



PLAN
TOURISME
**DESTINATION
ARDÈCHE**
2024 – 2028





| | |
|--|-----------|
| Editorial | 3 |
| La méthode | 4 |
| Axes stratégiques et programme d'actions | 7 |
| Axe 1 / S'engager pour un tourisme toute l'année, autour de points d'équilibre entre le nord et le sud | 10 |
| Action 1.1 : Soutenir une offre d'activités ouvertes à l'année et d'hébergement pérenne | 10 |
| Action 1.2 : Favoriser le tourisme bien-être pleine santé | 13 |
| Action 1.3 : Conforter le maillage du territoire, amplifier les réseaux "Villages de caractère d'Ardèche" et "Bistrots de Pays", accompagner la Croix de Bauzon | 15 |
| Action 1.4 : Mettre en œuvre une politique de communication priorisée sur les ailes de saison et les zones à faible fréquentation, et également en appui à l'offre hivernale | 17 |
| Axe 2 - Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales | 19 |
| Action 2.1 : Développer de nouvelles itinérances et pratiques en matière de mobilité et d'accessibilité | 19 |
| Action 2.2 : Promouvoir les paysages et le patrimoine remarquable, restaurer les grands sites patrimoniaux, leur ancrage dans la vie économique du territoire | 22 |
| Action 2.3 : Porter des actions prioritaires dans les Espaces naturels sensibles | 24 |
| Action 2.4 : Adapter les usages touristiques aux enjeux environnementaux : économie et partage de la ressource en eau, économies d'énergie, préservation des écosystèmes, sensibilisation au risque incendie | 26 |
| Axe 3 - Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire | 28 |
| Action 3.1 : Soutenir nos filières, nos marques et nos producteurs locaux | 28 |
| Action 3.2 : Favoriser la création et la diffusion d'une gamme de produits fabriqués localement | 30 |
| Action 3.3 : Amplifier le développement des circuits de proximité | 31 |
| Axe 4 - Conforter l'emploi touristique et la professionnalisation des acteurs | 33 |
| Action 4.1 : Développer l'attractivité de l'emploi touristique | 33 |
| Action 4.2 : Déployer une ingénierie de formation et d'accompagnement des porteurs de projet | 35 |
| Axe 5 : Réinvestir son territoire | 37 |
| Action 5.1 : Conforter l'Ardèche comme destination pour les collégiens et jeunes publics | 37 |
| Action 5.2 : Faire des Ardéchois des "Emerveilleurs" de leur destination | 39 |
| Action 5.3 : Mobiliser l'épargne locale privée en faveur des projets touristiques | 41 |
| Action 5.4 : Renforcer, structurer l'hébergement touristique en lien avec la politique régionale | 43 |
| Action 5.5 : Investir dans les projets touristiques locaux | 46 |
| Le pilotage de l'action départementale | 49 |
| L'ADT animatrice pour le compte du Département d'une stratégie de destination | 50 |
| Une stratégie digitale partagée à l'échelle de la destination | 52 |
| Une gouvernance de l'attractivité pour une meilleure mutualisation des programmes d'actions | 54 |

Depuis plusieurs décennies, tirant parti des richesses patrimoniales exceptionnelles de l'Ardèche, le tourisme constitue un des piliers majeurs de l'économie départementale.

Notre territoire bénéficie d'une grande notoriété qui s'appuie sur de vrais atouts contribuant à son attractivité : patrimoine naturel exceptionnel propice aux activités de plein air, sites emblématiques régionaux articulant culture et identité, filière d'excellence pour le thermalisme, agriculture diversifiée et reconnue pour sa qualité, filière agro-alimentaire forte.

En 2021, l'Ardèche se situait au 33^e rang des destinations départementales (en nombre de nuitées), et aux tous premiers rangs des destinations rurales hors zones littorales et stations de sports d'hiver.

