



Action Cœur de Ville de Chinon – Volet tourisme

Phase 2 – Scénario d'amélioration

Pour le compte de : *Chinon Cœur de Ville*



Juin 2019



Hotel, Tourism and Leisure

PHASE 2

SCENARIO D'AMELIORATION

1. Enseignements du diagnostic

Un mix patrimoine et gastronomie intéressant, une ville médiévale à voir

Chinon dispose d'importants atouts

- une attraction majeure, la **forteresse royale**, seule forteresse médiévale du Val de Loire (121 000 vis.), récemment mise en lumière
- un **centre-ville médiéval à taille humaine**, doté d'une **offre d'hébergements touristiques** et de **restaurants** permettant de faire de Chinon une **destination de séjour**
- une **histoire** riche (Rabelais, Jeanne d'Arc, Plantagenêt)
- un **patrimoine viticole** et une **gastronomie appréciée**
- Une situation sur les parcours touristiques du Val de Loire, notamment **la Loire à Vélo**

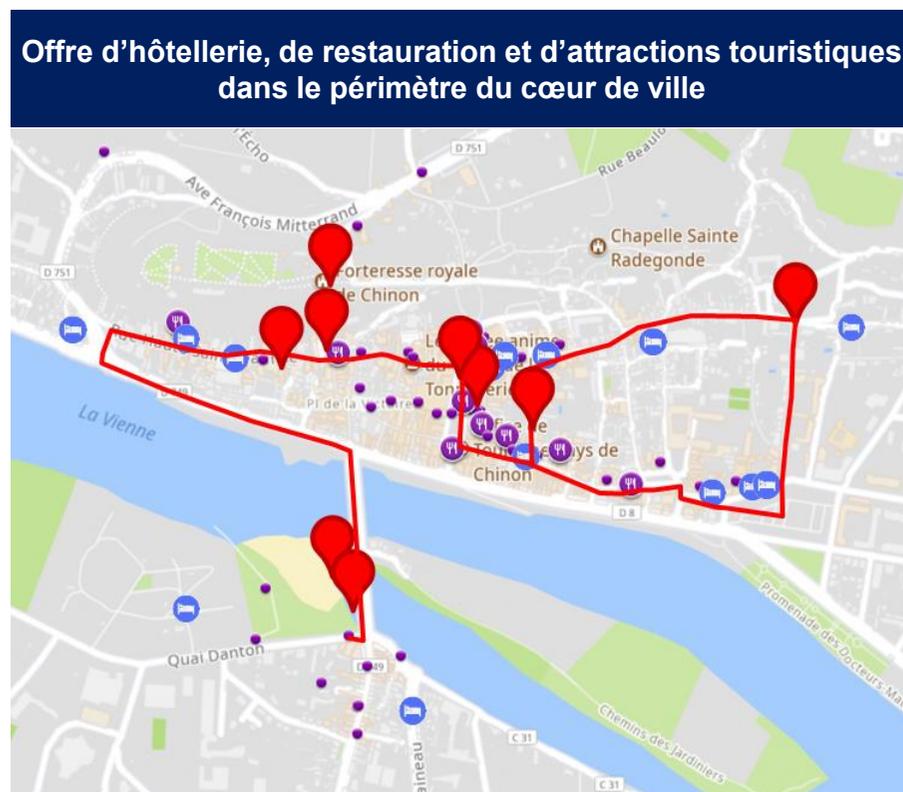
Mais un centre-ville qui peut être davantage mis en tourisme

- Un parcours d'art et d'histoire a été mis en place, mais la richesse du centre-ville reste globalement méconnue et pourrait être davantage mise en valeur.

Une offre d'activités relativement limitée

- Quelques sites culturels, mais qui ne font pas suffisamment destination
- Des activités nautiques
- Peu d'animations

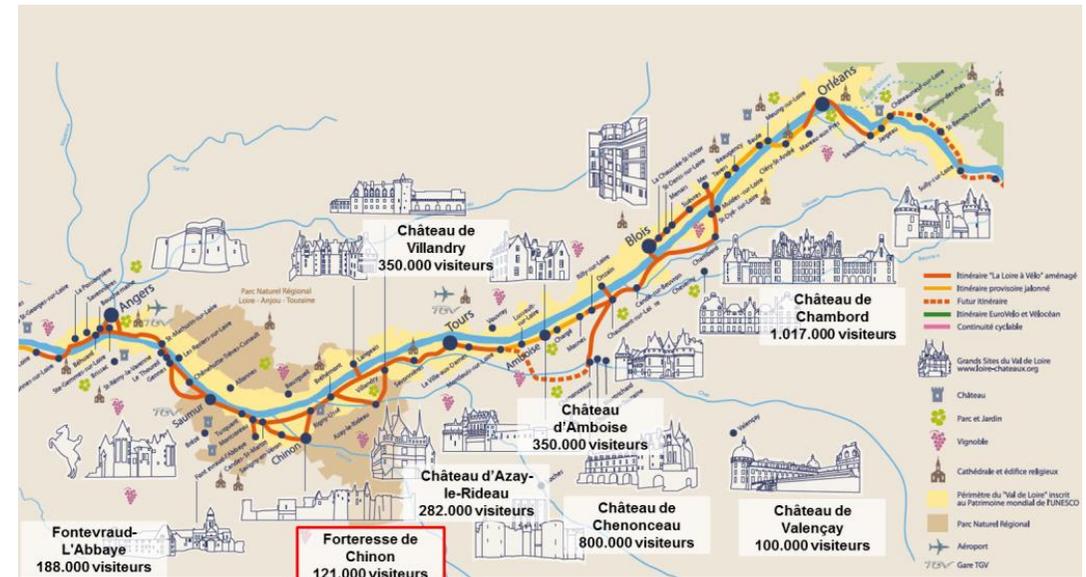
- Une destination offrant les atouts pour constituer une base de séjour ou une étape
- Un enjeu de valorisation et d'animation de la balade urbaine et du patrimoine, et de développement des activités
- Des initiatives intéressantes (mise en lumière, art et artisanat, nautisme...) à renforcer, et une offre d'activités à structurer



