

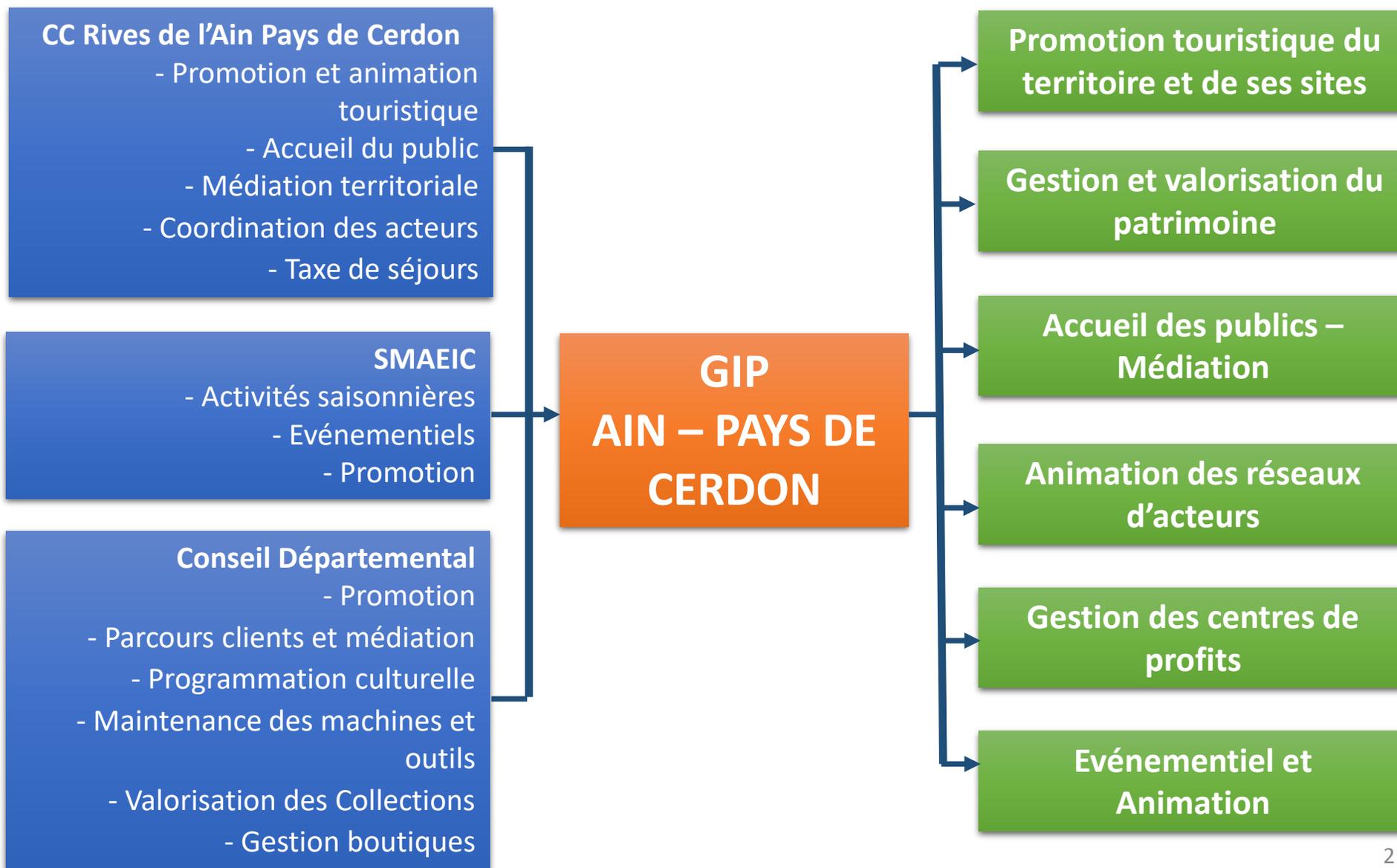


# CONSEIL COMMUNAUTAIRE

GIP Cerdon Vallée de l'Ain

*Jeudi 28 janvier 2021*

# PRINCIPES DU GIP



# FEUILLE DE ROUTE 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2021

## Promotion et animation touristique du territoire

- Consolidation du plan d'action 2021 de la ComCom autour des 4 univers thématiques : plein-air, patrimoine et culture, art de vivre et terroir, communication et digital.
- Intégration du territoire dans le plan de développement des filières vélo, moyenne montagne, patrimoine et gastronomie.
- Organisation des points d'accueil touristique du territoire.
- Installation d'une convergence graphique aux 4 pôles.
  