Malgré ces atouts, le secteur du tourisme ardéchois est une filière économique qui doit se relever de la crise sanitaire récente, faire face à de nouvelles instabilités impactant directement les consommateurs, pour certaines conjoncturelles (coût de l'énergie, inflation), pour d'autres structurelles (climat, eau) et prendre en compte les nouvelles attentes des clientèles (modes numériques de consommation, recherche d'authenticité des destinations).

Parallèlement, le développement touristique du département reste encore très inégalement réparti géographiquement et encore trop concentré sur la période estivale.

Dans ce contexte, le statu quo est impossible, l'adaptation obligatoire, la recherche d'un nouvel équilibre indispensable. L'ambition est de faire évoluer le modèle touristique ardéchois en ciblant des orientations dont les effets leviers sont les plus importants pour l'Ardèche et les Ardéchois et de faire progresser collectivement notre département dans le classement des plus attractifs de France.

Les Ardéchois ne s'y trompent pas : le tourisme est perçu par 2/3 d'entre eux comme générant plus de conséquences positives que négatives avec un impact favorable sur l'économie locale ou l'offre d'activités culturelles et de loisirs. Ils sont ainsi 87% à déclarer un sentiment de "fierté" de voir des touristes venir visiter leur territoire (source ADT-Travelsat-2021).

Olivier Amrane,

Président du Département de l'Ardèche

LA MÉTHODE

Le Département, en application des articles L 132-2 à L 132-4 du code du Tourisme, a fait le choix de confier à l'Agence de Développement Touristique ce travail d'animation pour parvenir à l'élaboration du plan « Destination Ardèche 2024-2028 ». Pour le concrétiser en répondant au mieux aux attentes de l'ensemble des filières et organisations concernées, une large consultation a été mise en œuvre tout au long de l'année 2022.

Ce sont ainsi 54 représentants des acteurs publics et privés de la destination qui ont pu présenter leur vision, leurs priorités et émettre des propositions dans le cadre de dix-sept rencontres et vingt-neuf contributions écrites.

Ce travail a fait l'objet de temps de synthèse dans le cadre de deux conseils d'administration de l'ADT.

L'ensemble des contributions et échanges entre acteurs du tourisme ont permis de s'accorder sur la matrice synthétique suivante :

FORCES

- Une marque à forte notoriété "l'Ardèche",
- Des offres et un patrimoine naturel et culturel correspondant aux nouvelles attentes des clientèles et en phase avec les orientations de la politique régionale,
- Un territoire propice à de nombreuses activités de plein air,
- Une agriculture diversifiée et de qualité (signes officiels, agriculture bio, Haute valeur environnementale...), une filière agro-alimentaire forte, et des savoir-faire très orientés vers les productions locales,
- Des sites emblématiques régionaux (Safari parc de Peaugres, Train de l'Ardèche, Aven d'Orgnac, Grotte Chauvet2) des Grands sites (Pont d'Arc et Gerbier-Mézenc), des paysages identitaires,
- Le Géoparc des Monts d'Ardèche,
- Trois stations thermales,
- Des offres vélo en plein essor mises en place sous l'impulsion du Département et des intercommunalités,
- Un positionnement géographique en bordure de forts axes de circulation et à proximité de grands bassins de population,
- Des territoires à fort potentiel (Montagne, centre et nord Ardèche) favorisés sur le plan climatique,
- Un réseau de sites actifs (Ardèche loisirs et patrimoine),
- Trois réseaux d'acteurs de l'attractivité (Ardèche le Goût, ADT, Emerveillés par l'Ardèche) actifs et travaillant sous l'impulsion du Département pour une mutualisation renforcée de leurs actions,
- Une ADT structurée, qui prépare et met en œuvre la politique touristique du Département,
- Une organisation pour l'accueil scolaire performante à mobiliser pour l'accueil des collégiens,
- Un territoire préservé.

