



ACTUALISATION DE LA

# stratégie touristique métropolitaine

MARS 2022





# ÉDITO

Porte d'entrée de la Bretagne, Rennes Métropole est désormais une véritable destination. Son patrimoine, sa gastronomie, sa culture foisonnante attirent les touristes pour un week-end ou une semaine, à la découverte des villes et des campagnes qui forment l'archipel rennais. Dans le même temps, le dynamisme économique et scientifique du territoire, son accessibilité et la qualité de l'accueil des congressistes, en font une destination de choix pour les rencontres professionnelles.

C'est à une véritable révolution que nous assistons dans le secteur économique du tourisme, qui doit résolument prendre le virage des transitions, tant les attentes et les pratiques des publics connaissent de profondes mutations. La recherche d'authenticité, l'intérêt pour un tourisme de qualité et de proximité, la nécessité de limiter l'impact environnemental de nos activités sont autant de défis. Notre territoire, engagé depuis longtemps dans la fabrique d'une destination innovante et durable, a déjà de nombreux atouts pour les relever.

Rennes Métropole, avec son opérateur Destination Rennes, inscrit son action en lien avec les professionnels du secteur. Le Conseil Métropolitain a adopté, le 24 mars 2022, sa nouvelle stratégie touristique, qui formalise notre plan d'actions pour explorer toutes les nouvelles coopérations territoriales, toutes les nouvelles formes d'hybridation des rencontres professionnelles, et toutes les nouvelles opportunités de développement d'un tourisme d'agrément responsable.

Bonne lecture.



**Nathalie APPÉRE**  
Maire de Rennes  
Présidente de Rennes Métropole



## UNE APPROCHE PRAGMATIQUE



La réalisation de cette actualisation de la stratégie touristique a commencé par un diagnostic interne courant 2021 avec les services Ville et Métropole ainsi que le partenaire privilégié de la politique touristique métropolitaine Destination Rennes.

Ce diagnostic a pu ensuite être partagé dans le cadre d'un groupe projet constitué d'élus métropolitains : vice-présidents les plus concernés par ces questions mais aussi représentants des différents groupes d'élus du Conseil de Rennes Métropole. Sur cette base, le groupe projet a posé des orientations.

Ces orientations ont fait l'objet de concertation au cours de l'hiver 2021-2022, auprès des acteurs du tourisme métropolitains et de leurs représentants mais aussi auprès des territoires partenaires : EPCI engagées dans le contrat de coopération, pays, Département, Région... Elles ont permis d'établir les grands axes stratégiques de la politique touristique métropolitaine, axes qui seront réajustés si besoin dans les années à venir notamment au regard de la sortie de la crise du covid-19 dont nous ne percevons pas encore toutes les conséquences sur les pratiques touristiques.



# UNE DESTINATION DE TOURISME URBAIN EN PLEIN ESSOR



L'actualisation de la stratégie s'est basée sur un diagnostic de la destination. Rennes Métropole constitue aujourd'hui une destination de tourisme urbain principalement, caractérisée par des atouts tels que le patrimoine, la gastronomie, la vie culturelle, le shopping... Elle attire un public touristique, à 85 % français, principalement issu d'Ile de France et des régions du Grand Ouest.



Les 2/3 de ces touristes viennent séjourner pour motif professionnel (congrès, séminaire, rendez-vous). Ce tourisme d'affaires est porté par le dynamisme économique et scientifique de la métropole. Il est aussi favorisé par une très bonne accessibilité routière, aérienne et ferroviaire depuis l'arrivée de la LGV en 2017 qui met Rennes à 1h25 de Paris.



À l'échelle régionale, Rennes Métropole se situe dans la destination touristique « Rennes et les Portes de Bretagne » qui forme, avec quatre pays, la porte d'entrée de la Bretagne. Cette région fortement touristique génère 8 % de son PIB grâce au tourisme.

