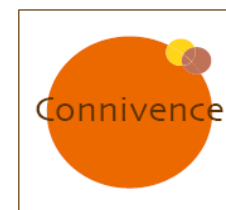




BLEZAT CONSULTING



MARKETING ET
MANAGEMENT
DES SERVICES

**Mission d'étude et d'assistance relative
à la définition de la politique touristique sur le territoire
de la Communauté de communes du Pays Roussillonnais**

Fiches actions



Février 2010

i. **Plan d'actions (rappel)**



Plan d'actions : vue d'ensemble

Axe 1 : Développement d'un véritable pôle accueil sur le territoire

• A court / moyen terme :

- 1) **Améliorer l'accès et la signalétique** routière sur l'ensemble du territoire, en particulier depuis les grands axes (sorties autoroute...)
- 2) **Développer des infrastructures d'accueil** (point information/OTSI, hébergement, restauration, location vélo...) aux entrées sur le territoire, traitées et repérées comme telles.
- 3) **Développer une offre de services** et d'accueil pour les cyclistes et les marcheurs le long des itinéraires : accueil, restauration, réparation...
- 4) **Augmenter et améliorer la capacité d'accueil** (hébergement) du territoire

• A long terme :

- 5) **Créer un OTSI / agence réceptive** sur le territoire

Axe 2 : Recentrage de la Maison de Pays sur la valorisation des patrimoines du territoire

- 1) **Redéfinir les missions et les postes de la Maison de Pays**
- 2) **Créer un événement original** sur le territoire pour le faire connaître et se différencier
- 3) **Créer un produit / une recette « emblématique »**, en lien avec le lieu « vitrine »
- 4) **Développer une offre pédagogique autour des fruits**
- 5) **Soutenir le projet de magasin des produits locaux** (aide à l'implantation) et étudier les synergies possibles avec la politique touristique de la CCPR

Plan d'actions : vue d'ensemble

Axe 3 : Développement d'une offre touristique « verte et bleue » le long du Rhône

- 1) **Faire émerger une offre « nautisme » autour du Rhône** (en lien avec la base de loisirs des Roches, l'Espace Eaux Vives...) :
 - a) Une offre « familiale » plutôt ludique,
 - b) Une offre plus « sportive »,
 - c) Une offre « seniors » plus patrimoniale, découverte...
- 2) **Développer une offre complète et attractive autour de la véloroute / voie verte**
- 3) **Créer des produits touristiques associant les offres verte et bleue**
- 4) **Proposer des outils d'information efficaces** (cartographie, topoguide...) pour favoriser la randonnée sur les différents itinéraires

Actions transversales

- 1) **Gouvernance :**
 - Organisation de l'activité touristique sur le territoire,
 - Association des acteurs du tourisme à la dynamique,
 - Accompagnement des porteurs de projet et appel à projet.
- 2) **Communication :**
 - Repenser et harmoniser les supports de communication
 - Proposer une information touristique continue et efficace depuis les accès (signalétique) jusque sur les sites de visite ou d'activité.



ii. **Axe 1 : Développer un véritable pôle accueil sur le territoire**

Fiche action n°1 : Améliorer l'accès et la signalétique

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF : Améliorer l'accès et la signalétique routière en particulier depuis les grands axes (sorties d'autoroutes) :

- Localisation et fléchage des principaux sites touristiques,
- Balisage des principaux sentiers de randonnées pédestres et cyclistes, en particulier véloroutes, voies vertes,
- Cartographie des sites et circuits, avec application sur des lieux stratégiques (sites, parkings randonneurs...) sur panneaux, tables d'orientation...

PRE-REQUIS :

- Cibler les « points stratégiques » à indiquer : entrées, sites touristiques/de loisirs majeurs...
- Référencement des différentes chartes de balisage applicables (PDIPR, Léman à la Mer...), définition d'une charte complémentaire CCPR

OBJECTIFS VISES : Améliorer la visibilité touristique du territoire. Susciter l'intérêt des touristes de passage, rendre l'accès aux sites et circuits faciles.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, CRDP, RRA et CG pour les axes qui les concernent, **Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)**

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

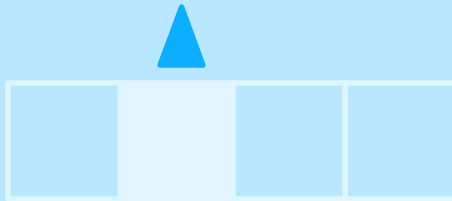
De 1 à 2 ans

Plus de 2 ans

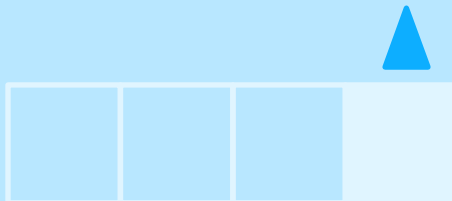
· Fiche action n°1 : Améliorer l'accès et la signalétique

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR, CDRP, Associations de marcheurs, Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)	Réunions de travail : état des lieux, définition des besoins	T2 2010
CCPR	Rédaction cahier des charges et définition du budget	T3 2010
CCPR	Diffusion appel d'offre, sélection du prestataire	T3 2010
CCPR	Mise en oeuvre	Début 2011

Fiche action n°2 : Développer des infrastructures d'accueil aux entrées du territoire

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Développer les infrastructures d'accueil aux entrées du territoire en fonction des cibles de clientèle visées :

- Points information / OTSI, a minima un panneau d'information
- Offre d'hébergement et de restauration
- Offre de services aux randonneurs (location vélo, parking, accès balisés et sécurisés, aires de repos, de jeux, de pique nique...

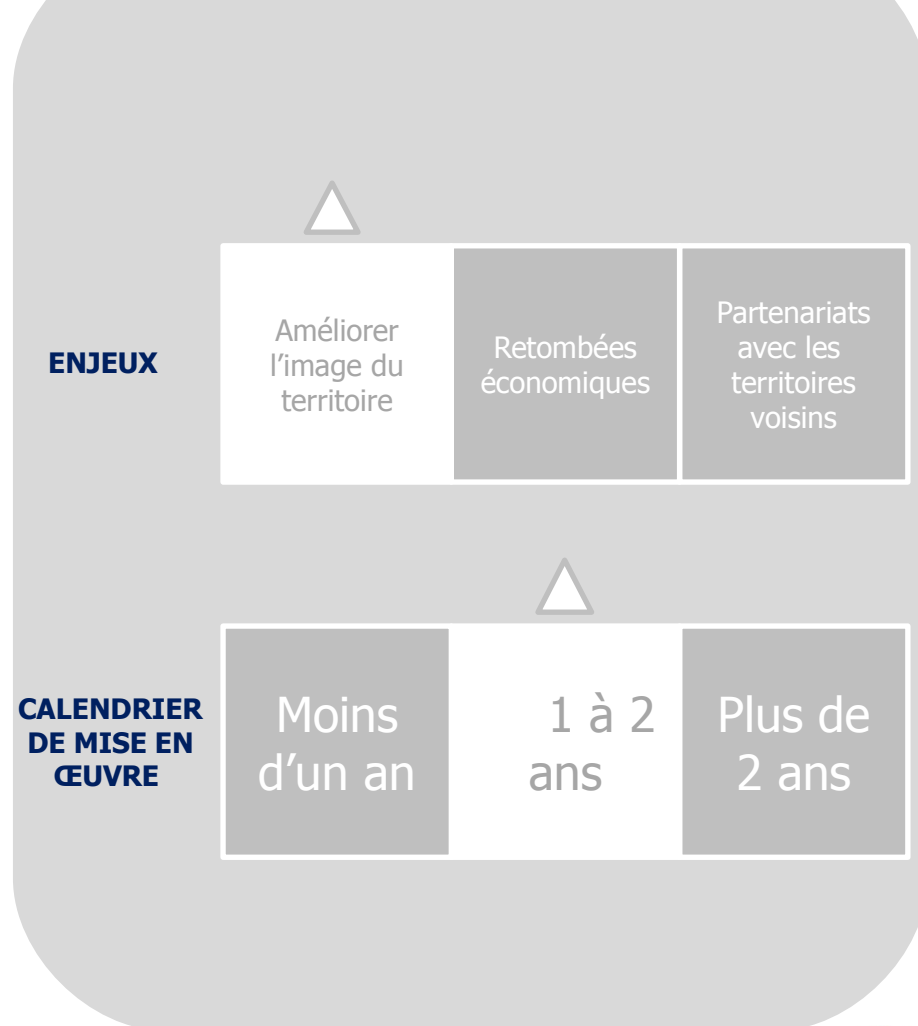
PRE-REQUIS : Définir et positionner les deux principales entrées du territoire :