FAIBLESSES

- Une forte dépendance à l'eau,
- Des offres insuffisantes et mal coordonnées pour l'accès à l'Ardèche et les déplacements en séjour des clientèles sans voiture,
- Des offres trop saisonnières (1/3 des lits fermés en début de saison),
- Un déséquilibre de l'offre nord-sud marqué,
- Une organisation touristique territoriale atomisée,
- Une offre tourisme d'affaires et groupes insuffisante, en particulier sur le nord du département,
- Une offre d'hébergement de grande capacité insuffisante, notamment pour les jeunes publics,
- Les produits made in Ardèche encore peu diffusés auprès de la clientèle touristique,
- Une offre d'activités parfois peu lisible et peu accessible,
- Un niveau de professionnalisation et de qualification dans les domaines du tourisme durable, du digital et du marketing encore insuffisant,
- Des phénomènes de sur-fréquentation de certains sites fragiles, qui peuvent être amplifiés par les réseaux sociaux.

OPPORTUNITÉS

- Les attentes clientèles orientées vers les grands espaces naturels, les activités de pleine nature (en particulier le vélo), le terroir, la gastronomie, l'œnotourisme, le bien-être, les savoir-faire, le contact avec les habitants, l'itinérance,
- L'augmentation du coût des transports profitable aux destinations proches des bassins de populations,
- Des bassins de clientèles de proximité très importants (10 millions d'habitants dans un isochrone de deux heures autour des frontières de l'Ardèche),
- Des nouveaux dispositifs financiers de l'Europe, l'Etat et la Région offrant des opportunités financières sur la digitalisation de l'offre, le tourisme durable, la gastronomie, l'emploi, l'itinérance.

MENACES

- Des clientèles urbaines amenées à avoir moins de véhicules individuels thermiques,
- Raréfaction de la ressource en eau dans un contexte où 50% de la clientèle ardéchoise estivale vient pour les activités liées à l'eau,
- Augmentation du coût de l'énergie impactant le modèle économique et les périodes d'ouverture des structures d'accueil,
- Le réchauffement climatique, notamment pour la moitié sud du Département et la Vallée du Rhône,
- Difficultés de recrutement de salariés conduisant à une réduction des périodes d'ouverture et une réduction des jauges d'accueil,
- Les stations de montagne de l'arc alpin concurrents émergents pour le printemps et l'été,
- Impact de l'inflation sur le pouvoir d'achat et la consommation touristique.





**AXES STRATÉGIQUES
ET PROGRAMME
D' ACTIONS**



Axes stratégiques et programme d'actions

Pour ce nouveau Plan tourisme 2024-2028, le Département porte une ambition partagée pour :

- Un tourisme fondé sur l'identité, l'histoire et le patrimoine de la destination.
- Un tourisme décloisonné avec les autres secteurs d'activité pour contribuer plus efficacement et collégalement à l'attractivité générale de l'Ardèche
- Un tourisme accepté et perçu comme positif en termes de retombées par les résidents et les territoires,
- Un tourisme qui mesure et maîtrise son impact environnemental.

Placer l'Ardèche au cœur des enjeux économiques, sociaux et environnementaux nécessite une meilleure répartition des flux de fréquentation et une parfaite cohérence avec ceux de la politique régionale du tourisme et du thermalisme, réaffirmés en 2022.

L'Ardèche développera ainsi un modèle d'efficacité touristique et d'innovation sur les thématiques de la pleine nature, du tourisme quatre saisons, du triptyque terroir/gastronomie/cœnotourisme, des sites touristiques et du patrimoine, du bien-être et du thermalisme, et des hébergements.

Le plan tourisme s'articule autour de **5 axes stratégiques et 18 actions** permettant de répondre aux enjeux et en lien avec les collectivités et les acteurs privés de la destination.