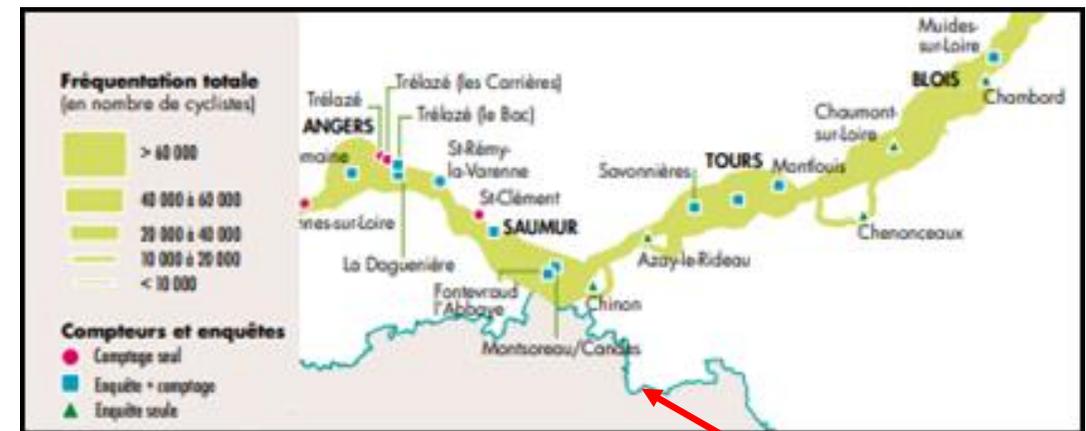
Mais un contexte touristique fortement concurrentiel

Un enjeu d'affirmer son caractère différenciant et de développer l'offre d'activités

- Malgré ces atouts, la ville peine à « exister » face aux grands sites du Val de Loire, d'autant plus que Chinon se situe en fin de parcours.
- La région possède **plus de 70 lieux et monuments d'exception**, ce qui rend le contexte touristique très concurrentiel.
- Une fois sur place, les touristes ne visitent pas forcément le cœur de ville. **En itinérance**, ceux qui font deux à trois châteaux par jour n'ont pas le temps de descendre voir la ville basse et son centre médiéval ou simplement ne savent pas s'il y a de l'intérêt à le faire.
- Chinon est aujourd'hui davantage identifiée comme une ville étape, voire une forteresse étape, qu'une destination de séjour.



- Un enjeu de se différencier et d'enrichir l'offre d'activités pour inciter les touristes à « faire le déplacement » et à séjourner à Chinon.
- L'identité médiévale constitue l'élément différenciant de Chinon
- Chinon a le potentiel pour développer une offre de séjour complète, associant patrimoine et loisirs actifs, et proposant l'ensemble des services nécessaires
- A cela s'ajoute l'opportunité de se positionner sur des groupes de niche, identitaires, notamment autour de la thématique médiévale



Atouts

- Un grand site, la Forteresse royale de Chinon
- Un centre-ville médiéval
- Une AOC
- La notoriété de Rabelais, de Jeanne d'Arc
- Une offre d'hébergement et de restauration qui fait du centre-ville une centralité touristique
- Des loisirs, notamment nautiques, qui se développent
- Des atouts riches et diversifiés sur un périmètre restreint
- Une identité médiévale spécifique à Chinon dans le Val de Loire

Faiblesses

- Un parcours et un temps de visite limité : de nombreux visiteurs de la forteresse ne font que la ville haute (a priori environ 1 sur 10 seulement descendrait dans le cœur de ville)
- Des atouts touristiques en cœur de ville peu identifiés / reconnus par les touristes
- Des sites culturels dont le fonctionnement est parfois peu adapté aux touristes
- Une liaison pas évidente entre la forteresse et le cœur de ville
- Une offre de services qui ne répond pas toujours aux attentes des touristes (horaires notamment)
- Une problématique de stationnement
- Un traitement des espaces publics à améliorer
- Une ville dont les moyens financiers sont limités

Opportunités

- Le médiéval, une thématique différenciante pour Chinon et attractive pour les familles et un public spécialisé
- Le développement de projets sur le vin (caves Painctes)
- Disponibilités immobilières (hôtel de ville? maison d'associations ? Bâtiment de l'ancien OT Place Hofheim ? Hôtel particulier Bodard de la Jacopière ?)
- Des espaces naturels (Ile de Tours, berges de Vienne) intégrés au cœur de ville, propices au développement de loisirs sportifs et de détente
- Le développement du cyclotourisme sur la Loire à Vélo
- Une communauté de communes disposant de moyens financiers et techniques pouvant accompagner le projet

Menaces

- Développement des pratiques itinérantes où on « optimise » le temps de visite
- Un contexte concurrentiel fort

Enjeu principal : Affirmer sa différence et devenir un lieu de vie

2 enjeux « chapeau »

Capter davantage de touristes à Chinon, tout au long de l'année



Faire découvrir le centre-ville, **faire descendre** les touristes, mettre davantage en tourisme le cœur de ville

Besoin d'assumer sa fonction de centralité et de répondre aux attentes des touristes

→ Cela passera essentiellement par les attraits urbains, une identité, de l'animation, et des offres d'activités et de services

→ Proposer de l'animation et des offres, faire vivre une ambiance de ville authentique

- Incarner l'art de vivre à la française à travers des offres
- Assurer une expérience client de qualité (qualité des offres, horaires d'ouverture...)
- Développer des nouveaux lieux de vie et commerciaux
- Renforcer l'artisanat
- Assurer de l'animation
- Intégrer la Vienne
- ...

