours proposés qui leur permettrait d'avoir une véritable connaissance de l'ensemble du territoire.
=> Proposer des éductours spécifiques OTSI par territoire ou par thématique
=> Proposer à terme un n° de téléphone unique d'information touristique

Objectif : arriver à un niveau d'accueil roannais performant

3. **Suivi de la demande et de l'achat d'un client :**

- Globalement les missions de promotion et de commercialisation sont bien assurées par les deux structures qui en ont la charge au niveau du Roannais.
- En revanche on constate un manque de lien avec Roannais tout Sourire et avec l'aménagement.
- Il y a risque de perte de contact entre la promotion et la commercialisation en cas de recherche « d'hébergement sec ». une solution reste à trouver pour concrétiser l'acte d'achat, avec la réservation en ligne éventuellement.

4. **Professionnalisation :**

- **Roannais Tout Sourire** : l'objectif demeure la professionnalisation des professionnels du tourisme. Mais aujourd'hui, vers quoi doit-on aller compte tenu de la nouvelle démarche qualité « Qualité tourisme ».

Roannais Tout Sourire doit elle devenir une marque Roannais, qui fait la promotion de ses adhérents, parallèle à d'autres marques, ou veut-on simplement que le maximum de professionnels soit performant pour assurer un ensemble de prestations touristique garanties aux touristes ?

- Les structures locales (EPCI, OTSI) commencent à bien connaître les pôles de promotion et commercialisation ; en revanche elles ont beaucoup moins le réflexe Roannais Tout Sourire pour la professionnalisation.
- Les professionnels se perdent dans les différentes adhésions : leur OT, RTS...le Pôle même s'il n'y a pas d'adhésion à leur niveau
- Ne pas oublier les missions de la Cci dans la construction des projets touristique, le conseil aux entreprises au-delà de Roannais Tout Sourire

5. **Rapprochement de la commercialisation / promotion :**

- Souhait de simplicité dans le fonctionnement, par exemple avoir une structure unique.
- A condition de conserver la souplesse que requiert la commercialisation qui poursuit un objectif commercial de « faire du chiffre » et pour cela doit être libre de sélectionner ses produits, en effet Escapades n'a pas vocation à l'exhaustivité comme le Pôle. Elle ne vend que ses adhérents, mais sur un périmètre plus large. Il lui faut donc une souplesse qui n'est pas forcément compatible avec les exigences de neutralité d'un pôle de promotion, comme de celui d'un office de tourisme
- Pour autant on peut légitimement souhaiter encore plus de lisibilité, et n'avoir qu'un interlocuteur identifié au niveau du Roannais pour le développement touristique. Cela pourrait s'intituler « Roannais Tourisme » et avoir un volet promotion et un volet commercial, le client ne faisant pas la différence à priori.

**Objectif : aller vers une structure unique de commercialisation-
professionnalisation**

6. **Observatoire**

- Il ne s'agit pas de créer un observatoire à l'échelle du Roannais, mais de formaliser un tableau de bord annuel qui regrouperait en un seul document toutes les données des différents organismes collecteurs (=> qui fait le suivi)

7. **La conception des produits :**

- Le Roannais dispose d'un potentiel certain qui a été réaffirmé lors de la commission tourisme. Pour autant, se démarquer de ses concurrents et afficher une véritable lisibilité, nécessitera la création de produits innovants avec un travail sur le couple produit-communication. Il pourra s'agir d'un travail ponctuel d'accompagnement pour mettre en lien, tricoter des projets sur mesure, etc. Il ne faut pas se limiter à de l'innovation dans le message mais construire de la nouveauté dans l'offre.

8. **Reste à traiter :**

- Salon du tourisme : financement et moyen humains
- Les moyens dédiés au tourisme : vigilance sur la mobilisation des collectivités

3^{EME} GROUPE DE TRAVAIL
6 JUILLET 2009
L'OFFRE D'HEBERGEMENT

Présents :

Alain BAILLON-Pays, Carine BERTRAND-Gîtes de France, Eliane BURTHIER-Accueil Paysan, Corine BONNIER-Loire hébergements collectifs/Loire destination groupes, Maryline CHAPUIS-Grand Roanne, Romain BEAU-Escapades en Roannais, Olivier RICHARD-pôle de promotion, Delphine MOSNIER-CCOR, Véronique CHASSAIN-CCI, Ginette CHATILLON-CCI-Escapades, Christelle DE VILLELE-Clévacances, Jacques QUEY-CLD, Jacques MANGIN-CCI,

Excusés :

Alexandra DAVAL-Copler, Cécile ANGELONI-Conseil général, Carine DUBOIS-CCCR, Pascale CAIRE-Pays de Charlieu, Myriam MARECHAL-VALS D'AIX, Xavier VALETTE, Catherine WATEL-chambres d'hôtes du Roannais, Cécile TALON-RT