Axe 1 - S'engager pour un tourisme toute l'année, autour de points d'équilibre entre le nord et le sud

L'Ardèche : des atouts sur l'ensemble du territoire

Action 1.1 : Soutenir une offre d'activités ouvertes à l'année et d'hébergement pérenne

Action 1.2 : Favoriser le tourisme bien-être pleine santé

Action 1.3 : Conforter le maillage du territoire, amplifier les réseaux "Villages de caractère d'Ardèche" et "Bistrots de Pays", accompagner la Croix de Bauzon

Action 1.4 : Mettre en œuvre une politique de communication priorisée sur les ailes de saison et les zones à faible fréquentation, et également en appui à l'offre hivernale

Axe 2 - Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

L'Ardèche : territoire d'exception, terre de vélo

Action 2.1 : Développer de nouvelles itinérances et pratiques en matière de mobilité et d'accessibilité

Action 2.2 : Promouvoir les paysages et le patrimoine remarquable, restaurer les grands sites patrimoniaux, leur ancrage dans la vie économique du territoire

Action 2.3 : Porter des actions prioritaires dans les Espaces Naturels Sensibles

Action 2.4 : Adapter les usages touristiques aux enjeux environnementaux : économie et partage de la ressource en eau, économies d'énergie, préservation des écosystèmes, sensibilisation au risque incendie



Axe 3 - Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire

Agriculture, viticulture, gastronomie : filières d'excellence du territoire

Action 3.1 : Soutenir nos filières, nos marques et nos producteurs locaux

Action 3.2 : Favoriser la création et la diffusion d'une gamme de produits fabriqués localement

Action 3.3 : Amplifier le développement des circuits de proximité

Axe 4 - Conforter l'emploi touristique et la professionnalisation des acteurs

Tourisme ardéchois : pilier de l'économie locale

Action 4.1 : Développer l'attractivité de l'emploi touristique

Action 4.2 : Déployer une ingénierie de formation et d'accompagnement des porteurs de projet

Axe 5 : Réinvestir son territoire

La jeunesse ardéchoise comme ambassadrice

Action 5.1 : Conforter l'Ardèche comme destination pour les collégiens et jeunes publics

Action 5.2 : Faire des Ardéchois des "Emerveilleurs" de leur destination

Action 5.3 : Mobiliser l'épargne locale privée en faveur des projets touristiques

Action 5.4 : Renforcer, structurer l'hébergement touristique en lien avec la politique régionale

Action 5.5 : Investir dans les projets touristiques locaux

Le pilotage de l'action départementale

- L'ADT animatrice pour le compte du Département d'une stratégie de destination
- Une stratégie digitale partagée à l'échelle de la destination
- Une gouvernance de l'attractivité pour une meilleure mutualisation des programmes d'actions

**AXE 1 /
S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud**

Action 1.1 Soutenir une offre d'activités ouvertes à l'année et d'hébergement pérenne

Pilotes

ADT, Chambre d'agriculture

Partenaires potentiels

Département, collectivités locales, représentants de filières, Office de tourisme, association "Entreprise et Découverte", CNR

Public cible

Visiteurs (touristes, excursionnistes), résidents permanents, professionnels directement et indirectement liés à l'activité touristique

CONTEXTE ET ENJEUX

Dans une stratégie d'élargissement de la saison, et dans le contexte de difficultés croissantes de recrutement pour les professionnels du tourisme, il est essentiel de pouvoir garantir aux visiteurs une "qualité de vie" touristique minimale (hébergement, restauration, activité, services connexes) toute l'année et sur tous les territoires.

Or les professionnels faisant l'effort d'une ouverture à l'année sont souvent pénalisés dans leur modèle économique par les périodes à plus faible fréquentation.

Il convient donc de diversifier les produits touristiques proposés, en s'appuyant notamment sur des synergies à susciter entre différentes offres, en cohérence avec le volet « innovation » du plan tourisme de la Région Auvergne-Rhône-Alpes 2022-2028.

■ Le tourisme d'affaires

Le tourisme d'affaires est peu développé et peu structuré en Ardèche. Si l'Ardèche peut difficilement revendiquer une position prépondérante sur certains secteurs de la filière comme les congrès, les grandes conventions, les foires ou les salons, faute d'équipements d'accueil adaptés, elle peut néanmoins jouer une carte intéressante pour l'accueil de séminaires (formation, cohésion d'équipe, management, intégration de salariés, séminaires de direction...) en lien avec l'attractivité touristique de ses territoires et les activités connexes qui peuvent être proposées aux entreprises.