## RENNES MÉTROPOLE COMPTABILISAIT AVANT LA CRISE SANITAIRE DU COVID-19 :



### 9 500 salariés

dans des établissements touristiques ou partiellement touristiques

soit **+ 2 000 en 5 ans**

principalement

dans le cœur de métropole



### 5 000 chambres

en hôtels et résidences hôtelières (qui constituent la majeure partie du parc d'hébergements touristiques de la métropole)



### 1,2 millions de nuitées

hôtelières annuelles

soit **+ 2 000 en 5 ans**

**+ 12 % de 2015 à 2018**

dont + 55 % de nuitées étrangères

**+ 10 points en 4 ans**



**67 %**

de taux d'occupation moyen dans les hôtels

soit **+ 10 points en 4 ans**



### 1,8 millions d'euros

de taxe de séjour par an



### 163 événements et 153 000 journées congressistes

accueillis au centre des congrès en 2019

soit des retombées économiques sur le territoire, estimées

à 34 millions €

(dont 45 000 nuitées hôtelières)

La dernière décennie a donc marqué un essor touristique important pour le territoire, à la faveur du dynamisme économique, de l'accessibilité renforcée et de l'ouverture d'équipement structurant : son centre des congrès. Rennes s'est ainsi hissé du 197<sup>e</sup> au 161<sup>e</sup> rang des villes européennes de congrès, a vu ses nuitées hôtelières augmenter significativement et affichait les taux d'occupation hôteliers parmi les plus élevés en semaine (84 % en moyenne) par rapport aux autres métropoles régionales. En revanche, ce taux d'occupation était en dessous des moyennes le week-end (48 %) s'expliquant sans doute par un tourisme d'agrément moins développé. Quant à la capacité d'hébergements touristiques, elle a très peu augmenté, se regroupe autour de la ville centre et est assez peu diversifiée en termes d'enseignes et de concepts même si de nouveaux établissements sont apparus ou vont émerger dans les prochains mois.

Cette dynamique s'est trouvée brutalement interrompue en 2020 par la crise sanitaire. La limitation des déplacements et des rassemblements – professionnels, familiaux, amicaux – sont venus fondamentalement freiner l'activité touristique. Le tourisme sur Rennes Métropole n'y a pas échappé avec une activité réduite de moitié en moyenne

dans les hébergements (dans des degrés variables selon la typologie et la gamme d'hébergements) et un centre des congrès fermés administrativement plusieurs mois en 2020 et 2021. L'impact s'est ressenti nettement sur l'emploi touristique avec - 12 % d'emplois entre 2019 et 2021 sur la métropole et un recours élevé de ces entreprises à l'activité partielle. Si elles ne se traduisent pas tant par des liquidations d'entreprises, les conséquences sont plutôt à craindre du côté des difficultés de

recrutement et de la capacité d'investissement des entreprises touristiques dans les années à venir, ces mois de crise ayant entamé leurs fonds propres et souvent conduit à un alourdissement de leur endettement.

Les conséquences de la crise sont aussi à observer du côté des attentes et des pratiques des publics. Les premières études (dont celle de France Congrès Événements) laissent entrevoir une accélération des tendances déjà présentes depuis quelques années : des touristes de plus en plus soucieux de l'impact environnemental de leur séjour, une recherche d'authenticité, de personnalisation et de retrouvailles,

un recours grandissant aux technologies digitales avant, pendant et après le séjour, un intérêt des habitants pour le tourisme de proximité. Ces signes avant-coureurs étaient déjà pris en compte par la destination métropolitaine depuis quelques années. S'ajoute à cela un phénomène nouveau qui est celui de la réduction pressentie du nombre de déplacements professionnels à la faveur de la généralisation de la visio-conférence. Cette tendance à une diminution de la fréquence des séjours pourrait être compensée par l'allongement de ces séjours associant des temps de rencontres professionnelles à des temps de loisirs, tout ceci rendu possible par la facilitation du travail à distance.

Sur la base de ce constat, la destination métropolitaine trouve ainsi de nouvelles opportunités de développement (développement du tourisme d'agrément, tourisme plus responsable, coopérations territoriales, digitalisation) mais aussi des défis à relever : risque de diminution de certaines clientèles (affaires, internationales...), menaces pesant sur les villes (réchauffement climatique, crise sanitaire...), engagements dans les transitions.