- **Entrée Sud (par la sortie autoroute de Chanas)** = Entrée principale. Clientèle autoroutière (passage, flux importants). Travaux d'aménagement nécessaires pour requalifier la zone et la rendre attractive (urbanisme et paysage). Nécessité d'implanter un véritable pôle d'accueil (à jumeler avec le projet de Maison des produits locaux)
- **Entrée Nord (par les Roches de Condrieu)** = Entrée secondaire. Clientèle de proximité (agglomération lyonnaise), de passage, randonneurs... Besoin d'un point information (en lien avec la base de loisirs). Départ des circuits de randonnée : besoin cartographie, balisage... Développer une offre de services à destination des randonneurs

OBJECTIFS VISES : Se positionner tout de suite comme un territoire d'accueil. Soigner l'image du territoire aux entrées, informer et guider les touristes potentiels pour les inciter à pénétrer sur le territoire. Prise en charge des touristes dès leur arrivée sur le territoire : offre proposée, tarifs, itinéraires...

ACTEURS CONCERNES : CCPR , Maison de Pays* et acteurs professionnels du tourisme

Typologie de l'action



*Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)



· Fiche action n°2 : Développer des infrastructures d'accueil aux entrées du territoire

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR, responsables base de loisirs des Roches de Condrieu Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)	Entrée Nord : réunions de définition du projet, des modalités à mettre en œuvre, chiffrage des investissements nécessaires	T2 et T3 2010
CCPR et porteurs de projets « Maison des produits locaux »	Entrée Sud : prise de contact, présentation du projet et échéances, synergies possibles, en parallèle	T2 et T3 2010
CCPR	Etude urbaine et paysagère en lien avec le projet de la zone Plein Sud et la Maison de produits locaux	Lancement T2 2010 Réalisation T3/4

Remarque : Les points accueil pourraient être confiés à une gestion privée dans le cadre d'un contrat de délégation de service public. La CCPR pourrait prendre en charge les investissements de départ : achat du terrain + construction des bâtiments. Des synergies seront à étudier avec le point de vente de produits locaux (bâtiments à proximité, mutualisation de moyens...) A plus longue échéance : possibilité de travailler avec les territoires voisins, et d'envisager la création d'une agence réceptive.

· **Fiche action n°3 : Développer une offre de services et d'accueil pour les marcheurs et les cyclistes le long des itinéraires**

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Aménagement et valorisation des itinéraires pédestres et cyclistes du territoire, grâce au développement d'une offre de services destinée (et adaptée) aux marcheurs et aux cyclistes :

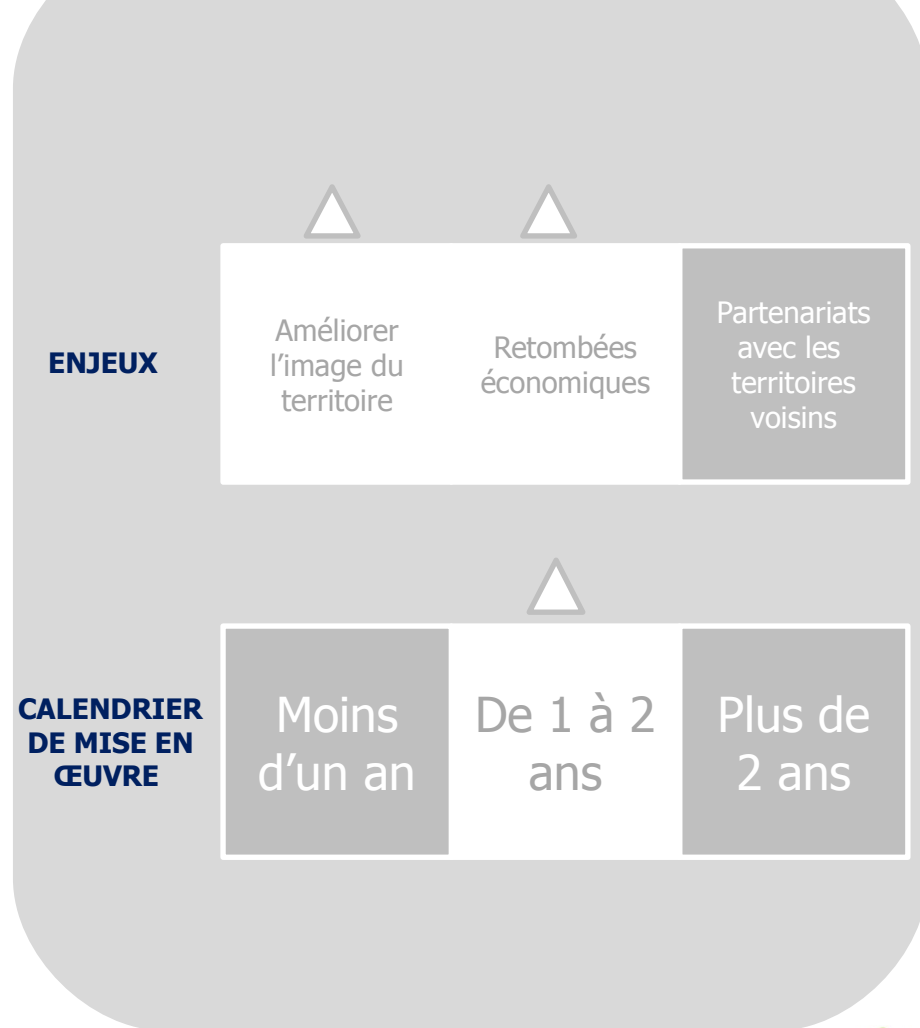
- Information : Panneaux de présentation des itinéraires, niveau de difficulté, temps estimé...ET services proposés le long du parcours;
- Réparation, nettoyage;
- Location matériel (y compris une offre de produits originaux : vélos électriques, Segway...);
- Restauration, hébergement...

PRE-REQUIS : Une prise en charge, par la CCPR, d'une partie des infrastructures : panneaux information, stations de nettoyage, parc de stationnement... Un effort de prospection + aide à l'installation pour attirer des porteurs de projets le long des itinéraires. Des itinéraires à élaborer en collaboration avec différents acteurs du territoire (Maison de Pays, associations...) et en cohérence avec l'offre touristique du territoire (sites touristiques, paysages remarquables...)

OBJECTIFS VISES : Développer l'attractivité des itinéraires du territoire. Se démarquer des territoires voisins et renforcer le positionnement de territoire « étape » accueillant. Développer une offre touristique « marchande » le long d'itinéraires gratuits.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, Maison de Pays* Associations de cyclistes et de marcheurs (entre autres), responsables de sites touristiques...

Typologie de l'action



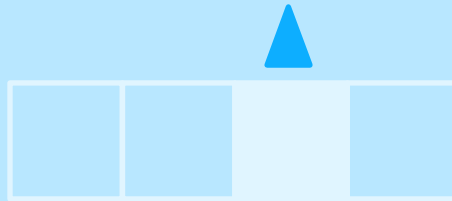
*Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)



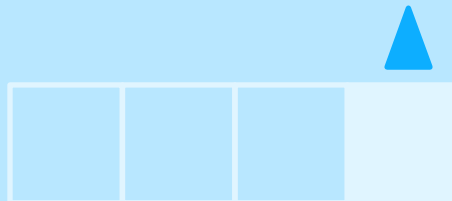
- **Fiche action n°3 : Développer une offre de services et d'accueil pour les marcheurs et les cyclistes le long des itinéraires**

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR et partenaires, associations de marcheurs, cyclistes, professionnels, Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)	Réunions de travail : finalisation des itinéraires, inventaire des prestataires existants, définition des besoins et des manques	T2 2010
CCPR	Aménagement et balisage des itinéraires + communication	A partir de T4 2010
CCPR	Prospection, appels à projet et aide à l'implantation des porteurs de projets	T1 2011

Fiche action n°4 : Augmenter et améliorer la capacité d'accueil du territoire

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Développer l'hébergement marchand sur le territoire.