Les succès enregistrés par l'Office de Tourisme des Gorges de l'Ardèche et Chauvet² dans le démarrage de la commercialisation de séminaires d'entreprises, incitent à explorer le potentiel de développement de la filière sur la partie nord du département.

■ Le tourisme de savoir-faire et l'agri-tourisme

L'Ardèche est historiquement une terre industrielle, notamment dans le Nord et le centre du département. L'ouverture et l'accueil des entreprises au grand public répond aux attentes de ce tourisme de savoir-faire. Ceci permet de façon ludique, de découvrir des filières spécifiques et de contribuer à valoriser le potentiel de tous les territoires. Dans la même idée, la répartition géographique de nos exploitations agricoles permet de séduire de plus en plus de vacanciers. Loisirs, gîtes, participation aux travaux de la ferme sont autant de propositions alléchantes et sujettes à des séjours, notamment pour les familles avec enfants.

Ce tourisme rural incluant la dégustation et la vente de produits locaux contribue directement à la viabilité économique de certaines exploitations agricoles et ce, sur l'ensemble du département.

■ L'éco-tourisme

Le tourisme évolue avec la découverte des milieux naturels et la sensibilisation à l'environnement local pour beaucoup de visiteurs. C'est une orientation au plus proche du territoire, qu'on qualifie d'éco-tourisme.

Toute la frange Est du Département (environ 160 km), est bordée par le Rhône, parfaitement navigable tout au long de l'année. Le tourisme fluvial est d'ailleurs une des filières à potentiel du tou-

risme français, qui s'inscrit parfaitement dans les aspirations du « slow tourisme ». Plus de 80 % du réseau des voies fluviales est aujourd'hui longé par une véloroute, d'où une association naturelle avec le cyclotourisme et/ou la marche. Cette filière dispose d'un gisement de croissance important, en particulier sur le fleuve Rhône.

■ Une offre événementielle répartie dans l'année et sur toute l'Ardèche

L'Ardèche compte également plusieurs évènements de dimension nationale ou internationale dans les domaines musical, théâtral, cinématographique ou sportif (trails, marathons, canoë, cyclotourisme, montgolfière) qui ont souvent un impact important en termes de retombées pour les territoires.

Un tissu très riche d'animations locales participe en outre de l'attractivité des territoires, mais ces animations souffrent parfois d'un manque de visibilité.

OBJECTIFS

- Proposer différentes activités touristiques qui s'échelonnent mieux sur toute l'année, et/ou réparties autour de différents points d'équilibre répartis sur toute l'Ardèche,
- Développer et valoriser différentes formes de tourisme : le tourisme d'affaires, le tourisme de savoir-faire et l'agri-tourisme, l'eco-tourisme,
- S'assurer d'un calendrier attractif tout au long de l'année.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Mobiliser en priorité sur le nord, le centre et la Montagne**, les acteurs des filières et les offices de tourisme pour développer des routes des filières autour de l'offre agritouristique valorisant les fermes et produits fermiers sous signe de qualité (AOP Châtaigne, picodon, fin gras du Mézenc...) – Portage : Chambre d'agriculture,
- **Concevoir une offre d'accueil sur les fermes, adaptée aux cyclistes de la ViaRhôna et touristes de croisières**, en partenariat avec les OT des territoires bordant le Rhône – Portage Chambre d'agriculture, convention « écotourisme » avec la CNR,
- **Développer au niveau de l'ADT** des actions visant à soutenir le tourisme de savoir-faire sur le nord et le centre du département, en lien avec le **label « entreprises et découvertes »** soutenu par la Région Auvergne-Rhône-Alpes, ainsi qu'un diagnostic prospectif de l'offre tourisme d'affaires,
- **Lancer une étude d'opportunité** sur la création d'un pôle touristique **autour de l'invention et du génie industriel**,

L'histoire économique du bassin d'Annonay est riche et singulière, marquée par plusieurs aventures industrielles et des inventions dans les domaines de l'aérostation (Montgolfière), des véhicules (du charonnage au car), de la tannerie, de la papeterie, ou encore du parchemin...