**Des touristes de plus en plus soucieux de l'impact environnemental de leur séjour, un intérêt des habitants pour le tourisme de proximité**

**De nouvelles opportunités de développement (tourisme d'agrément, plus responsable, coopérations territoriales, digitalisation...)**

# 2

## DES OBJECTIFS TOURISTIQUES RENOUVELÉS ET DÉCLINÉS EN 5 AXES STRATÉGIQUES

La politique touristique de Rennes Métropole poursuit trois objectifs fondamentaux :

- **Proposer aux touristes et aux habitants une destination accueillante** par toutes ses dimensions (environnementales, culturelles...), tendre vers le concept global d'hospitalité.
- **Sauvegarder et accompagner la filière touristique** qui doit se relever suite à la crise du covid (maintenir ses emplois et ses capacités à innover) et s'adapter à la nouvelle donne : écologique, sociétale et numérique.
- **Passer de la ville à la métropole touristique** : diffuser le tourisme sur toute la métropole. Ce défi qui avait émergé dès 2013 doit être poursuivi et les nouvelles attentes montrent une appétence des habitants et des touristes pour des communes plus proches de la nature. Cela passe par un développement des coopérations territoriales (internes et externes à la métropole).

Pour atteindre ces objectifs, cinq axes stratégiques ont été identifiés :



# 1| CONSTRUIRE UNE DESTINATION ENCORE PLUS RESPONSABLE

La destination bénéficie aujourd'hui d'une fréquentation mesurée, relativement proche et répartie sur l'année. L'enjeu est de renforcer cet équilibre entre durabilité et attractivité afin que le tourisme génère des retombées positives pour le territoire : en termes économiques, sociétaux et environnementaux et évite les nuisances sur l'environnement et sur le cadre de vie des habitants.

À cet effet, cinq enjeux principaux sont à relever :

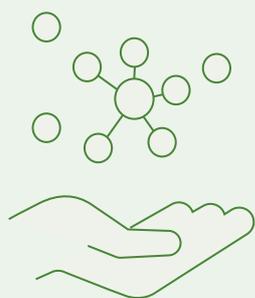
- Favoriser la mobilité durable des touristes
- Favoriser la consommation responsable et lutter contre le gaspillage
- Valoriser l'économie touristique et préserver les ressources (eau, patrimoine)
- Faire du tourisme un moteur de l'inclusion et d'emploi responsable : un tourisme ouvert à tous y compris aux personnes en situation de précarité ou de handicap mais aussi un tourisme générateur d'emplois responsables (soucieux de l'égalité hommes-femmes, du bien-être au travail)
- Promouvoir l'innovation durable



Franck Hamon

Pour cela des outils sont à disposition de la métropole et de son opérateur Destination Rennes : certification ISO 20121 (certification pour un événementiel durable déjà obtenue en 2021), labellisation Destination Innovante Durable (pour laquelle Rennes fait déjà partie des territoires pilotes) ou encore Fair Breizh, Tourisme & Handicap...

## LEVIERS



- ◆ **Fédérer les acteurs** et faire de cette démarche responsable, un vecteur de progrès pour tout le territoire
- ◆ **Aménager** : de petits aménagements tels que des fontaines à eau, la labellisation Tourisme & handicap de l'office de tourisme jusqu'à des éléments structurants tels que les véloroutes, les sentiers pédestres... en partenariat avec les autres échelons territoriaux
- ◆ **Communiquer et sensibiliser** : pour valoriser les initiatives et sensibiliser touristes et professionnels aux bons gestes
- ◆ **Accompagner** : l'enjeu fort va être d'accompagner les acteurs dans les grandes transitions durables, numériques, sociétales. L'objectif est que les acteurs du tourisme métropolitains trouvent un soutien dans chacune des étapes de leur transition (sensibilisation, diagnostic, formation, conseil, expertise, financement, partage, retour d'expérience, valorisation). Un travail partenarial va être engagé pour jalonner ce parcours et le rendre lisible et accessible aux yeux des acteurs.

## 2 | METTRE LA MÉTROPOLE EN TOURISME EN VALORISANT DE NOUVEAUX LEVIERS DU TOURISME D'AGRÉMENT

Un certain nombre d'opportunités apparaissent au regard de l'évolution des attentes sociétales : des habitants qui souhaitent partir à la découverte de leur territoire (son patrimoine, ses entreprises, ses producteurs), des coopérations territoriales qui se développent et des recherches d'offres touristiques plus durables. Celles-ci vont permettre à la métropole de développer davantage son autre pilier touristique qui est celui du tourisme d'agrément. Il a vocation à diversifier le positionnement touristique de Rennes Métropole et de diffuser davantage le tourisme dans toutes les communes de la métropole et vers les territoires voisins. Pour cela de nouveaux leviers de développement ont été identifiés et vont devoir faire l'objet d'une structuration de l'offre et d'une mise en commercialisation :