Quantitativement : Favoriser l'implantation ou la rénovation de structures d'accueil (hôtels, chambres d'hôtes, gîtes, hébergements insolites de charme...) suivant deux logiques :

- Logique fonctionnelle / étape : hôtellerie économique près des grands axes par exemple
- Logique plaisir / séjour : hébergements de charme et/ou insolite côté collines

Qualitativement :

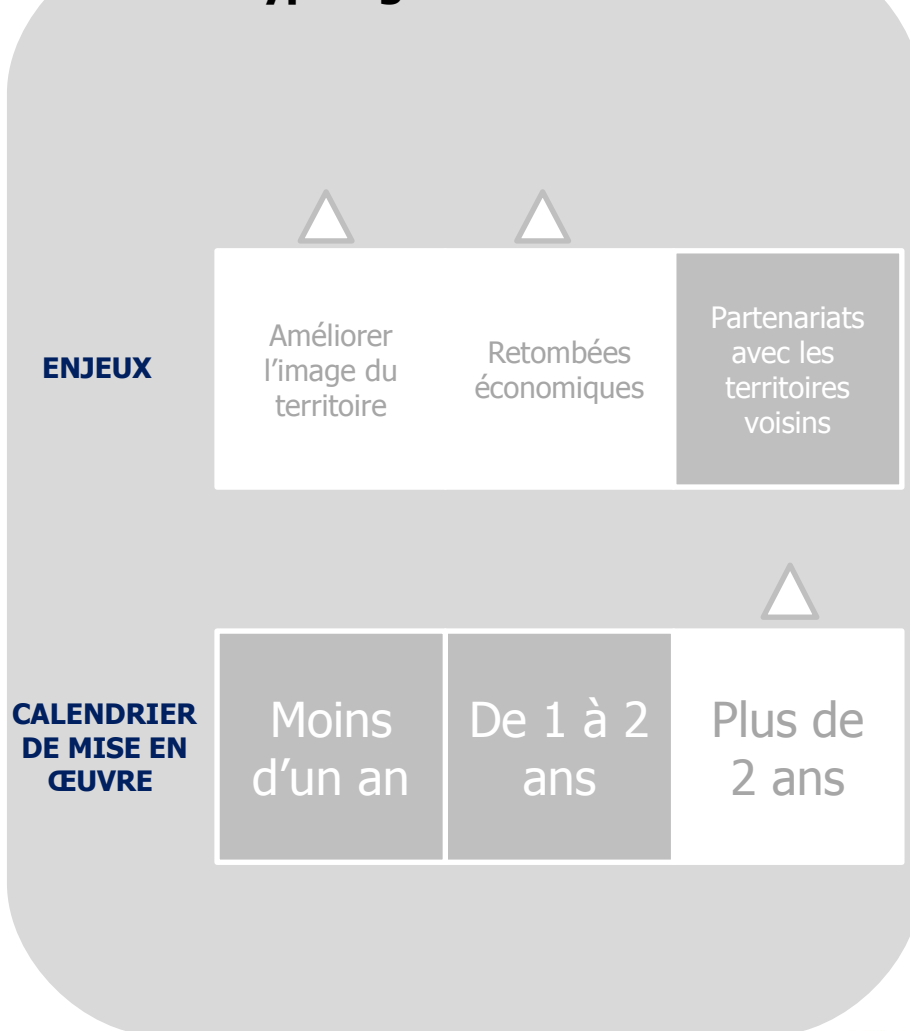
- Privilégier une offre de qualité, adaptée aux courts séjours et aux nuitées de passage;
- Labellisation des hôtels et des chambres d'hôtes existant (point de repère et gage de qualité pour la clientèle, indispensable aux clientèles étrangères)
- Professionnalisation des acteurs du tourisme : formation du CDT (promotion, communication, mise en marché), de la Maison de Pays (Eductours sur le territoire, à la découverte des activités proposées, du patrimoine...)

PRE-REQUIS : Veille foncière et mise à disposition de terrains sur et/ou à proximité de la zone Green Center.

OBJECTIFS VISES : Développer l'attractivité du territoire. Pour mémoire, une des premières motivations des touristes « verts » est la qualité/le charme du logement (cf. étude tourisme rural en Isère). Optimiser les retombées économiques du tourisme.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, Maison de Pays*, CDT, CCI Nord Isère, Gîtes de France et acteurs privés

Typologie de l'action



*Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)



· Fiche action n°4 : Augmenter et améliorer la capacité d'accueil du territoire

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR, CDT	Campagne de sensibilisation auprès des professionnels touristiques : formations proposées, labels qualité...	T3 2010
Maison de Pays	Organisation des « Eductours » pour les hébergeurs touristiques	T3 2010
CCPR, CCI, CDT	Prospection, appels à projet aide à l'implantation et accompagnement des porteurs de projets : veille foncière et mise à disposition de terrains près de Green Center...	Dès T2 2010
CCPR, CDT	Mise en place d'un outil de suivi des projets et des porteurs de projets sur le territoire	T4 2010

· **Remarque** : la Région Rhône-Alpes a mis en place un dispositif d'aide à l'ingénierie en amont de projet d'hébergement touristique, via le « chéquier expertise », qui finance des études d'opportunité et de faisabilité de projet d'hébergement touristique.

· Fiche action n°5 : Création d'une « agence réceptive »

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF : A moyen/long terme, renforcer le pôle accueil par une véritable agence réceptive ou OT à vocation commerciale, en charge de :

- Accueil des touristes,
- Disponibilités et réservations d'hébergements touristiques,
- Gestion de tout ou partie des prestations terrestres,
- Organisation et exécution d'excursions,
- Transmission de l'information,
- Conception et commercialisation de produits touristiques,
- Promotion des territoires adhérents (CCPR et territoires voisins).

PRE-REQUIS : Une crédibilité et expérience de la promotion du territoire, pour convaincre les territoires voisins. Une collaboration indispensable avec les territoires voisins : commercialisation commune (centrale de réservation), offre touristique commune... Nécessité d'étendre le périmètre d'intervention de l'agence réceptive pour atteindre la « taille critique » nécessaire. Etude de faisabilité à réaliser.

OBJECTIFS VISES : Positionner définitivement le territoire de la CCPR comme un territoire d'accueil, en créant de la valeur ajoutée. Promouvoir l'offre touristique du territoire et des territoires voisins. Confier la commercialisation et la promotion de l'offre touristique à des professionnels pour un maximum d'efficacité.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, territoires voisins (élus, techniciens, professionnels du tourisme), acteurs professionnels.

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer
l'image du
territoire

Retombées
économiques

Partenariats
avec les
territoires
voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins
d'un an

De 1 à 2
ans

Plus de
2 ans

· Fiche action n°5 : Création d'une « agence réceptive »

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR	Prise de contact avec les territoires voisins pour une première sensibilisation (techniciens et élus en charge du tourisme)	T3 2010
CCPR	Etude d'opportunité et de faisabilité de la création d'une structure de commercialisation / agence réceptive dans le secteur	Début 2011
CCPR	Identification et prospection des partenaires potentiels publics et privés	Courant 2011

Remarque : la CCPR pourrait prévoir de mettre assez rapidement en place un point d'information à proximité de la sortie d'autoroute de Chanas dans le cadre de la requalification de la zone au droit de l'échangeur, de la création de la zone Plein Sud, en lien avec le magasin de produits locaux. La dimension privée et commerciale pourrait venir dans un second temps.



iii. **Axe 2 : Recentrer la mission de la Maison de Pays sur la promotion des patrimoines du territoire**

Fiche action n°6 : Redéfinir les missions et les postes de la Maison de Pays

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Recentrer les missions de la Maison de Pays sur sa vocation première, c'est-à-dire l'animation et la valorisation du patrimoine et des produits de terroir :

- Patrimoine bâti,
- Gastronomie et produits de terroir,
- Savoir-faire et artisanat...