Cette histoire pourrait aussi donner lieu à un véritable projet de valorisation touristique d'envergure, générateur d'image et de notoriété et à même de déclencher des séjours, a minima sur des clientèles régionales et de proximité.

L'action consiste donc à étudier l'opportunité d'un tel projet de création d'un pôle touristique sur le thème de "l'Ardèche Terre d'inventeurs", en validant son positionnement et son contenu, puis d'en étudier la faisabilité économique et technique, de mobiliser les financements et enfin d'engager sa construction.

- **Conforter l'offre éco-touristique** que constituent les lacs sur la partie plus montagnarde de l'Ardèche, à l'image du lac d'Issarlès, du lac de Coucouron, du lac de Saint Martial, ou du lac de Devesset,
- **Poursuivre un accompagnement financier visant à promouvoir une offre diversifiée**, confortant les manifestations programmées tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire ardéchois. En particulier, **les festivals** reconnus comme Cordes en ballade, Crussol festival, Festival d'Alba, Aluna Festival, Labeaume en musiques, Format danse, Etats généraux du film documentaire à Lussas, Festival du 1^{er} film d'Annonay, Rencontres des cinémas d'Europe, ... **et les manifestations sportives** comme l'Ardéchoise, le marathon des Gorges, le raid nature, Ardèche Gravel,...



LE PLAN
TOURISME
DESTINATION
ARDÈCHE
2024-2028

AXE 1 / S'engager pour un tourisme toute l'année, autour de points d'équilibre entre le nord et le sud

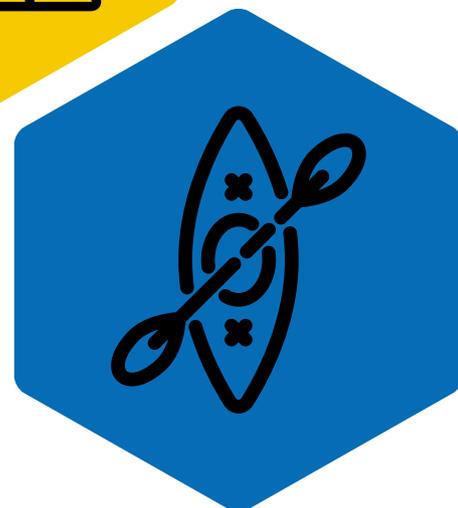
Globalement, **favoriser la notoriété et la visibilité de l'offre touristique ouverte à l'année impliquera pour l'ADT :**

- d'élaborer un nouveau dispositif de mise à jour et de communication en temps réel sur les plages et horaires d'ouverture, dans le cadre des chantiers de la stratégie digitale partagée,
- de prioriser la visibilité des professionnels ouverts à l'année sur les outils digitaux de la destination,
- de mettre en place une communication adaptée.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Déploiement de supports de communication propices à la valorisation de l'offre
- Evolution de la répartition des nuitées dans l'année, et dans le territoire.

**AXE 1 /
S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud**



Action 1.2

Favoriser le tourisme bien-être pleine santé

Pilotes

SITHERE / ADT

Partenaires potentiels

Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes, communes et EPCI, A.R.T., offices de tourisme, Fédération thermale régionale, Atout France, sociétés gestionnaires des thermes

Public cible

Grand public, dont les Ardéchois, amateurs de bien-être / curistes

CONTEXTE ET ENJEUX

Plus que jamais après cette période de crise sanitaire, le besoin de bien-être explose et s'impose comme une évidence dans la vie de tous les jours. Le bien-être thermal et la prévention santé gagnent des parts de marché, ce qui constitue une opportunité de développement pour les stations thermales de l'Ardèche : Vals les Bains, Neyrac les Bains et Saint Laurent les Bains.