1) Tour de table des labels et types d'hébergement

- Accueil paysan : assez peu présent dans la Loire ; complémentaire à Gîtes de France. Réservation directe par téléphone, pas de structure technique, pas de réservation sur le site internet : ce sont les adhérents qui gèrent le label. Existe internationalement. Label assez « militant » par rapport à un accueil axé sur le monde paysan comme son nom l'indique.
- Gîtes de France : 479 hébergements dans la Loire (soit 156 en Roannais : 106 gîtes ruraux, 37 chambres d'hôtes dont 17 avec la table d'hôtes, 9 gîtes de groupe, 2 campings et 2 gîtes d'enfants). Une Qualification Ecogîte® applicable à l'ensemble des formules d'accueil agréées par le réseau "Gîtes de France®".
- Clévacances : 52 sites dans le Roannais ; évolution vers des HLL, des hébergements insolites ; Développement durable : priorité à la qualité thermique plutôt que sur les énergies nouvelles, lié à l'aménagement de l'habitation principale. 3 chartes thématiques : tourisme d'affaire, pêche, Bacchus.
- Loire hébergement collectif : 2 sur le Roannais ; forte demande sur des groupes de 40 à 60 personnes. De plus en plus de demande de tribus sur des week end, ponts... ces équipements autrefois utilisés par le tourisme associatif constatent un glissement vers les classes et tranches d'âges supérieures : recherche de tarifs, de salles à louer, de tourisme sportif. Globalement on constate un manque de visibilité de l'offre. Il existe aussi des structures Gîtes de France qui ne sont pas identifiées comme hébergement collectif, ce sont les gîtes d'étapes, gîtes de groupes.
- Hôtellerie : étude conduite en mai – juin 2009 par la CCI du Roannais -Grand Roanne-ADEL.
 - Synthèse de l'étude "hôtellerie" : 33 hôtels classés sur l'arrondissement de Roanne (765 chambres). 18 hôtels classés sur l'agglomération de Roanne (+ Parigny, Perreux, Saint Romain la Motte) (611 chambres), près de 80% des hôtels de l'agglomération impliqués dans des chaînes volontaires ou intégrées, des rénovations hôtelières à poursuivre (offre hétérogène avec quasi absence d'hôtellerie de caractère, absence d'équipements de bien-être, prestations aqualudiques dans les hôtels, manque d'équipements de confort / modernité - écran plat, couettes...), des interrogations quant à l'adaptabilité de nombreux établissements concernant les normes de sécurité et d'accessibilité, un parc hôtelier ayant subi de multiples améliorations ces dernières années, un turn-over récent et conséquent des propriétaires et globalement un manque de capacité d'investissement pour les hôteliers.
 - Données qui ressortent de l'étude : optimisation à faire concernant le renvoi de la clientèle entre hôteliers de l'arrondissement (nécessité de raisonner sur l'ensemble du Roannais et pas seulement agglomération de Roanne) ; demande d'homogénéisation de la taxe de séjour ; étudier les possibilités de réservation d'hôtels par Escapades en Roannais pour augmenter la commercialisation des hôtels.
- Roannais Tout sourire : un focus a été fait sur les audits qualité des hébergeurs adhérents à Roannais Tout Sourire. Les points à améliorer sont : la signalétique d'accès, l'accueil téléphonique, l'affichage, l'animation des sites, la traduction en langue étrangère et les moyens de paiement.



- Escapades en Roannais : constat d'une demande d'hébergement atypique (attention aux effets de mode) ; travaille principalement avec les 2 et 3 *. La spécificité de l'hébergement en Roannais à mettre en avant est le bon rapport qualité-prix.
- Campings : problème de leur qualité et leur adéquation avec la demande actuelle. Voir pour une expertise soit globale soit partielle.

2) Problématiques communes

- a. L'accompagnement et le conseil extérieur
- b. La proposition aux handicapés de matériels spécifiques qui pourraient être mutualisés entre plusieurs hébergeurs
- c. L'information des hébergeurs via la diffusion des documents

BILAN HEBERGEMENT COMMISSION 30 JANVIER 2009

Actualisé en juillet 2009

Cette analyse croise les données issues des statistiques de l'observatoire départemental comparé entre 2004 et 2008 sur le territoire du Roannais. On obtient une évolution de la capacité d'hébergement par typologie, secteur du Roannais, classement. Ces données sont mises en relation avec les places créées aidées par la Région dans le cadre du CDPRA sur le volet tourisme. Résultats présentés le 30 janvier 2009 en commission tourisme.

L'aide du contrat au 22/07/2009 :

Taux moyen 16 % Montant investi : **4 150 813 €** montant attribué : **654 266 €**

363 places créées sur l'ensemble du Roannais ; 1 800 € à la place de gîte ou chambre créé

Perte de 214 places d'hôtel (cf. étude hôtel)

1) Evolution capacité d'hébergement en Roannais

Avec les campings, on passe de 6283 à 6428 en 4 ans, soit 145 ou 2,3 % de progression. L'aide du contrat affectant l'évolution des places d'hébergement porte sur les gîtes et chambres d'hôtes labélisées. Les places d'aires de camping-car créées ne sont pas comptabilisées. Sans les campings on passe de 3 116 à 3 506 places soit + 10 %

Gîtes et chambres :

On comptait 719 places chambres et gîtes en 2004, 1116 en 2008, ce qui fait une progression de 390 places de soit une augmentation de 54 % en 4 ans. L'hébergement collectifs a progressé de 95 places sans aide soit 15 %.