→ Favoriser la balade urbaine et mettre en valeur l'identité spécifique de Chinon (médiéval, vin, Rabelais...)

- Préserver le patrimoine et réaliser des aménagements de qualité
- Valoriser et scénographier l'identité médiévale du cœur de ville
- Faire venir dans le cœur de ville une expérience oenotouristique
- ...

Un parcours client à construire en conjuguant les « briques » selon le temps disponible

- **1 : Forteresse + liaison centre-ville**
 - Valoriser les vues
 - Guider les touristes vers le centre-ville
- **2 : Cœur de ville**
 - Animer
 - Faire venir de l'activité (cafés, artisanat, services...)
 - Faire de la visite une expérience
- **3 : La plage et le camping**
 - Créer un RDV de rencontre et de contemplation
 - Conforter/Développer les loisirs nautiques
 - Donner une nouvelle attractivité au camping
- **4 : L'île de Tours**
 - Créer un espace de loisirs nature
 - Baignade ?
 - + *Organiser les liens avec les espaces naturels voisins (boucles modes actifs, ...)*



2. Les objectifs stratégiques et chantiers prioritaires à mettre en œuvre

Des objectifs stratégiques organisés sur trois blocs distincts

Objectifs stratégiques

Aménagements

- Aménager la **place du Général de Gaulle** comme le cœur touristique de Chinon
- Assurer un **parcours touristique confortable** maillant les sites d'intérêt et les places
- Mettre en valeur l'**identité médiévale** de Chinon
- Faire du **secteur plage** une polarité tourisme et loisirs et une entrée sur la destination
- S'intégrer dans les **parcours en modes actifs** à une plus large échelle

Offres

- Renforcer l'**offre d'activités touristiques en cœur de ville** (caves Painctes, halle gourmande, 1/3 lieu, artisanat d'art...), avec des services et horaires adaptés aux touristes
- Développer l'**offre de loisirs actifs**
- Développer une nouvelle forme d'**hébergement léger de loisir contemporain**

Animations

- Renforcer l'**animation et l'offre événementielle** en cœur de ville
- Créer un **parcours de visite innovant et expérientiel**

1. Aménager la place du Général de Gaulle comme le cœur touristique de Chinon

Niveau de priorité : 1

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- Située entre l'ascenseur de la forteresse et la statue de Rabelais au bord de la Vienne, la place du Général de Gaulle est identifiée par les Chinonais comme le **véritable cœur de la ville**. Historiquement, il s'agissait de la place du marché, mais l'espace a aujourd'hui essentiellement une **fonction de parking et est peu propice à la déambulation et à l'accueil d'activités de convivialité**.
- Au-delà de son emplacement privilégié, la place bénéficie d'une **qualité architecturale remarquable** (bâtiment de la Mairie, de l'ancien tribunal, de l'OT), de la **végétation** existante, des **commerces de proximité** (pharmacie, supermarché) et des **commerces/activités touristiques** (concentrés notamment autour de la fontaine).
- L'objectif est de reconfigurer la place afin d'en faire un **espace de vie pour les touristes et les Chinonais**, un espace invitant à la déambulation, à des moments de convivialité, à se restaurer, à prendre un verre, à se détendre... Pour cela, un travail sur les espaces publics est nécessaire.



1. Aménager la place du Général de Gaulle comme le cœur touristique de Chinon

Actions proposées

- **Réaménager la place et réorganiser le stationnement :**
 - Réduire le stationnement (principe d'une allée longitudinale avec 25 places au lieu de 55 étudié par la mairie précédemment). Aujourd'hui, environ 3 500 m² de l'espace public est destiné au stationnement.
 - Offrir un espace public pacifié, agréable et animé
 - Développer des équipements pour que les touristes puissent s'asseoir et se détendre
 - Possibilité de réaliser des aménagements temporaires pendant certaines périodes de l'année pour susciter la curiosité des touristes
 - Valoriser les activités présentes et servir de levier pour le développement des activités à venir autour de la place
 - Travailler les synergies avec le projet de réaménagement du RDC de l'hôtel de ville s'il se réalise

Coût estimé : environ 3M€ (sur la base de ratios), à préciser selon le projet

N-B : L'installation d'activités sur la place est intégrée dans un autre objectif.

La Place du Général de Gaulle : un espace public dont la valorisation touristique est limitée



Une place utilisée essentiellement comme stationnement



1. Aménager la place du Général de Gaulle comme le cœur touristique de Chinon

Images de référence



La réduction des places de stationnement en cœur de ville à Sarlat-la-Canéda (24) et Loches (37) invite à la déambulation, à l'occupation de l'espace public par les commerçants, les touristes et les habitants.



Projet d'urbanisme temporaire à Bergerac (24) : durant les mois de juillet et août, la mairie de Bergerac transforme la place Louis de la Bardonnie en « Jardin des Estivales », un lieu de détente et bien-être qui accueille des événements le long de l'été.