Au-delà de la présence de sources minérales, l'Ardèche bénéficie en effet d'atouts climatiques et environnementaux, porteurs d'une identité « territoire de bien-être sport santé », qui s'intègrent pleinement dans le concept porté par la Région Auvergne-Rhône-Alpes « station thermale de pleine santé ».

Dans cette optique « pleine santé », les offres de soins et de bien-être pourraient ainsi être articulées, par exemple, avec une activité physique douce permettant aux curistes d'aller à la rencontre du patrimoine culturel et naturel, comme avec une rencontre avec des producteurs locaux de plantes médicinales, de produits agro-alimentaires ou cosmétiques, et des ateliers impliquant des chefs cuisiniers ou pâtisseries sur le concept de cuisine santé.

A contrario, plusieurs freins peuvent être identifiés : la présence médicale sur le territoire, ainsi que le manque d'hébergements, qui peuvent ralentir une offre de soins sur des séjours courts à développer en lien avec le corps médical.

Quelques chiffres et repères sur le thermalisme en Ardèche

- 3 établissements thermaux
- 200 emplois directs / 700 à 800 ETP indirectes
- 130 000 nuitées, dont la majorité se répartissent en mai/juin et de septembre à mi-novembre
- 8 millions d'euros de chiffre d'affaires
- 10 millions d'euros de retombées économiques directes/indirectes
- 8 350 curistes, dont 20 % population locale
- Vals les Bains 3 450 curistes / environ 23 000 bien-être
- Neyrac les Bains 3 100 curistes / 2 400 bien-être
- Saint Laurent les Bains 1 800 curistes / 1 000 bien-être

Le plan de réhabilitation des thermes de Vals les Bains a débuté en 2016 pour s'achever en 2023 – ce sont plus de 12 millions d'Euros investis financés par l'Etat, l'Europe, la Région Auvergne-Rhône-Alpes dans le cadre du grand Plan Thermal, le Département, l'ADEME et la communauté de communes du Bassin d'Aubenas avec un objectif de 80 000 entrées qui devraient être atteint d'ici à deux à trois ans pour les soins de bien-être et 5 000 curistes. Cette croissance est plus rapide que le plan initial, qui prévoyait l'atteinte de ces objectifs au bout de cinq à six ans.

OBJECTIFS

- Faire un état des lieux et qualifier les offres touristiques liées au bien-être,
- Diversifier les clientèles tout en confortant l'activité thermale avec une attention particulière sur les clientèles d'hyper proximité,



LE PLAN
TOURISME
DESTINATION
ARDÈCHE
2024-2028

AXE 1 /
S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud

AXE 1 /
S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud

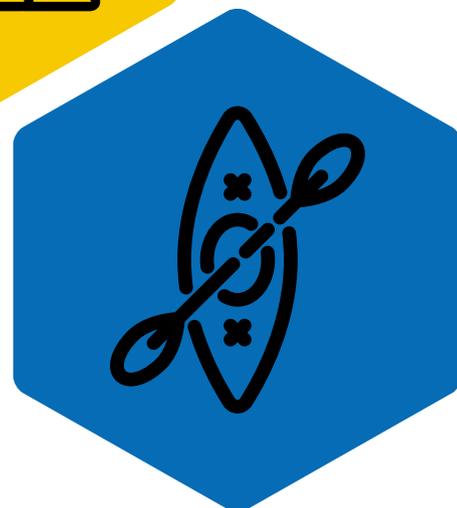
- Améliorer l'accueil et de l'offre d'hébergements des curistes.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Dans le cadre du concept porté par la Région Auvergne-Rhône-Alpes « station thermale de pleine santé », développer un territoire de bien-être santé à partir des stations thermales et des offres bien-être de qualité reconnue : sensibilisation des acteurs de la santé à l'activité physique et culturelle, sensibilisation des acteurs locaux, publics et privés, à la prise en compte de la santé dans la promotion du territoire et co-développement d'actions en faveur des curistes et de la clientèle de l'offre bien-être : découverte active du patrimoine, ateliers de cuisine diététique, visites de fermes (cueillette de plantes médicinales, ...) et de transformation de produits locaux, circuits mettant en valeur l'eau ou la forêt, ...
- Travailler avec les agences réceptrices et les offices de tourisme sur la distribution de ces séjours.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Evolution de la fréquentation des thermes, tout au long de l'année et sur la clientèle ardéchoise
- Développement des activités de bien-être comme facteur déclencheur de séjour en Ardèche