- Sous réserve des conditions sanitaires et des capacités budgétaires :
  - Création d'un événement à vocation touristique non sédentaire.
  - Rencontres avec les socio-professionnels du territoire.





# FEUILLE DE ROUTE 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2021

## L'Île Chambod-Merpuis

- Achèvement/Inauguration des travaux de la tranche en cours (pilotage SMAEIC).
- Journée presse et découverte du territoire.
- Mise en place d'une flotte de VAE en lien avec le plan MM d'Aintourisme.
- Billetterie : mise en place d'une application commune Île Chambod/Musées.
- Construire l'organisation et le contenu du pôle d'accueil.



# FEUILLE DE ROUTE 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2021

## Soieries Bonnet

*Dans le cadre de la réouverture en avril 2021 :*

- Repositionnement de la boutique.
- Réorganisation des unités fonctionnelles (accueil et bureaux).
- Mise en œuvre de la programmation des Soieries.
- Positionnement des Soieries.

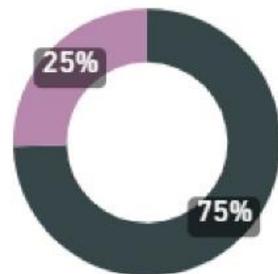
## Cuivrie de Cerdon

- Poursuite du chantier.
- Préfigurer les modalités de fonctionnement 2022 (atelier de démonstration notamment) et définir les partenariats nécessaires (artisans d'art...).
- Définition de l'aménagement accueil-boutique (en lien avec prestataire, équipe scénographique et l'équipe projet Cerdon).