### RENOUVELER L'OFFRE PATRIMONIALE



Christophe Le Dévéhat



- Enjeu de créer une nouvelle offre de visite originale et ludique (geocaching, visites underground...)
- S'appuyer sur les atouts du territoire : label métropole d'art et d'histoire, aménagement des Portes mordelaises, spectacles scénographiques... avec une attention particulière sur Bécherel : la petite cité de caractère possède des atouts forts en matière de slow tourisme (patrimoine, petites boutiques, salon de thé, panorama, itinéraires de randonnée) et représente un attracteur fort de la destination



Franck Hamon

## VALORISER AUSSI LA PATRIMOINE « VERT ET BLEU » DES COMMUNES DE LA MÉTROPOLE

- Ajouter une offre touristique davantage tournée vers le patrimoine naturel et fluvial (canoë, randonnée, atelier botanique...) et s'appuyant sur des points forts (Vallée de la Vilaine, sentier métropolitain, le projet métropolitain d'itinéraire de randonnée visant à valoriser les patrimoines, créer un récit et fédérer les communes de la métropole, valorisation du Canal d'Ille et Rance / Forêt de Rennes) et accentuer leur volet commercial.



## STRUCTURER L'ITINÉRANCE DOUCE (CYCLO, PÉDESTRE, FLUVIALE, ÉQUESTRE...)

Le tourisme itinérant, notamment à pied et à vélo, fait l'objet d'un engouement important des touristes et excursionnistes depuis quelques années. Cette tendance s'est encore accentuée depuis la crise sanitaire répondant à des attentes de tourisme de proximité et de mobilités durables. À ce titre, le territoire bénéficie d'axes majeurs d'itinérance tels que la Vallée de la Vilaine et le Canal d'Ille-et-Rance. Les enjeux sont :

- La valorisation et la structuration d'itinéraires traversant la métropole : V42 St-Malo/Arzal (véloroute manche-Océan), projet véloroute V6 Crozon/Vitré passant par Vilaine amont et les itinéraires « affluents » de ces grands axes... Ce travail est à mener en coopération avec les autres territoires notamment à travers le contrat de coopération et le travail partenarial mené dans le cadre de la destination touristique Rennes et les Portes de Bretagne.
- La structuration et l'animation du futur sentier métropolitain.
- L'identification des besoins en termes d'aménagement mais aussi d'offres de services et d'équipement (pontons, haltes, restauration, hébergement en lien avec la marque Accueil vélo). Cette réflexion va être conduite dans le cadre de l'élaboration du Schéma directeur du tourisme fluvestre, étude conjointe menée par Rennes métropole et la Région (action du Contrat de canal).





## METTRE ENCORE PLUS EN VALEUR LE FOISONNEMENT CULTUREL ET ÉVÈNEMENTIEL DU TERRITOIRE

- En favorisant une meilleure connaissance entre acteurs culturels et professionnels du tourisme,
- En coordonnant la communication de l'agenda culturel,
- En intégrant des acteurs du tourisme à l'organisation d'événements (participation de Destination Rennes au rendez-vous estival Exporama par exemple).



Franck Hamon



Franck Hamon

## CONTINUER À S'APPUYER SUR LA GASTRONOMIE, ATOUT RECONNU DE LA DESTINATION



En accentuant les liens avec les circuits court, en cohérence avec le Projet alimentaire territorial métropolitain (visites de fermes, communication sur les producteurs et chefs locaux, mise en relation des professionnels du tourisme avec ces producteurs, valorisation des « fermes guinguette »).



## DÉVELOPPER LE TOURISME DE DÉCOUVERTE ÉCONOMIQUE

(TOURISME INDUSTRIEL, VISITES DE FERMES, D'ATELIERS, DE SITES INNOVANTS)

Ce nouveau levier répond à deux attentes importantes, d'une part celle des touristes et des habitants férus de visite dans des lieux traditionnellement fermés au public et d'autre part celles de la métropole qui est de mettre en avant des filières, des métiers et des innovations environnementales (réseau de chaleur, champ photovoltaïque...).



