

PRESENTATION DU SCHEMA LOCAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

15^{ème} rencontre
des intercommunalités iséroises
Villard de Lans
Jeudi 9 juin 2016

Interventions de
Madame Annie Pourtier, vice-présidente de la CCPC
Monsieur Jean-Yves Brenier, vice-président de la CCIC
Monsieur Noël Rolland, vice-président de la CCBD



communauté de communes de
L'ISLE CRÉMIEU



Périmètre de l'étude :

CC de l'Isle Crémieu / CC Les Balmes Dauphinoises /
CC du Pays des Couleurs

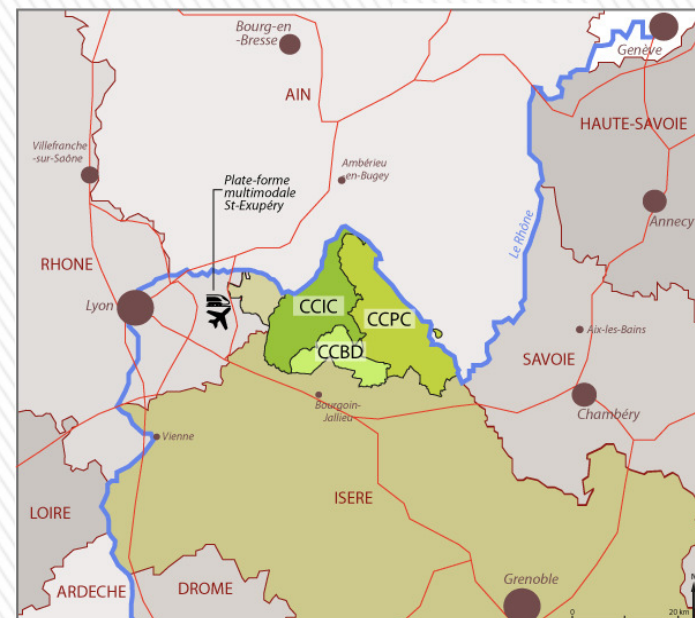
(48 communes – 73 982 habitants)

Lancement étude : mars 2015 – rendu : janvier 2016

Objectif du SLDT :

En vue de la fusion au 1^{er} janvier 2017:

- Mettre en cohérence **l'offre complémentaire** des trois communautés de communes.
- Se doter d'une **stratégie commune de développement touristique**, en articulation avec les partenaires, afin de **générer et d'augmenter les retombées économiques** sur le territoire et **développer son attractivité**.
- Etre accompagné dans la **création d'une identité**, de la **définition d'un positionnement marketing fort** et d'une **stratégie de communication adaptée**
- Mettre en place un **mode d'organisation et de gouvernance efficient** de la compétence tourisme
- Permettre aux habitants de **s'approprier** le territoire afin qu'ils en deviennent également **ambassadeurs**





Diagnostic stratégique :

Potentialités	Limites
Agglomération lyonnaise : bassin de clientèle de proximité	Une forte concurrence régionale
Une campagne animée, un territoire vivant (commerces, manifestations...)	Un manque de lisibilité de l'offre du territoire
Une grande richesse patrimoniale et des sites de qualité	Une absence de positionnement et de produits touristiques
Des acteurs touristiques professionnels, moteurs dans leur domaine	Aucun site patrimonial réellement générateur de séjours ou de flux / aucun évènementiel touristique de grande ampleur
La ViaRhôna, une opportunité touristique à exploiter	Manque coordination des acteurs

Positionnement et stratégie :

Faire émerger le territoire comme : « une destination privilégiée de **visites à la journée**, au sein d'une **campagne animée** ».

Les axes stratégiques

- Axe 1 : Un effort important sur le **marketing et la communication**
- Axe 2 : Une **offre retravaillée** en lien avec le **positionnement**
- Axe 3 : Une **stratégie d'accueil adaptée** sur l'ensemble du territoire
- Axe 4 : Une **commercialisation** des activités et des prestations facilitées
- Axe 5 : Suivi et animation du schéma du tourisme

Les actions transversales portées par la future interco

- Axe 1 : Marketing
- Axe 3 : Accueil
- Axe 4 : Commercialisation
- Axe 5 : Animation

Les actions par site ou territoire (accompagnement porteurs projets publics ou privés)

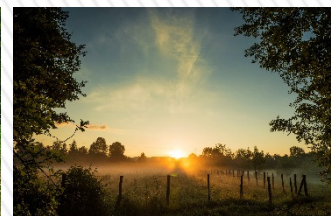
- Axe 2 : Equipements et sites
- Axe complémentaire : hébergement

Une quinzaine d'actions pour la période 2016-2020

714 000 € TTC
Hors subvention

2 925 000 € TTC
Hors subvention

Exemples d'actions 2016 :



Axe 1 :

Action 1.1 Décliner un bloc marque

Action 1.2 Se doter d'un plan de communication et de promotion - réalisation d'un guide touristique

- déclinaison du positionnement touristique (logo, slogan, charte graphique)
- plan de communication touristique
- réalisation du guide

Axe 2 :

Action 2.2 Qualifier les itinéraires de découverte

- aménagement en lien avec la ViaRhôna

Axe 2 : Axe complémentaire « hébergements touristiques »

- gîte de groupe Vallée Bleue