La Maison de Pays assurerait ainsi les fonctions :

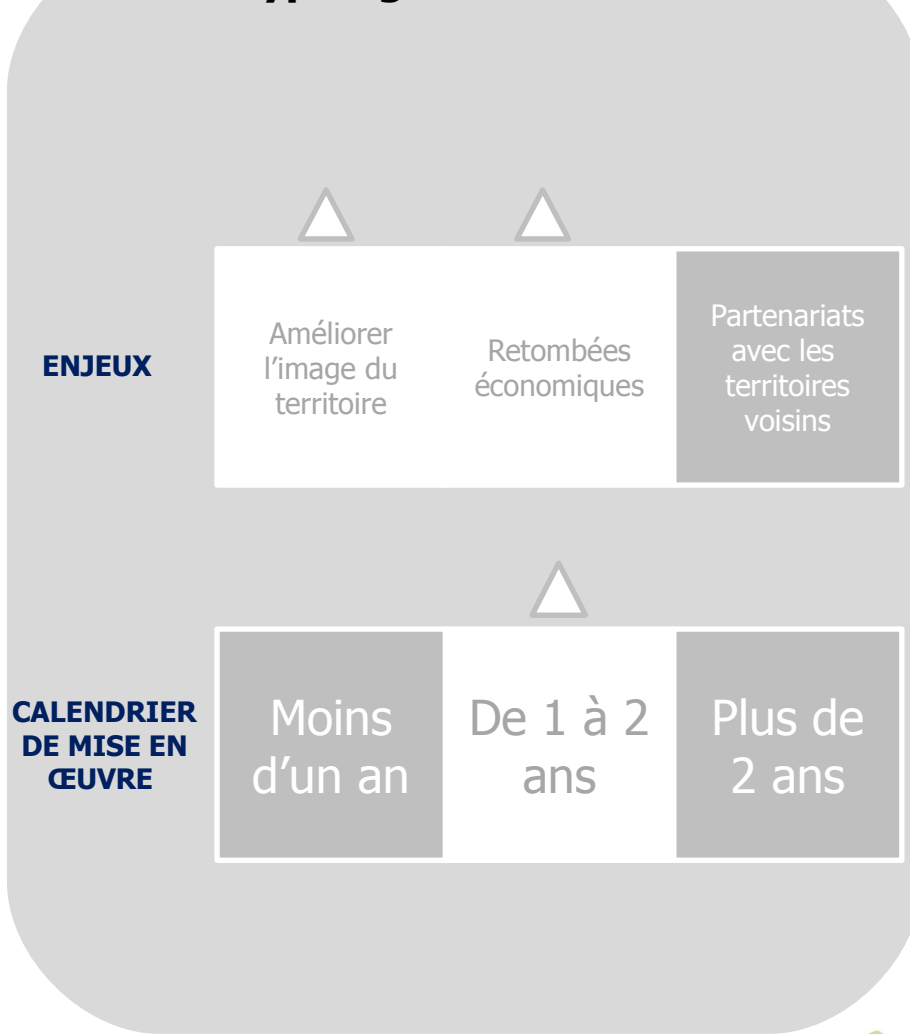
- D'animation des acteurs concernés,
- Développement de prestations (visite, dossier pédagogique...) et accompagnement de projets dans ce domaine,
- De promotion et de communication autour de ces aspects.

PRE-REQUIS : Associer la Maison de Pays et ses adhérents à la démarche. Définir conjointement avec la Maison de Pays, une « feuille de route » à mettre en œuvre dans le temps

OBJECTIFS VISES : Donner à la Maison de Pays les moyens d'assurer la promotion et le développement de l'offre « patrimoniale » du territoire, au sens large (patrimoine bâti, paysager, de savoir-faire, industriel, historique, linguistique...). Mettre en valeur les spécificités du territoire, pour qu'il soit indéniable et différenciable. Valoriser les acteurs du territoire (agriculteurs, artisans, artistes...) et les faire travailler ensemble pour être mieux identifiés.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, Maison de Pays, socioprofessionnels des filières concernées.

Typologie de l'action

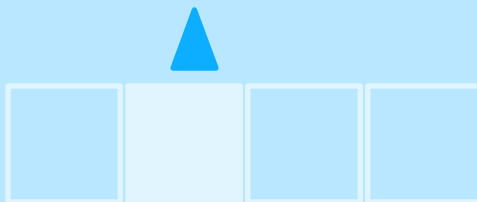


· Fiche action n°6 : Redéfinir les missions et les postes de la Maison de Pays

Appréciation de l'action

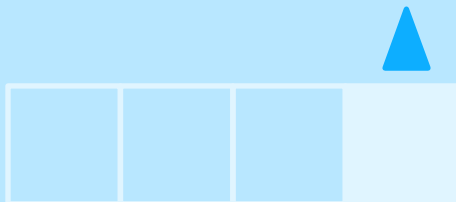
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR et Maison de Pays	Réunion : présentation résultats de l'étude, échange sur les modalités de redéfinition des missions de la Maison de Pays.	T1 2010
CCPR , Maison de Pays (et consultants)	Elaboration et validation de la nouvelle « feuille de route » de la Maison de Pays, mise au point d'un calendrier de mise en oeuvre	T2 2010
CCPR, Maison de Pays (éventuel accompagnement consultants)	Mise en place progressive des décisions	Dès T3 2010

Fiche action n°7 : Créer un événement original sur le territoire pour se différencier et se faire connaître

DESCRIPTION DE L'ACTION

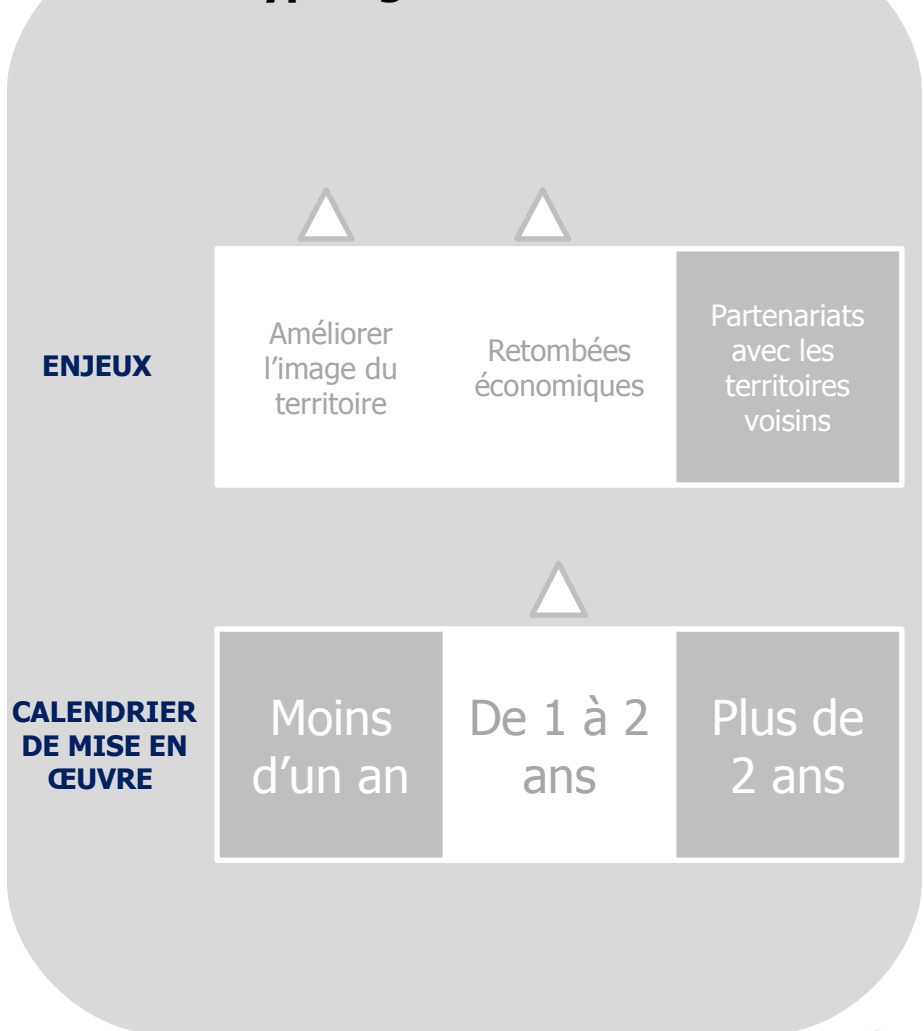
DESCRIPTIF : Compte tenu du manque d'attractivité touristique du territoire d'un côté et de la richesse du territoire en personnes ressources de l'autre, la CCPR pourrait développer un événement fort qui lui soit spécifique, capable d'intéresser aussi bien les populations locales, que les clientèles de proximité ou celles de passage. Avant de lancer le projet, étudier l'opportunité et la faisabilité de créer un tel événement sur le territoire.