1. Aménagements

2. Assurer un parcours touristique confortable

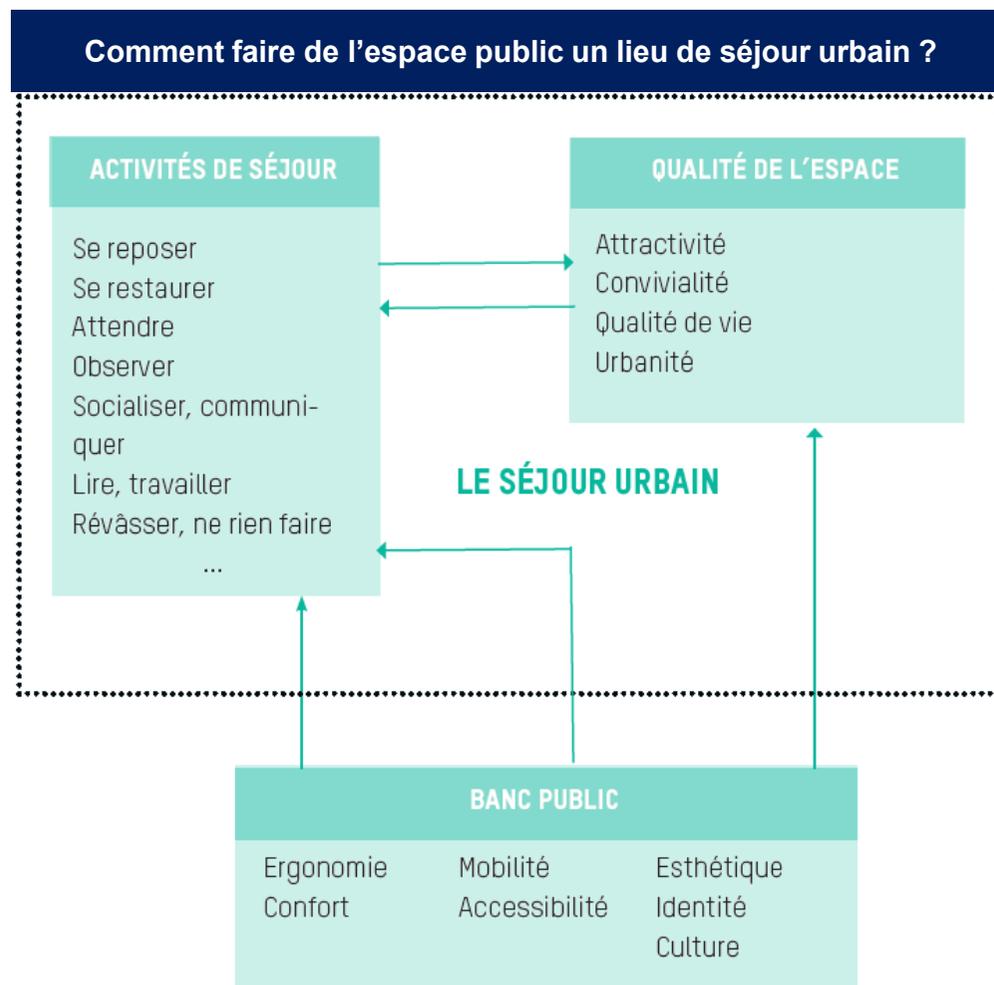
Niveau de priorité : 1

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 2

Contexte / Enjeu

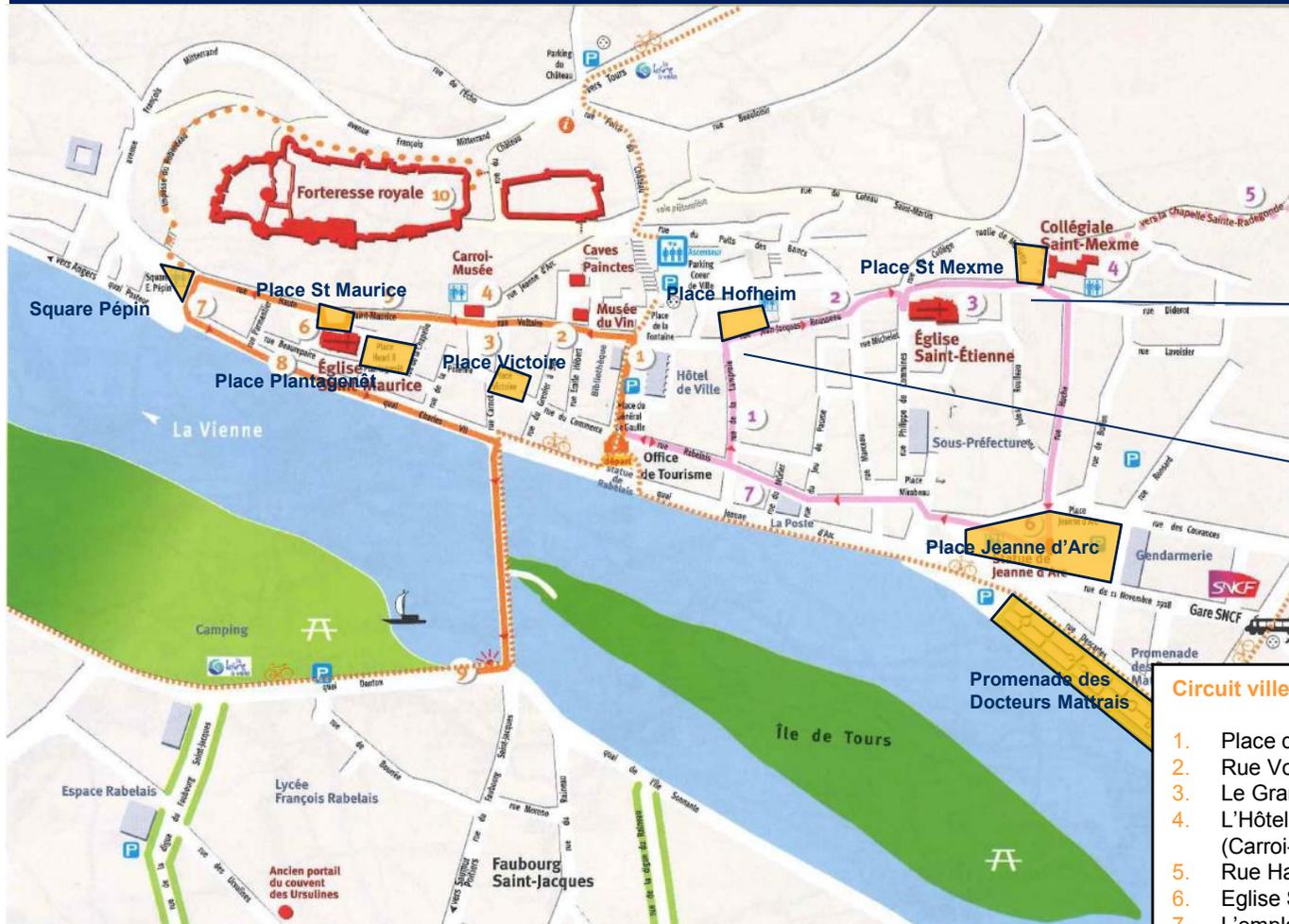
- En raison de leur caractère médiéval, certaines rues de Chinon sont **peu propices aux déplacements piétons** (pas de trottoir, peu sécurisé, déclivité importante...).
- Les **places secondaires** ne sont pas aujourd'hui appropriées/identifiées par les touristes ni par les habitants et ne sont pas forcément intégrées au parcours touristique
- Lors des entretiens menés en Phase 1, deux points ont été mis en évidence à plusieurs reprises :
 - Il existe **peu d'espaces publics** où il est possible de s'asseoir, de pique-niquer, de se détendre, d'aller aux toilettes
 - La **propreté** des rues du cœur de ville a été régulièrement critiquée