# BILAN SAISON 2019-2020

## 2019

### Nuitées par origine

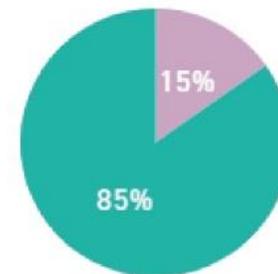


**Français**  
**240K**  
nuitées

**Etrangers**  
**76K**  
nuitées

● Touriste français ● Touriste étranger

### Part excursion/tourisme

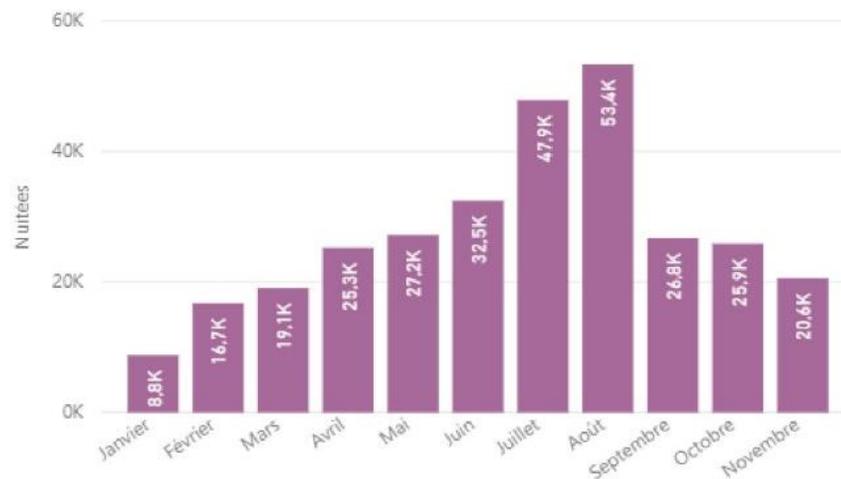


**Durée moyenne de séjour**

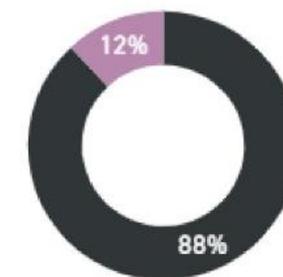
**1,53**  
jours

● Touriste ● Excursionniste

### Fréquentation mensuelle des touristes



### Excursionnistes par origine



**Etrangers**  
**207K**  
excursions

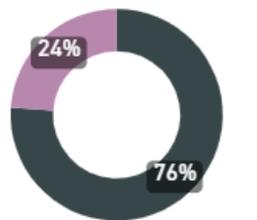
**Français**  
**2 M**  
excursions

● Excursionniste français ● Excursionniste étranger

# BILAN SAISON 2019-2020

## 2020 - COVID

### Nuitées par origine



● Touriste français ● Touriste étranger

Français

148K  
nuitées

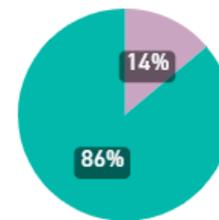
Etrangers

36K  
nuitées

Durée  
moyenne de  
séjour

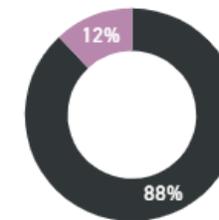
1,65  
jours

### Part excursion/tourisme



● Touriste ● Excursionniste

### Excursionnistes par origine



● Excursionniste français ● Excursionniste étranger

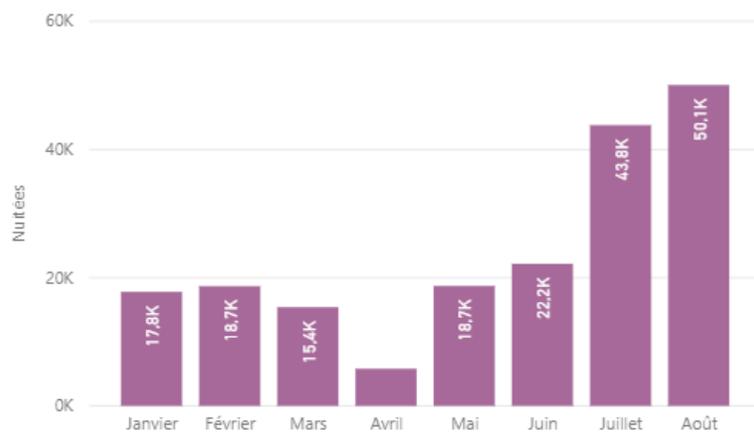
Français

1M  
excursions

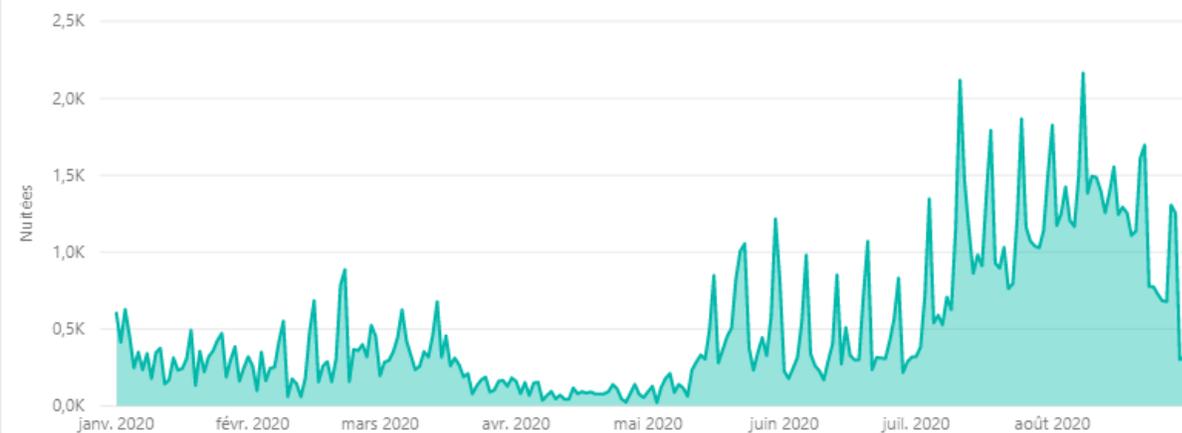
Etrangers

153K  
excursions

### Fréquentation mensuelle des touristes



### Fréquentation quotidienne du territoire





# THEMATIQUE PLEIN AIR

## Objectifs

- **Ancrer l'offre** nature dans le paysage de la Destination
- **Augmenter les retombées économiques** des clients lors de leur séjour