PRE-REQUIS : Pour avoir un impact significatif, nécessité de créer un événement d'envergure, original, propre au territoire et en lien direct avec une ou des spécificités du territoire. Nécessité également d'y mettre des moyens humains et financiers, tant dans son organisation qu'en promotion et communication.

OBJECTIFS VISES : Attirer l'attention sur le territoire, et donc les touristes. Profiter de l'occasion pour faire connaître le territoire.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, acteurs locaux (associations, professionnels du tourisme, habitants de la CCPR...), Maison de Pays

Typologie de l'action

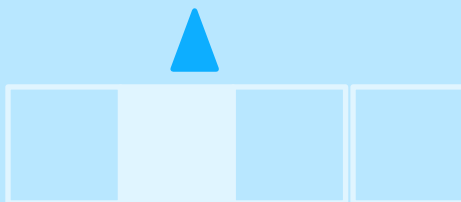


- **Fiche action n°7 : Créer un événement original sur le territoire pour se différencier et se faire connaître**

Appréciation de l'action

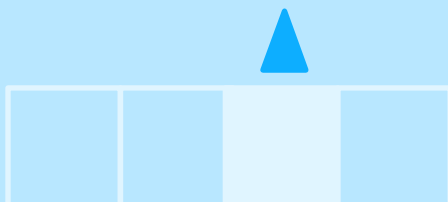
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR, puis Maison de Pays

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR, Maison de Pays, Associations, habitants...	Création et animation d'un groupe de travail (inventaire de l'existant, des éventuels projet et recherche idées)	T4 2010
CCPR, Maison de Pays, Associations, habitants...	Etude de faisabilité du projet	T1 2011
CCPR, Maison de Pays	Soutien au projet : communication, mise à disposition des locaux et infrastructures, financement (?)	Courant 2011
Maison de Pays	Organisation, planification de l'évènement	2012

Fiche action n°8 : Créer une recette / un produit emblématique, en lien avec le projet de magasin de pays

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF : Développer une recette ou un produit emblématique, élaboré à partir des productions locales. Communiquer autour de ce produit, pour mettre en avant l'identité et les savoir-faire locaux.

PRE-REQUIS : L'élaboration d'une recette demande du temps et des moyens, et on n'est pas certain d'aboutir à quelque chose de concluant. Les professionnels (agriculteurs, restaurateurs, artisans...) doivent se rencontrer et travailler ensemble pour plus d'efficacité. Pour plus d'impact et de cohérence, la recette doit avoir un lien fort avec le territoire (utilise les produits emblématiques du territoire, ancienne recette oubliée...). Une collaboration avec la Maison de Pays, les associations locales, voire une consultation des habitants de la CC peut être engagée.

OBJECTIFS VISES : Mettre en avant les produits du territoire. Créer une véritable « identité » au territoire. Susciter la curiosité et attirer les touristes (gastronomes). Communiquer sur le territoire et ses savoir-faire, à travers un produit.

ACTEURS CONCERNES : La Maison de Pays peut jouer le rôle d'animateur. Professionnels (agriculteurs, restaurateurs, artisans), et éventuellement les associations locales et les habitants de la CCPR (personnes âgées) pour les idées.
Le rôle de la CCPR se limite à des actions de soutien (ex: mise à disposition des locaux)

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

De 1 à 2 ans

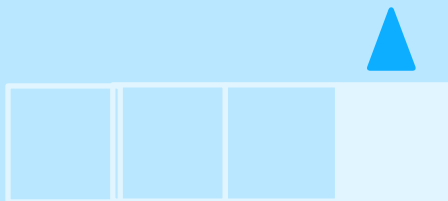
Plus de 2 ans

- Fiche action n°8 : Créer une recette / un produit emblématique, en lien avec le projet de magasin de pays

Appréciation de l'action

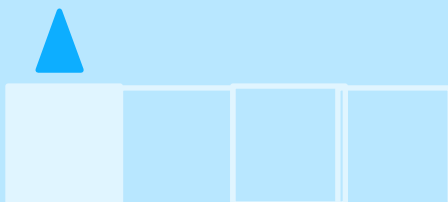
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : Maison de Pays

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
Maison de Pays	Organisation d'une réunion entre les professionnels de la filière pour « lancer » le projet	T4 2010
Maison de Pays, associations locales	Travail de recherche sur les recettes « historiques » du territoire	T4 2010
CCPR	Mise à disposition d'une salle pour permettre aux professionnels de se rencontrer	T4 2010
CCPR	Publication dans le journal de la CCPR d'un « appel à souvenir » sur des recettes locales oubliées	T4 2010
Professionnels	Organisation de rencontres régulières	2011

Fiche action n°9 : Développer une offre pédagogique autour des fruits

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF : Proposer une offre touristique pédagogique autour de la production et de la transformation des fruits, à destination des scolaires, périscolaires, mais aussi des couples avec enfants et petits-enfants. Par exemple :

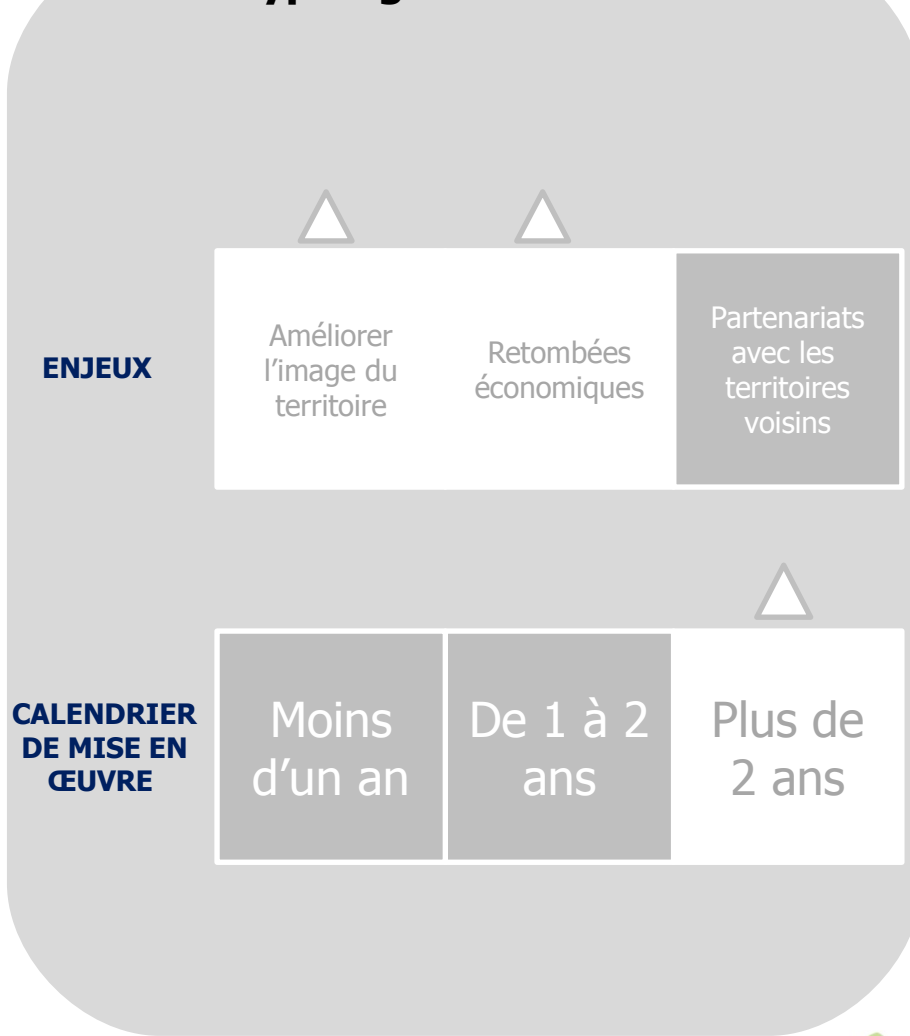
- Sentiers thématiques, avec parcours dans les vergers et panneaux pédagogiques, selon les saisons,
- Fermes pédagogiques,
- Vergers et jardins pédagogiques : Production de fruits rares ou anciens,
- Base de données sur les fruits (origine, historique, possibilité de transformation, voire recettes...)
- Dossiers pédagogiques en partenariat avec les écoles...