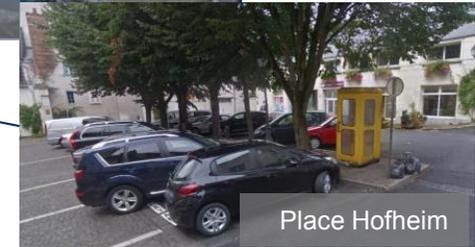
2. Assurer un parcours touristique confortable

2 circuits-découverte Chinon Ville d'art et d'histoire proposés par l'Office de Tourisme

Actuellement peu mises en valeur, les **places secondaires** pourraient être davantage intégrées aux parcours de visite des touristes, en constituant de véritables haltes ou places d'accueil d'activités.



Place Saint-Mexme



Place Hofheim

Circuit ville-fort

1. Place du Général de Gaulle
2. Rue Voltaire
3. Le Grand Carroi
4. L'Hôtel des Etats Généraux (Carroi-Musée)
5. Rue Haute-Saint-Maurice
6. Eglise Saint-Maurice
7. L'emplacement du Vieux Marché
8. Quai Charles VII
9. Quai Danton (Point de vue sur la ville)

Circuit quartier des Chinonais

1. Rue de la Lamproie (Maison de Rabelais)
2. Rue Jean Jacques Rousseau (rue du commerce au Moyen Âge)
3. Eglise Saint-Etienne
4. Collégiale Saint-Mexme
5. Chapelle Sainte-Radegonde
6. Place Jeanne d'Arc
7. Rue Rabelais (commerces)

2. Assurer un parcours touristique confortable

Actions proposées

- Assurer la **propreté** du cœur de ville : installation de points de collecte, passages plus réguliers en haute saison, actions incitatives, ...
- **Mailler le parcours touristique** à partir de l'installation de quelques sites faisant office de « haltes », équipés de bancs, des WC et de parkings vélo (près de la place de Gaulle, sur le secteur de la plage, près de la gare...)
- Installer du **mobilier urbain** temporaire/ludique, qui invite à la détente, et valoriser les fontaines dans les places secondaires
- **Refaire / entretenir la voirie**, notamment les voies piétonnes
- **Améliorer les conditions de mobilité pédestre entre la forteresse et le cœur de ville** : aménagement de la voirie/des trottoirs en pente, prolonger l'ascenseur jusqu'au niveau du parking de la forteresse ?

Coût estimé : A préciser

Images de référence



3. Mettre en valeur l'identité médiévale de Chinon

Niveau de priorité : 1

Difficulté de mise en œuvre : 1

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- Si la forteresse de Chinon est bien identifiée par les touristes, son cœur de ville médiéval l'est moins alors qu'il s'agit d'un atout fort de la destination.
- Le caractère médiéval de Chinon doit lui permettre de se différencier davantage par rapport à d'autres destinations de la Vallée de la Loire, et de capter un public d'affinitaires de cette époque mais également un public familial.
- Il s'agit de valoriser le patrimoine et de faire vivre l'ambiance médiévale afin d'attirer les touristes dans le cœur de ville.
- Il s'agit également de mettre en valeur les rues transverses (actuellement en enrobé), afin de créer des vrais boucles de visites.