Les hôtels

Pendant les créations de places en gîtes, chambres d'hôtes et hébergements collectifs compensent à peine la perte des hôtels : - 214 soit - 10 hôtels.

L'aide du contrat a changé la configuration de l'hébergement et permis de minimiser la perte de capacité d'accueil des places en hôtellerie par une compensation sur la quantité et la qualité de l'hébergement rural.

Aujourd'hui, l'offre d'hébergement du Roannais se caractérise par une forte proportion de gîtes et de chambres de bonne qualité, ce qui correspond à la demande de la clientèle du Roannais.

Par secteur du Roannais : progression de l'hébergement touristique en milieu très rural. (Urfé, La Pacaudière et Vals d'Aix) et diminution en milieu urbain du fait de la baisse des hôtels (Roanne et Charlieu : la fermeture d'un hôtel n'a pas été compensée par la création d'hébergement rural, déjà assez faible.) On constate un démarrage sur le secteur de Balbigny (anticipation de l'arrivée de L'A89).

2) Evolution de la qualification

3 constats majeurs

- Forte diminution des établissements non classés : on peut supposer que les hôtels qui ont disparu sont ceux qui n'étaient pas classés (cause ou conséquences ?)
- Forte augmentation des 3 étoiles – épis – clés : notamment sur les gîtes 3 épis.
- Légère augmentation des 4 étoiles – épis : notamment pour les chambres d'hôtes

3) Perspectives et analyse

Dans le CDPRA, le positionnement du Roannais était « campagne et terroir ». L'objectif de thématisation n'a été que peu atteint : deux gîtes de pêche. Le potentiel sur les clientèles de proximité sera renforcé dans le contexte d'évolution des prix des déplacements. Le Roannais devra jouer à fond les séjours courts pour les clientèles lyonnaises à la recherche de ressourcement à des prix raisonnables et dans un environnement de campagne et moyenne montagne « habitée » et identitaire : gastronomie, viticulture, agrotourisme, village de caractère, fluvial, pêche... Déjà initié dans le contrat de Pays, la recherche d'une thématisation et de propositions insolites d'hébergement devrait être renforcée. Si l'augmentation de la capacité d'offre d'hébergement n'est pas abandonnée, notamment sur certains types d'hébergement comme l'hôtellerie, ou sur certains secteurs plutôt dépourvus (Charlieu, Balbigny), il reste que l'offre d'hébergement reste le cœur de la rentabilité du développement touristique et doit démontrer sa capacité d'adaptation à la demande de la clientèle : proposition d'insolite, de découverte, de prise en charge en lien avec les activités proposées.

Par exemple cela peut consister à articuler les créations ou développement d'hébergement avec le programme d'actions liées à la randonnée, à la pêche, à l'agrotourisme...

A priori les bons résultats de fréquentation des gîtes et Chambres d'hôtes du Roannais par rapport au département de la Loire laissent supposer que le territoire n'est pas en surcapacité.

Une attention particulière sera portée à la mise en place d'indicateurs en contrepartie de l'aide apportée aux porteurs de projets, parallèlement à la généralisation de la taxe de séjour sur l'ensemble des territoires du Roannais.

Objectif global sur le prochain contrat :

Objectif général proposé : améliorer la qualité globale et l'adaptation de l'hébergement touristique

- **Hôtels :**
 - **A partir des résultats de l'étude hôtellerie :**
 - **En priorité, maintenir et qualifier l'existant**
 - **Eventuellement, augmenter la quantité globale de l'offre hôtelière**
- **Gîtes et chambres d'hôtes**
 - **Assurer le renouvellement en créant des places qualifiées et thématisées avec des porteurs de projets impliqués dans les dynamiques touristiques du territoire (Roannais Tout Sourire, adhésion OT ...)**
 - **Rénover l'existant**
 - **Création sur les secteurs peu pourvus ou à proximité de sites structurants**
- **Hébergement collectif / campings**
 - **Besoin de création ou /et rénovation**

Annexe

Tendance de l'évolution de la capacité d'hébergement touristique en Roannais de 2004 à 2008

	Balbig ny	Belmo nt	CCO R	Charlie u	COPL E R	Côte Roannai se	Grand Roann e	La Pacaudiè re	Perreu x	Urf é	Vals d'Ai x	total
2004	179	158	163	215	256	388	926	142	283	217	189	3116
2008	185	176	190	221	313	437	864	224	320	302	274	3506
évolution	6	18	27	6	57	49	-62	82	37	85	85	390
aidées par CDPRA	19	4	12	6	51	21	16	25	39	40	88	321
% de progression 2008/2004	3%	11%	17%	3%	22%	13%	-7%	58%	13%	39%	45%	13%

Nombre de places totales par territoire sans les campings