PRE-REQUIS : Convaincre les producteurs du territoire de l'intérêt de la démarche (et pour cela les impliquer très en amont, voire les inciter, les sensibiliser). Sécuriser et mettre les infrastructures d'accueil aux normes (pour l'accueil des scolaires), en développer de nouvelles ou trouver des partenaires à l'extérieur du territoire (manque de fermes pédagogiques)

OBJECTIFS VISES : Développer l'offre touristique, en soutenant l'agriculture locale (diversification, source de revenus complémentaires...). Répondre à une demande croissante. Mettre en valeur les produits et les savoir-faire du territoire.

ACTEURS CONCERNES : Maison de Pays (animation, promotion, communication), agriculteurs. Des partenariats à développer avec la Maison familiale, l'ISARA...

Typologie de l'action



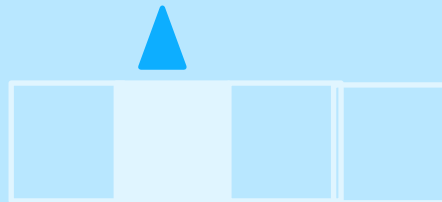
· Fiche action n°9 : Développer une offre pédagogique autour des fruit

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : Maison de Pays

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
Maison de Pays et agriculteurs	Présentation du projet, sensibilisation des agriculteurs et recherche de porteurs de projets	T 2 2010
Maison de Pays et agriculteurs	Constitution et animation d'un groupe de travail, définition d'un programme d'actions	T 4 2010
CCPR	Soutien financier au programme d'actions : prise en charge d'une partie des investissements (?)	2011
Maison de Pays	Développement de partenariat avec Maison Familiale, ISARA, chambre d'agriculture...	2011

· **Fiche action n°10 : Soutenir le projet de magasin des produits locaux (aide à l'implantation) et étudier les synergies possibles avec la politique touristique de la CCPR**

DESCRIPTION DE L'ACTION

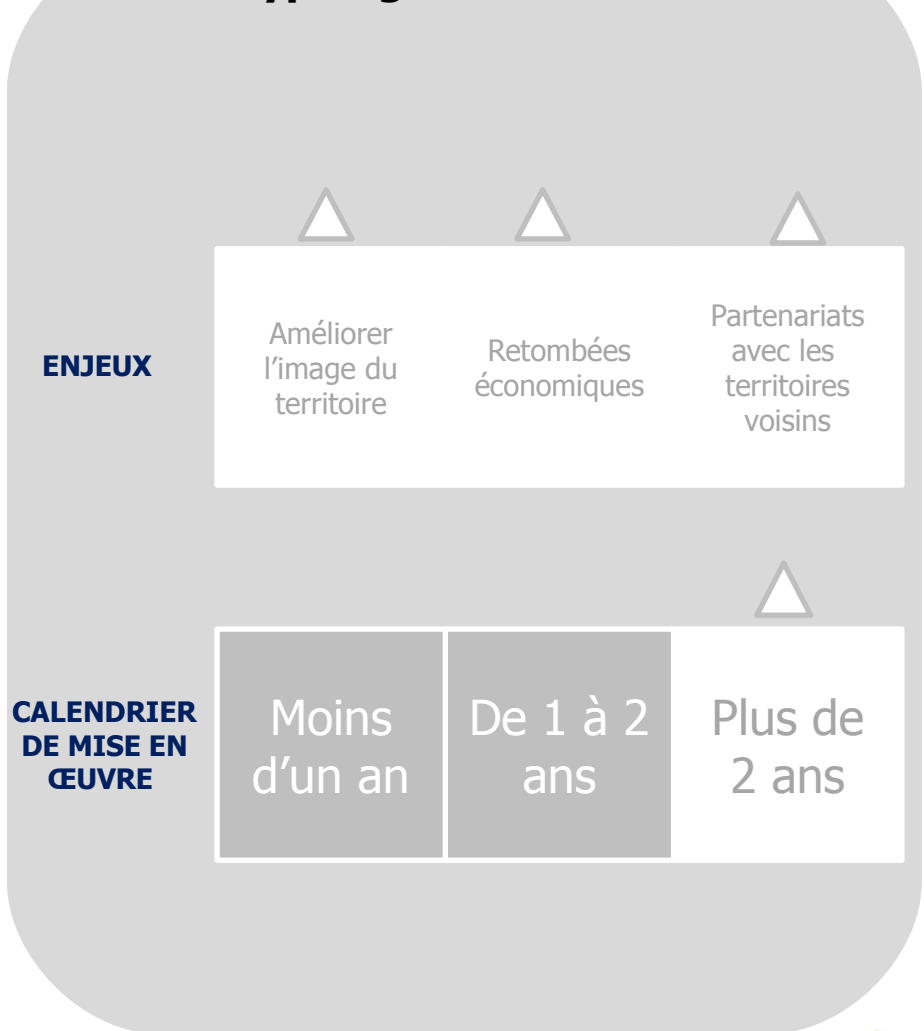
DESCRIPTIF : Soutenir le projet innovant des agriculteurs de Rhône-Pluriel de créer un magasin de produits locaux. Le soutien de la CCPR peut prendre la forme d'une aide à l'implantation : vente d'un terrain, implantation géographique « stratégique », développement des infrastructures connexes (voirie, parking...)
Si le projet voit le jour : promotion, communication autour du magasin..., couplage avec un point information touristique

PRE-REQUIS : Rencontrer les porteurs de projets : présentation du projet, besoins, attentes, échéances... Maîtrise foncière de la zone Plein Sud.

OBJECTIFS VISES : Soutenir une initiative privée innovante, susceptible d'attirer des touristes de proximité et de valoriser l'image du territoire. Développer des synergies avec d'autres axes de la politique de développement touristique de la CCPR - par exemple :
- Le réaménagement de la porte d'entrée Sud et le développement du pôle accueil
- Les sentiers pédagogiques du fruit,
- L'événement et/ou la recette emblématique...

ACTEURS CONCERNES : CCPR et agriculteurs, Maison de Pays (animation et promotion)

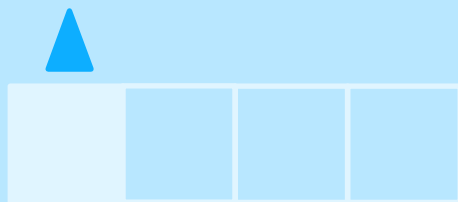
Typologie de l'action



Fiche action n°10 : Soutenir le projet de magasin des produits locaux (aide à l'implantation) et étudier les synergies possibles avec la politique

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR	Prise de contact auprès des agriculteurs	T 2 2010
CCPR et agriculteurs	Réunion de travail : présentation du projet, besoins, attentes réciproques...	T 2 2010
CCPR	Soutien au projet, aide à l'implantation	Dès T3 2010
Maison de Pays	Promotion et communication autour du projet	2011





iv. **Axe 3 : Développer une offre touristique globale le long du Rhône**

Fiche action n°11 : Faire émerger une offre « nautisme » autour du Rhône

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Développer une offre commune aux différents territoires et acteurs du tourisme nautique sur le Rhône : Syripel, Base de loisirs des Roches de Condrieu, Espace Eaux Vives...

Développer et proposer une offre variée et ciblée :

-Clientèle familiale : activités ludiques, initiation, découverte... L'offre doit être notamment adaptée, pour partie, aux jeunes enfants.

-Clientèle sportive : sports nautiques, compétitions...

-Clientèle senior : découverte, lien avec le patrimoine, mise en valeur des paysages et du milieu naturel, modes de déplacement doux...