Arnaud Loubry



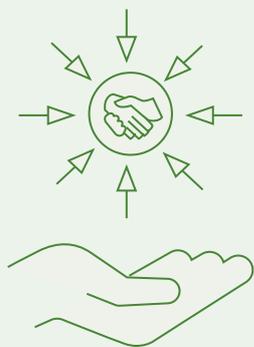
### 3 | CONFORTER LE TOURISME D'AFFAIRES ET DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES EN ACCOMPAGNANT LEUR ÉVOLUTION

Le tourisme d'affaires et de rencontres professionnelles fait partie des points forts de Rennes Métropole, générant des retombées économiques et des emplois. Il permet de servir le rayonnement économique, touristique, académique, scientifique, culturel et social du territoire. L'enjeu est de maintenir ce positionnement en s'adaptant aux évolutions fortes de ce secteur et en faisant valoir les atouts de la destination à commencer par son centre des congrès accessible en train et situé en plein centre-ville qui place Rennes en bonne position dans l'accueil de congrès durables.



Arnaud Loubry

#### LEVIERS

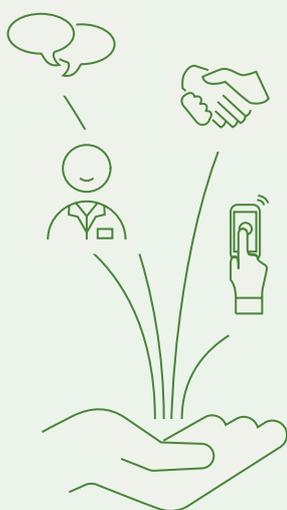


- ◆ **Conforter le développement des rencontres professionnelles et accompagner leur évolution.** Il s'agit d'une part de renforcer le positionnement de Rennes comme ville d'accueil de congrès durables, ce qui renvoie aux qualités du centre des congrès mais aussi à la fédération de tous les acteurs de la filière des rencontres professionnelles autour d'une démarche responsable. D'autre part, la destination doit s'adapter aux nouveaux formats (hybridation, multi sites...), ce qui nécessite de s'appuyer sur un réseau de prestataires technologiques et innovants, de valoriser les lieux d'accueil pour améliorer les contenus des organisateurs et allonger les séjours, de développer la coopération pour répondre à la demande d'événements multi sites.
- ◆ **S'adapter aux évolutions du tourisme d'affaires :** les prospectives publiées à ce jour s'orientent vers une réduction du nombre de séjours affaires mais vers un allongement de ces derniers avec une porosité grandissante entre les temps affaires et loisirs. À cet effet, la destination va pouvoir proposer des offres de loisirs complémentaires à ces voyageurs d'affaires et des services favorisant le travail à distance.

# 4 | DÉVELOPPER LA QUALITÉ D'ACCUEIL DE LA DESTINATION

L'accueil, pour une destination, fait aujourd'hui face à un double défi : une recherche d'authenticité et de personnalisation tout en attendant de plus en plus de services connectés ainsi qu'un lieu vitrine animé en coeur de ville, qui peut aussi aller au-devant des publics. Cette attente va se retrouver tout au long de la chaîne d'accueil constituée de l'office de tourisme et des professionnels du tourisme, des transports, de l'évènementiel, de la restauration.

## LEVIERS



### ◆ Mettre l'office de tourisme au coeur de la valorisation et de l'animation de son territoire métropolitain

- En faire un comptoir des loisirs / tiers-lieu / espace vitrine aussi bien pour les touristes que les habitants (à travers par exemple l'ouverture ponctuelle du Jardin du Cloître)
- Un office de tourisme que l'on retrouve aussi « hors les murs » (conseillers en séjour en gyropodes, présence lors d'animations sur le territoire...) et édite des supports à l'échelle métropolitaine

### ◆ Améliorer l'expérience client à travers un développement numérique équilibré : complémentarité entre accueil touristique réel et virtuel, citypass, développement de la marketplace et pour commercialiser les offres du territoire, vigilance sur la dépendance aux plateformes internationales, accueil le plus personnalisé possible

### ◆ Sensibiliser les professionnels aux bons gestes d'accueil et favoriser l'interconnaissance de ces acteurs

### ◆ Accompagner les problématiques de recrutement de la filière considérant que les professionnels du tourisme portent la qualité de la destination, celle-ci pouvant être affectée par des problématiques de sous-effectif, de manque d'expérience voire de démotivation



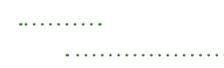
Thomas Crabot



Domaine de Cice Blossac



## 5 | ADAPTER L'OFFRE D'HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES AUX OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE MÉTROPOLITAINE



La stratégie touristique se décline aussi à travers les orientations en matière d'hébergement touristique. Ceux-ci doivent servir les axes stratégiques : tourisme responsable, itinérance douce, patrimoine naturel, évolution du tourisme d'affaires...