## Cibles

- Couple sans enfant
- Famille avec enfant
- Amis



# THEMATIQUE PLEIN AIR

## Actions phares

### RANDONNÉE

- Randonnée famille : carte de randonnée gratuite avec des petites balades
- Actualisation/création de topo-guides
- Travail sur le PDIPR
- Kit herbier pour accompagner les randonnées
- Balades thématiques

### VELO-VTT

- Offre « Boucles de loisirs » et « Circuit cyclotourisme »

# THEMATIQUE PLEIN AIR

## SPORT EXTERIEUR ET EAU

- Mise en valeur des lieux de sports extérieurs (escalade, canyoning, spéléologique)
- Création de partenariat avec les prestataires encadrant sport nature
- Pêche : assurer la notoriété du territoire
- Canoë et Aviron



# THEMATIQUE PATRIMOINE ET CULTURE

## Objectifs

- Accroître la fréquentation des sites
- Développer l'identité du territoire
- Mise en valeur du patrimoine (rural) : des villages/local

## Cibles

- Famille avec enfants
- Séniors



# THEMATIQUE PATRIMOINE ET CULTURE

## Actions phares

### HISTOIRE ET MÉMOIRE

- Sentier des maquisards : développement d'outil de visite et médiation
- Création d'un parcours : seconde guerre mondiale

### ACTIVITÉ EN FAMILLE

- Création d'un « Mène l'enquête » à Saint-Jean-Le-Vieux
- Après-midi jeux sur les lieux patrimoniaux (lien avec un air de famille)
- Rendre autonome les « Mène l'enquête »



# THEMATIQUE PATRIMOINE ET CULTURE



## MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE

- Visites de village
- Plan de village
- Développer les visites de château

## DÉVELOPPER L'OFFRE CULTURELLE

- Événement culturel en réflexion
- Développer le travail avec les bibliothèques

# THEMATIQUE ART DE VIVRE ET TERROIR

## Objectifs

- **Faire connaître** les produits du terroir
- **Accompagner** de nouveaux producteurs
- **Dynamiser et soutenir** les producteurs
- **Encourager les liens** entre citoyen/producteur

## Cibles

- Couple sans enfant
- Amis





# THEMATIQUE ART DE VIVRE ET TERROIR

## Actions phares

### ŒNOTOURISME

- Événement autour de l'AOC (ex : Vendredi-viti / Fascinant WeekEnd)
- Circuit AOC Bugey Cerdon

### PRODUCTEURS ET SAVOIR-FAIRE

- Organiser un marché de producteurs et artisans locaux
- Visite guidée chez les producteurs
- Jardins de la sauge (Atelier, Rando plante, découvertes...)



# COMMUNICATION ET DIGITAL

## Objectifs

- Faire rayonner la destination au niveau **intra régionale**
- **Stimuler la consommation** sur l'ensemble de la destination
- **Animer** le réseau professionnel
- Développer l'image du territoire

## Cibles

- Couple sans enfant
- Famille
- Amis
- Séniors
- Professionnels



# COMMUNICATION ET DIGITAL

## Actions phares

### MÉDIAS

- Dossier presse
- Presse écrite et Médias numériques – achat d’espaces publicitaires- article expérience, agenda

### CREATION DE CONTENUS VISUELS

- Shooting photos/vidéos drône
- Vidéo promotionnelle



# COMMUNICATION ET DIGITAL

## MÉDIAS SOCIAUX

- Jeu concours
- Voyage/activité influenceur : réflexion et création critères n+1

## SITE WEB

- Refonte complète site internet
- SEO : référencement naturel
- Boutique en ligne/Réservation



# PROMOTION TOURISTIQUE

## Actions phares

### ÉVÉNEMENTIEL

- Création d'un événement de territoire non sédentaire

### PROMOTION TOURISTIQUE

- Guide touristique
- Carte touristique
- Création d'un réseau de distribution
- GEPADI (OT Mobil, réseau d'ambassadeurs....)
- Conception de produits touristiques pour boutiques



# PROMOTION TOURISTIQUE

## **SERVICE GROUPE**

- Commercialisation
- Régie et facturation
- Partenariat – Création de l'offre