Le centre médiéval : un atout majeur de Chinon qui gagnerait à être davantage valorisé



Rues transverses en enrobé : peu d'intégration avec le parcours touristique principal



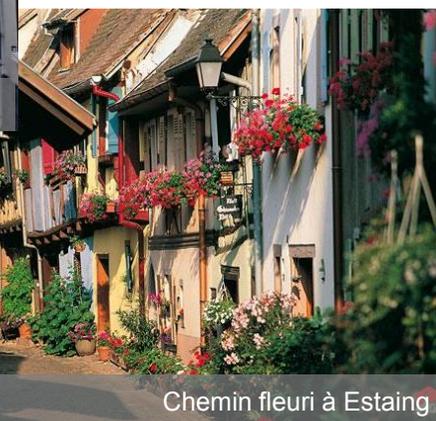
3. Mettre en valeur l'identité médiévale de Chinon

Actions proposées

- Revêtir en pavés les **rues transverses** afin de magnifier la balade piétonne et d'assurer une continuité du parcours entre les deux axes piétons principaux du cœur de ville
- Créer un **parcours touristique intuitif** : guider les touristes par des aménagements (fleurs, pavés, ...)
- **Utiliser du décor** (drapeaux, boucliers, symboles...) pour faire vivre l'identité médiévale
- **Préserver le patrimoine médiéval** : restaurer les façades des bâtiments historiques, travailler la signalétique pour identifier les bâtiments à intérêt historique/patrimonial

Coût estimé : A préciser selon le projet

Images de référence



4. Faire du secteur plage une polarité tourisme et loisirs et une entrée sur la destination

Niveau de priorité : 2

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- Le secteur plage est le site offrant le plus beau panorama sur la forteresse, le cœur de ville et la Vienne. Il s'agit également de l'entrée de ville pour les cyclotouristes de la Loire à Vélo et d'un point de départ pour la voie verte Chinon-Richelieu.
- La mise en lumière de la forteresse depuis cet hiver aurait tendance à rendre ce secteur plus touristique, notamment en période estivale, avec l'ouverture de la guinguette éphémère, avec l'idée de créer un lieu de rendez-vous en soirée pour admirer la forteresse dans une ambiance conviviale.
- Le secteur plage offre un potentiel à exploiter davantage pour inciter les touristes à traverser la ville et la Vienne depuis la forteresse.
- Il peut également être aménagé comme une entrée de la destination Chinon (dans une logique de Grand site), avec un espace de stationnement, des équipements...



4. Faire du secteur plage une polarité tourisme et loisirs et une entrée sur la destination

Actions proposées

- Aménager le secteur plage afin d'en faire un lieu de RDV pour contempler la vue et avoir un moment de convivialité
 - Aménagements légers (assises, espace pour l'accueil d'activités/location de transats...)
- Remettre en état les quais, les cales et les perrés pour garantir la qualité esthétique de la vue
- Aménager un espace de stationnement à proximité de la guinguette (emprise foncière à déterminer)
- Améliorer la traversée du pont pour les piétons et les cyclo-touristes

Coût estimé : A préciser selon le projet

Le pont sur la Vienne : répondre aux besoins des piétons et des cyclo-touristes pour éviter les conflits d'usage



Le secteur plage : un espace public à fort potentiel touristique mais avec peu d'entretien aujourd'hui



5. S'intégrer dans les parcours en modes actifs

Niveau de priorité : 2

Difficulté de mise en œuvre : 1

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 2

Contexte / Enjeu

- De nombreux cyclotouristes en itinérance sur la Loire à Vélo passent à travers ou à proximité de Chinon. Ces touristes pourraient être davantage incités à découvrir le cœur de ville s'ils y trouvaient des équipements dédiés.
- D'autre part, il s'agit d'inciter les touristes en séjour à Chinon à emprunter les parcours vélo du secteur, notamment la voie verte Chinon-Richelieu (20km).

La voie verte entre Chinon et Richelieu et les boucles 38 et 39 : des projets qui incitent les cyclo-touristes à faire le détour sur la Loire à Vélo jusqu'à Chinon



5. S'intégrer dans les parcours en modes actifs

Actions proposées

- Réaliser des **aménagements et équipements** à destination des cyclotouristes (places de stationnement dédiées dans les différents espaces touristiques du cœur de ville, bornes électriques, signalétique)
- Inciter à l'installation d'une **structure de location et réparation conviviale** (vélos électriques, cafés-vélo, cafés réparation...)
- Accompagner le projet d'ouverture du **pont Eiffel** aux mobilités douces et l'intégrer à la voie verte Chinon-Richelieu

Coût estimé : A préciser selon le projet



Le pont Eiffel, actuellement désaffecté, pourrait contribuer à l'attractivité de Chinon en tant que destination « vélo-friendly »

Images de référence



Borne de recharge électrique au Lac du Der, en Champagne-Ardenne, installée en face de l'OT