### LEVIERS



#### ◆ Soutenir et moderniser les hébergements touristiques

- Construire un parcours d'accompagnement personnalisé
- Soutenir financièrement la modernisation et à la transformation de l'hébergement touristique indépendant

#### ◆ Inscrire le parc d'hébergement dans une démarche écoresponsable

- Accompagner les hébergeurs dans une démarche RSE : transition énergétique, responsabilité sociétale, gestion des déchets, nouvelles mobilités, circuit court...
- Suivre et encadrer le parc des meublés de tourisme

#### ◆ Accueillir les initiatives à moyen terme en veillant à l'équilibre du parc

- Favoriser la création d'hébergements nature propices au développement du tourisme d'agrément (hébergements insolites, caban'étapes)
- Favoriser les nouveaux concepts pour répondre aux nouvelles attentes des clientèles agrément et affaires (« bleisure », durabilité, ouverture sur la ville, personnalisation)
- Cibler le développement dans les secteurs à enjeux (centre-ville, Via Silva, quart sud-ouest, Vallée de la Vilaine...)

# 3

# UNE AMBITION TOURISTIQUE ACTUALISÉE





L'ambition votée par la Métropole en 2013 reste d'actualité mais est à adapter au regard du chemin parcouru et des nouveaux enjeux. Cette ambition a donc été complétée de la façon suivante :

#### Faire de la métropole rennaise :

- une destination de courts séjours urbains, de rencontres professionnelles et de **tourisme tranquille\*** référente à l'échelle nationale voire au-delà,
- également une destination d'excursions pour les touristes bretons et les habitants,
- qui développe des offres **responsables et porteuses de l'identité du territoire**,
- en adéquation avec ses valeurs de qualité, d'innovation et de durabilité.

\* Le tourisme tranquille ou slow tourisme, désigne une tendance à « un tourisme à rythme lent, garant d'un ressourcement de l'être, peu émetteur de CO<sub>2</sub>, synonyme de patience, sérénité, découverte approfondie, d'amélioration des connaissances et des acquis culturels, de reconnexion avec la nature ».



## DESTINATION RENNES, LA SPL AU SERVICE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

Créée en 2013, la Société Publique Locale Destination Rennes a pour mission le développement de l'attractivité du territoire, la valorisation de ses excellences économiques, académiques, culturelles et touristiques et la déclinaison d'un plan d'actions en adéquation avec la stratégie touristique métropolitaine. Elle assure également l'exploitation et la gestion de l'office de tourisme métropolitain, installé rue de St Malo, et du centre des Congrès du Couvent des Jacobins. La SPL Destination Rennes est fortement engagée en faveur d'un tourisme plus responsable en ayant obtenu la certification ISO 20121 et le label Destination Innovante et Durable. La démarche portée par la SPL s'attache aussi à associer et mobiliser le maximum d'acteurs de la destination pour proposer une offre de services durables et respectueuses de l'environnement, en réponse aux exigences de la clientèle et cohérente avec l'ambition touristique métropolitaine.





METROPOLE  
vivre en intelligence  
Rennes

Direction de la communication  
Prestations graphiques/Esther Lann-Binoist  
juillet 2022

Hôtel de Rennes Métropole  
4, avenue Henri-Fréville | CS 93111  
35031 Rennes Cedex

Service Commerce-Tourisme  
commercetourismearennes@rennesmetropole.fr  
02 99 86 64 60

[www.metropole.rennes.fr](http://www.metropole.rennes.fr)

Photos de couverture : Thomas Crabot - Franck Hamon -  
Elie Lahoud-Pinot - Arnaud Louby - Ludovic Maisant -  
Bruno Mazodier - Julien Mignot