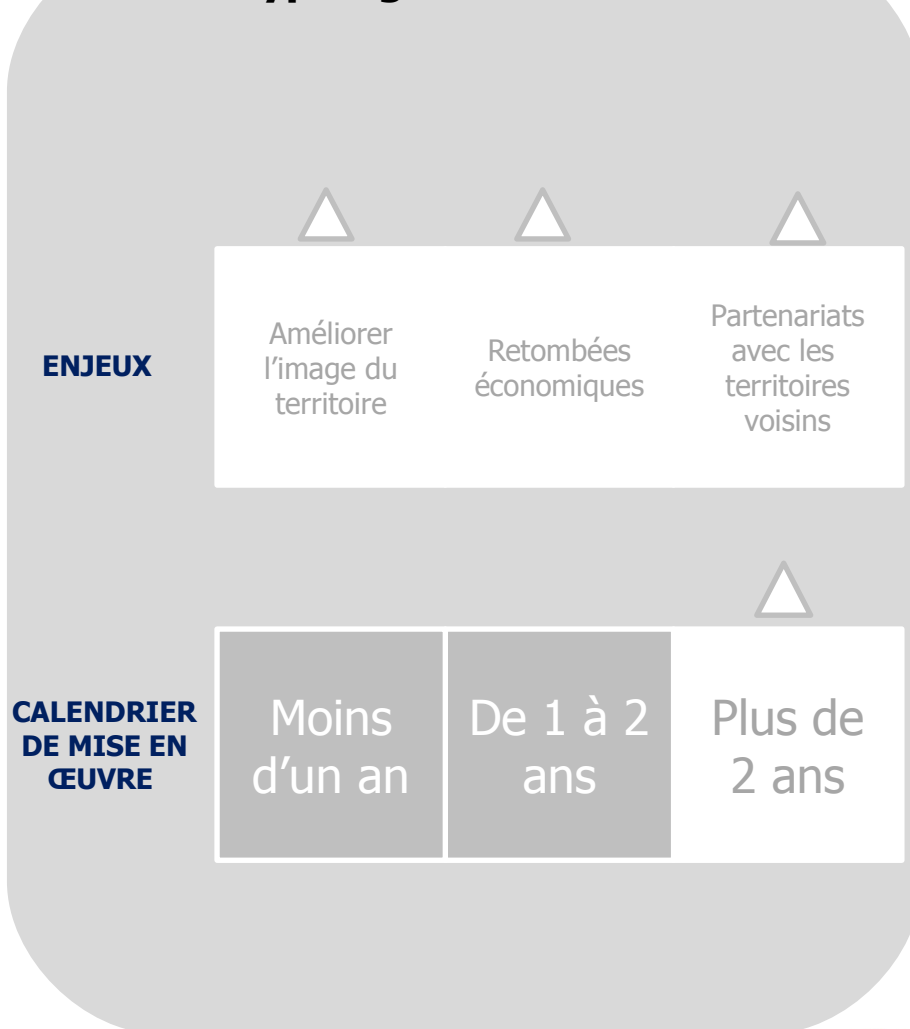
Une offre à développer en lien avec la véloroute.

PRE-REQUIS : Implication et collaboration des acteurs publics et privés. Prise en compte des contraintes environnementales et de la protection de l'environnement.

OBJECTIFS VISES : Valoriser le Rhône. Développer une offre attractive et ludique, adaptable à tous les publics.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, territoires voisins (Pilat, Condrieu), acteurs privés du tourisme nautique et cycliste, associations de joutes, cyclistes et de protection de l'environnement (*Réserve de la Platière...*).

Typologie de l'action

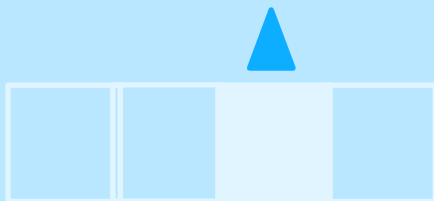


Fiche action n°11 : Faire émerger une offre « nautisme » autour du Rhône

Appréciation de l'action

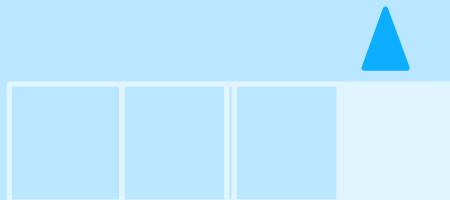
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR / SYRIPEL

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR, élus des territoires voisins	Présentation et mise en commun des projets en cours de part et d'autre du Rhône, identification de synergies possibles, en matière d'investissement, d'infrastructures...	T2 2010
Professionnels du tourisme	Rencontre et constitution d'un groupe de travail pour mise en réseau des acteurs, identification d'actions communes : création d'offres packagées, promotion, communication...	1ère rencontre T2 2010 Groupe travail T4 2010
SYRIPEL, professionnels	Promotion d'une offre par cible (famille, jeunes, seniors)	A partir de 2011

Fiche action n°12 : Développer une offre complète et attractive autour de la véloroute / voie verte

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Aménagement (balisage, sécurisation), entretien et valorisation des sentiers de randonnées (cyclistes et pédestres), en lien direct avec la véloroute. Développement d'une offre touristique parallèle : services aux cyclistes, location de matériel, services de restauration et d'hébergement... (cf. action 3)

Création de boucles à thème, en lien avec les sites touristiques et l'offre de loisirs du territoire, qui permettent d'irriguer le reste du territoire

PRE-REQUIS : Baliser et sécuriser l'ensemble des pistes cyclables et sentiers de randonnée existants. Assurer le maillage du territoire et les liaisons avec les territoires voisins.

OBJECTIFS VISES : Développer une offre véloroute / voie verte complète et attractive (sur le modèle de la véloroute Mâcon-Cluny). Attirer les touristes à vélo, mais aussi une clientèle de proximité (agglomération lyonnaise). Acheminer les touristes vers les sites touristiques du territoire, grâce aux voies vertes.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, professionnels, associations de marcheurs et de cyclistes...

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

De 1 à 2 ans

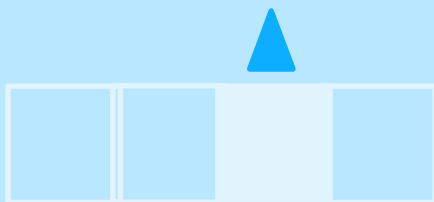
Plus de 2 ans

· **Fiche action n°12 : Développer une offre complète et attractive autour de la véloroute / voie verte**

Appréciation de l'action

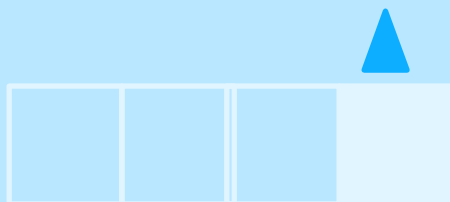
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR et partenaires, associations de marcheurs, cyclistes, professionnels, Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)	Réunions de travail : finalisation des itinéraires, inventaire des prestataires existants, définition des besoins et des manques (en lien avec l'action 3)	T2 2010
CCPR, Rhône Pluriel	Aménagement et balisage des itinéraires + communication	A partir de T4 2010



Fiche action n°13 : Créer des produits touristiques associant les offres verte et bleue

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF : S'appuyer sur les prestataires privés, notamment la base de loisirs des Roches de Condrieu, pour développer une offre qui permette de combiner sur un, deux ou trois jours, les différentes activités proposées sur le territoire et les territoires voisins. Créer une offre packagée, en traitant la question de la mobilité entre les sites (vélos, rollers, navette...).
REMARQUE : Des initiatives sont d'ores et déjà à l'étude avec l'Espace Eaux Vives de St Pierre de Bœuf, en cours de finalisation (offre grand public, offre PEPS (Publics Eloignés de la Pratique Sportive)).

PRE-REQUIS : Une collaboration nécessaire entre les différents acteurs du tourisme de la CCPR et des territoires limitrophes.

OBJECTIFS VISES : Structurer l'offre touristique du territoire en unissant les points forts des différents acteurs. Proposer une offre « clé en main » pour répondre aux attentes des clients de proximité et de passage. Inciter les touristes à rester une journée entière, voire plus, sur le territoire. Toucher une clientèle de proximité et de passage, mais aussi les groupes (CE).

ACTEURS CONCERNES : CCPR, professionnels du tourisme CCPR et territoires voisins, notamment la base de loisirs, l'espace eaux vives...