La Cyclerie Café, café, bar et réparateur vélo à Poitiers

1. Renforcer l'offre d'activités touristiques en cœur de ville

Niveau de priorité : 2

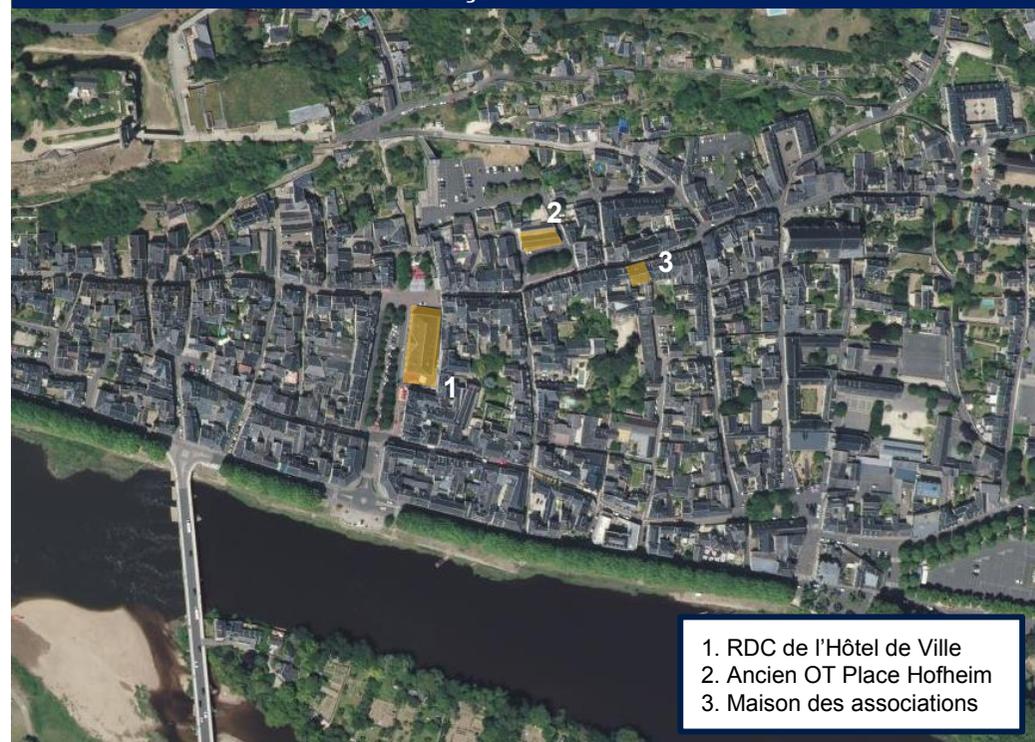
Difficulté de mise en œuvre : 3

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- L'offre d'activités est relativement limitée dans le cœur de ville, ce qui constitue un frein pour y attirer les touristes ou les faire rester pour un long séjour.
- La valorisation des sites patrimoniaux et culturels existants est à améliorer (Carroi-Musée, Sainte-Radegonde, Collégiale Saint-Mexme, Eglise Saint-Maurice...).
- D'autre part, il s'agit de renforcer l'offre d'activités en cœur de ville, de créer des espaces de densité, d'animer le cœur de ville en journée comme en soirée, et 7 jours sur 7.
- L'objectif de ces offres n'est pas de rivaliser avec les activités et les établissements existants en cœur de ville, mais d'y créer une offre complémentaire et novatrice.

Immeubles capables d'accueillir des activités touristiques /
commerçantes novatrices



1. Renforcer l'offre d'activités touristiques en cœur de ville

Actions proposées

- Développer l'attractivité des équipements touristiques publics :
 - Elargir les **horaires et les périodes d'ouverture au long de l'année** des attractions touristiques du cœur de ville → avoir des informations claires en ligne (site de l'OT mais aussi TripAdvisor, Google...)
 - Faire vivre ces sites, organiser des expositions, des concerts, des événements (à l'exemple de ce qui est déjà fait à la Collégiale St Mexme), avec un calendrier facilement accessible aux touristes
- Renforcer la dimension touristique des **caves Paintes**, récemment réaménagées
 - Réaliser des visites guidées / dégustations et d'événements plus fréquents (actuellement, seulement les 4 « Grands Chapitres », selon leur site il n'y aurait plus de visites en 2019)
 - Le projet de création d'un centre d'accueil de l'AOC à proximité serait aussi intéressant pour la mise en tourisme de l'espace.

Analyse quantitative des commentaires sur TripAdvisor sur les attractions à Chinon, réalisée par l'AVEC

Site	Nb d'avis	Excellent	Très bien	Moyen	Médiocre	Horrible	satisf	déception
Forteresse royale de Chinon	1061	432	424	142	30	3	81%	16%
Office de tourisme	160	92	54	11	2	1	91%	9%
Dédé la Boulange	108	53	25	14	4	12	72%	28%
Place Jeanne d'Arc	102	26	53	19	3	2	77%	24%
Domaine Pierre et Bertrand Couly	99	65	29	4	1	0	95%	5%
Domaine Couly Dutheil	50	31	10	1	4	4	82%	18%
Domaine Caves Plouzeau	48	20	21	2	2	3	85%	15%
Chapelle Ste Radegonde	29	16	10	3	0	0	90%	10%
Domaine de la Grille	28	13	12	2	1	0	89%	11%
Domaine de Noiré	22	15	6	0	1	0	95%	5%
Caves Paintes	22	7	11	3	1	0	82%	18%
Forêt de Chinon	10	4	4	2	0	0	80%	20%
Domaine de l'Abbaye	7	7	0	0	0	0	100%	0%
Musée du Carroi	4	1	2	1	0	0	75%	25%
Domaine du Colombier	3	1	2	0	0	0	100%	0%
Eglise Saint Maurice	2	0	2	0	0	0	100%	0%

- L'analyse de ces avis montre que le Musée du Carroi et l'Eglise Saint Maurice sont relativement peu connus des touristes.
- Les Caves Paintes et la Chapelle Ste Radegonde apparaissent aussi peu connues des touristes.
- Nous observons aussi l'absence de mentions à la Collégiale Saint Mexme ou à l'Eglise Saint Etienne sur le site de voyage.

1. Renforcer l'offre d'activités touristiques en cœur de ville

Actions proposées

- **Réaménager le rez-de-chaussée de l'hôtel de ville pour en faire une halle commerçante**
 - Offres saisonnières : truffes, huîtres, dégustation de vins de l'AOC...
 - Organisation d'événements : petits concerts, expositions, spectacles vivants, petites foires → besoin d'être un espace polyvalent, qui vit en dehors de la saison touristique
 - Coût estimé : environ 1,5M€ (750m² x 2000€/m²), à préciser selon le projet
- Accompagner l'installation d'un **tiers-lieu (dans la halle ou un autre site)** ouvert à tous : habitants, travailleurs, touristes, ...
- Aménager un espace modulable capable d'accueillir des **séminaires, des formations**
 - Un espace à intégrer dans un équipement existant (cinéma, tiers-lieu, halle...)
- Poursuivre l'installation d'**artisans d'art** en centre-ville avec l'accélération du programme des baux saisonniers
 - Le programme gagnerait en efficacité avec la mise à disposition de lieux plus adaptés aux besoins des commerçants et à une prospection active d'artisans d'art.

Images de référence



Développer l'offre de loisirs actifs

Niveau de priorité : 2

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 2

Contexte / Enjeu

- Le périmètre du cœur de ville de Chinon, bien que restreint, intègre des espaces naturels de grande qualité : la Vienne, la plage, l'île de Tours.
- La Belle Laveuse, site hors périmètre, mais à proximité directe du centre-ville, est considérée comme la « plage de cœur » des Chinonais, un point de baignade historique sur la Vienne.
- Ces espaces offrent des potentiels de loisirs importants, qui permettent de renforcer l'attrait de la destination en combinant patrimoine et fun.
- Quelques initiatives portées par des acteurs privés connaissent déjà du succès auprès des touristes et du public local : location de canoës, kayaks et vélos, tour de bateau, guinguette...



Développer l'offre de loisirs actifs

Actions proposées

- Conforter et développer les **activités nautiques**
 - Aménagement d'embarquements du côté de la statue de Rabelais ?
 - Développement du stand up paddle ?
- Aménager un **espace nature et ludosportif sur l'île de Tours**
- Développer un **parcours sportif de découverte de la ville**, basé sur une application (ex : Sport City Tour)
- Créer (si possible) une **plage-baignade vintage** avec d'anciennes cabines, un espace baignade démontable sur La Belle Laveuse ?

→ Points de vigilance :

- Qualité et niveau de l'eau de la Vienne
- Avant de réaliser des aménagements qui nécessiteraient des investissements importants, il serait pertinent de mener une étude sur la perspective hydrographique de la Vienne à l'horizon 10-20 ans.

Images de référence



Développer une nouvelle forme d'hébergement léger de loisir contemporain

Niveau de priorité : 2

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- Le site du camping de Chinon, situé en bord de Vienne face à la forteresse, est très qualitatif de par la vue qu'il offre sur la ville et la forteresse.
- Le camping, qui appartient et est géré par la communauté de communes, a été récemment rénové mais reste un camping classique, composé majoritairement d'emplacements nus, ce qui en fait un hébergement très saisonnier.
- L'objectif est de renforcer une offre locative moins saisonnière et plus qualitative, composée d'hébergements semi-rigides de type HLL.

Actions proposées

- **Redévelopper le camping** en une structure plus contemporaine avec des hébergements de type logde, cabanes... (à travers la régie intéressée?)

Images de référence



3. Animations

Renforcer l'animation et l'offre événementielle en cœur de ville

Niveau de priorité : 1

Difficulté de mise en œuvre : 1

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 1

Contexte / Enjeu

- Le cœur de ville de Chinon souffre d'un déficit d'animation, ce qui affaiblit son attrait touristique.
- Le calendrier événementiel se concentre surtout sur la période estivale :
 - Marché médiéval
 - Marché à l'ancienne
 - Les vigneron dans la ville
 - Chinon en Fanfare
 - Chinon en Jazz
 - Chinon Classic
- L'enjeu est de garantir une animation, en journée et en soirée, sur la place du Général de Gaulle et les autres principaux sites touristiques du cœur de ville (secteur plage, place Hofheim, place Mirabeau, place Jeanne d'Arc...) et de **développer des événements qui puissent « faire destination »**.



Renforcer l'animation et l'offre événementielle en cœur de ville

Actions proposées

- Créer un groupe de travail avec les principaux socioprofessionnels concernés pour élaborer un **programme d'animations** :
 - Des partenariats entre acteurs touristiques / commerciaux permettraient de mutualiser des coûts d'animation
- **Renforcer l'offre événementielle sur les ailes de saison** afin d'élargir la saison touristique
- Proposer des **événements de qualité, en accord avec l'identité du territoire**, capables de « faire destination »
- Mieux travailler le lien entre les événements à la forteresse et en ville basse
- Redévelopper le parcours d'art contemporain

Images de référence



3. Animations

Créer un parcours de visite innovant et expérientiel

Niveau de priorité : 3

Difficulté de mise en œuvre : 2

Valeur (degré d'impact sur la redynamisation) : 2

Contexte / Enjeu

En complément des aménagements de valorisation du patrimoine médiéval, une animation de ce patrimoine permettrait de renforcer l'attrait touristique du cœur de ville pour le grand public.

Les outils digitaux et numériques peuvent être utilisés pour rendre l'expérience des touristes plus immersive.

Actions proposées

- Développer une scénographie « son et lumières » pour reconstituer l'ambiance médiévale
- Intégrer le numérique dans les circuits de visite à travers un jeu par exemple



		Priorité	Difficulté	Valeur
Aménagement	Créer un cœur de site sur la place du Général de Gaulle	1	2	1
	Assurer un parcours touristique confortable	1	2	2
	Mettre en valeur l'identité médiévale de Chinon	1	1	1
	Faire du secteur plage une polarité touristique	2	2	1
	S'intégrer dans les parcours en modes actifs	2	1	2
Offres	Renforcer l'offre d'activité touristique en cœur de ville	2	3	1
	Développer l'offre de loisirs actifs	2	2	2
	Développer une nouvelle forme d'hébergement léger de loisir	2	2	1
Animation	Renforcer l'animation et l'offre événementielle en cœur de ville	1	1	1
	Créer un parcours de visite innovant et expérientiel	3	2	2

Contact



François DEMONET – Consultant Sénior
Horwath HTL France
6, rue Dunois
75013 Paris
sdurand@horwathhtl.com