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

De 1 à 2 ans

Plus de 2 ans

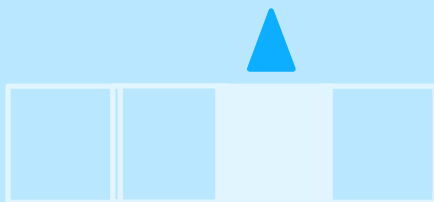


Fiche action n°13 : Créer des produits touristiques associant les offres verte et bleue

Appréciation de l'action

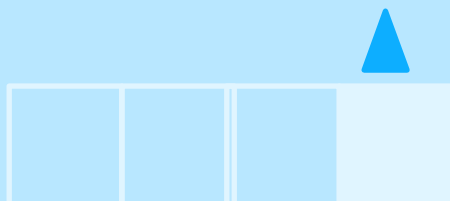
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : Responsable de la base de loisirs

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
Professionnels et élus CCPR	Présentation du schéma de développement touristique, développement d'une offre de loisirs commune, répartition des rôles entre public et privé	T1 2010
Professionnels du tourisme	Démarche identique à l'action 11, élargie aux acteurs de la voie verte : groupe de travail pour mise en réseau des acteurs, identification d'actions communes : création de produits touristiques, promotion, communication...	1ère rencontre T1 2011 Groupe travail T2 2011
Professionnels du tourisme	Création de produits touristiques pour la saison 2012	T3 2011
CCPR, Rhône Pluriel, future agence réceptive	Communication et promotion de la nouvelle offre	T1 2012

Fiche action n°14 : Développer des outils d'information efficaces pour valoriser les différents itinéraires

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESRIPTIF : Parallèlement au développement et à l'aménagement d'itinéraires pédestres et cyclistes sur le territoire, développer des outils d'information efficaces :

- Cartes
- Topoguides
- Tables d'orientation

IMPORTANT : Harmoniser et rationaliser les outils entre les différents prestataires et les différents territoires.

PRE-REQUIS : Faire l'inventaire des outils existants. S'inspirer des véloroutes existantes (notamment Mâcon-Cluny). Réalisation des actions 3 et 12. Action à mettre en œuvre avec l'action 16.

OBJECTIFS VISES : Valoriser les itinéraires sur le territoire. Informer les marcheurs et les cyclistes. Sécuriser les activités de randonnée pour permettre l'accès à une clientèle familiale et extérieure au territoire.

ACTEURS CONCERNES : CCPR et professionnels du tourisme

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer
l'image du
territoire

Retombées
économiques

Partenariats
avec les
territoires
voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins
d'un an

De 1 à 2
ans

Plus de
2 ans

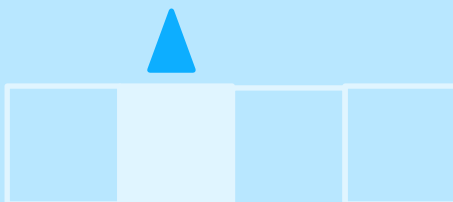
Fiche action n°14 : Développer des outils d'information efficaces pour valoriser les différents itinéraires

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR et partenaires, associations de marcheurs, cyclistes, professionnels, Maison de Pays (en fonction des missions qu'on lui confie)	Réunions de travail : inventaire de l'existant, définition des besoins et des manques (en lien avec les actions 3 et 12)	T2 2010
CCPR	Benchmark véloroutes	T3 2010
CCPR, Rhône Pluriel ?	Elaboration des outils agence par un prestataire extérieur	T4 2010, T1 2011



v. **Actions transversales**

· Fiche action n°15 : Définir la gouvernance

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF :

Organiser l'activité touristique sur le territoire :

· Définition des rôles et missions des acteurs principaux : CCPR, Maison de Pays, prestataires et à terme OT / agence réceptive.

· Ajustement des moyens humains en fonction des besoins mis en lumière dans le plan d'actions sur le plan qualitatif (= humain) et quantitatif (= compétences).

Associer l'ensemble des acteurs à la démarche :

· Présenter le schéma de développement touristique aux acteurs,
· Organiser des rencontres régulières entre les acteurs du tourisme et les élus pour créer une véritable dynamique, faire vivre le réseau, échanger de l'information...

· Initier la création de groupes de travail par thématique et type d'acteurs: un sur l'offre randonnée (CCPR, associations), un autre sur l'offre produits de terroir / fruits (Maison de Pays, agriculteurs), un sur l'offre « Rhône » (prestataires voie verte, voie bleue).

Faire appel à l'initiative privée, chaque fois que cela est possible :

· Accompagnement des porteurs de projet
· Appels à projet

PRE-REQUIS : Informer tous les acteurs de la démarche en cours (présentation des résultats de l'étude, du plan d'actions...). Nécessité d'une vraie collaboration entre les acteurs.

OBJECTIFS VISES : Créer une véritable dynamique, fédérer l'ensemble des acteurs autour d'un projet de territoire. Développer une véritable offre touristique sur le territoire.

ACTEURS CONCERNES : Tous les acteurs en lien avec le tourisme sur le territoire : CCPR, Maison de Pays, prestataires, professionnels...

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

De 1 à 2 ans

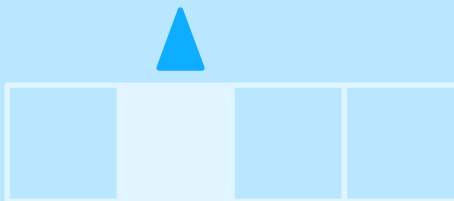
Plus de 2 ans

Fiche action n°15 : Définir la gouvernance

Appréciation de l'action

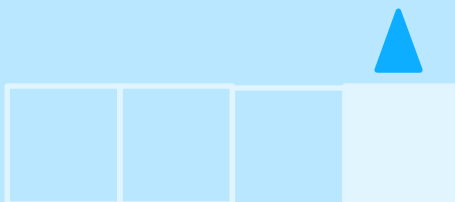
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION

(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION

(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR	Organisation et animation de la première réunion du réseau : présentation résultats de l'étude et plan d'actions	T2 2010
CCPR	Clarification de l'organisation touristique du territoire, en lien avec la redéfinition des missions de la Maison de Pays	T3 2010
CCPR	Mise en place des différents groupes de travail, avec un pilote par thématique	Dès T4 2010
CCPR, Maison de Pays, OT / agence réceptive, SYRIPEL	Évolution progressive de l'organisation avec la mise en place des différents outils	Dès 2011

Fiche action n°16 : Assurer la promotion et la communication touristique du territoire

DESCRIPTION DE L'ACTION

DESCRIPTIF :

Définir une stratégie de communication (**privilégier la proximité**) : objectifs de communication, cibles prioritaires, messages à faire passer, en prenant en compte l'existant : redéfinition des cibles de clientèles visées et des lieux de distribution des supports de communication.

Pour plus de lisibilité, clarifier les pratiques et adopter une charte graphique commune entre collectivités, prestataires et partenaires... (qui signe quoi : CCPR / Rhône Pluriel / prestataires)

Rationaliser et optimiser les supports de communication conformément aux choix stratégiques effectués :

- A partir de l'existant (supports papier, sites Internet), repenser et harmoniser les supports de communication : supprimer les doublons, coordonner les outils existants, en développer de nouveaux... en fonction des objectifs et cibles fixés.

- Proposer un information continue et efficace : depuis l'accès (signalétique) jusqu'aux sites de tourisme et de loisirs.

PRE-REQUIS : Faire le point sur les supports existants (ne conserver que les plus pertinents). Nécessité de trouver un terrain d'entente avec les différents partenaires.

OBJECTIFS VISES : Améliorer la lisibilité, et donc l'efficacité de la communication touristique.

ACTEURS CONCERNES : CCPR, Maison de Pays et partenaires (dont Rhône Pluriel)

Typologie de l'action

ENJEUX

Améliorer l'image du territoire

Retombées économiques

Partenariats avec les territoires voisins

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Moins d'un an

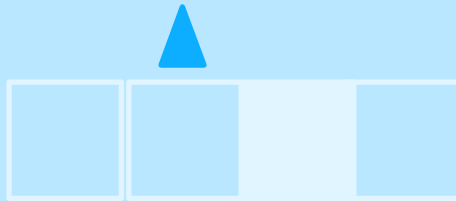
De 1 à 2 ans

Plus de 2 ans

· **Fiche action n°16 : Assurer la promotion et la communication touristique du territoire**

Appréciation de l'action

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION
(calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



INTERET DE L'ACTION
(pertinence et impact de l'action)



FEUILLE DE ROUTE

PILOTE : CCPR

Qui ?	Quoi ?	Quand ?
CCPR / Maison de Pays / Rhône Pluriel	Etat des lieux des outils existants, analyse critique (possibilité de prendre un stagiaire ?)	T2 2010
CCPR	Définition d'une stratégie de communication avec l'appui d'une agence de communication	T3 2010
CCPR / Maison de Pays	Suivi de la création et/ou remise à plat des outils de communication	T1 2011
CCPR / Maison de Pays, puis OT / agence réceptive	Mise en œuvre de la stratégie de communication touristique	T2 2012