Action 1.3

Conforter le maillage du territoire, amplifier les réseaux "Villages de caractère d'Ardèche" et "Bistrots de Pays", accompagner la Croix de Bauzon

Pilotes

ADT, Département

Partenaires potentiels

Communes et intercommunalités, Offices de tourisme, CAUE, CCI, Ardèche le Goût, Fédération nationale des Bistrots de Pays, UMIH, Chambre d'agriculture, syndicat mixte de la montagne ardéchoise, Région Auvergne-Rhône-Alpes, Commissariat Massif central

Public cible

Collectivités, visiteurs, résidents, professionnels, candidats à la création-reprise d'activité, public scolaire

CONTEXTE ET ENJEUX

Les réseaux "Villages de Caractère d'Ardèche" (21 labellisés) et "Bistrots de Pays" (12 au 1^{er} janvier 2023) sont très majoritairement implantés sur la partie méridionale du département.

Or, ce sont des leviers intéressants à la fois pour augmenter l'attractivité touristique d'un territoire, favoriser la diffusion des flux touristiques et générer des retombées locales positives.

Pour ces deux marques/labels sous pilotage opérationnel de l'ADT (en tant que dépositaire du label "Village de caractère d'Ardèche" auprès de l'INPI, et comme gestionnaire local de la marque nationale "Bistrots de Pays"), de nouvelles candidatures seront examinées et accompagnées sur la durée du plan, préférentiellement sur les parties nord et montagne avec un objectif final de 30 villages labellisés.

Par ailleurs, le croisement entre les deux filières, la mise en réseau des différents labellisés - villages et bistrots -, et la connexion avec les différentes routes et itinéraires thématiques, seront autant que possible recherchés dans une logique de démultiplication de l'attractivité territoriale.

Au cœur de la montagne ardéchoise, le domaine de nature Chavade-Bauzon, peut devenir un véritable pôle touristique et éducatif à enjeu départemental. Le Département accompagne ce projet, aux côtés du Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes et du Commissariat Massif central, qui vise à faire de la Croix de Bauzon un nouveau point d'équilibre touristique au centre de l'Ardèche.

OBJECTIFS

- Favoriser l'approvisionnement en circuits courts des bistrots de pays,
- Identifier et accompagner les candidatures et projets à potentiel, en lien avec le CAUE.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Communiquer** sur l'existence et les principales caractéristiques des 2 marques/labels auprès des acteurs territoriaux (chartes, critères d'éligibilité et de maintien, etc.),
- **Accompagner les candidatures au label « village de caractère d'Ardèche » et les villages labellisés** dans leurs travaux d'embellissement et plan d'amélioration,
- **Favoriser la création de "Bistrots de Pays"** dans le réseau des "Villages de caractère d'Ardèche",
- **Conforter la représentation** des 2 filières lors d'événementiels organisés par l'ADT (Forum Destination Ardèche notamment), ou auxquels l'Agence participe,
- **Accompagner la transformation du domaine de nature Chavade-Bauzon** pour qu'il puisse accueillir des groupes scolaires, des associations, des fédérations, et plus largement des résidents et des touristes... dans le cadre d'une offre pédagogique et récréative diversifiée :
 - liée aux activités neige hivernales : disciplines nordiques, raquette à neige, ski alpin, ...



AXE 1 / S'engager pour un tourisme toute l'année, autour de points d'équilibre entre le nord et le sud

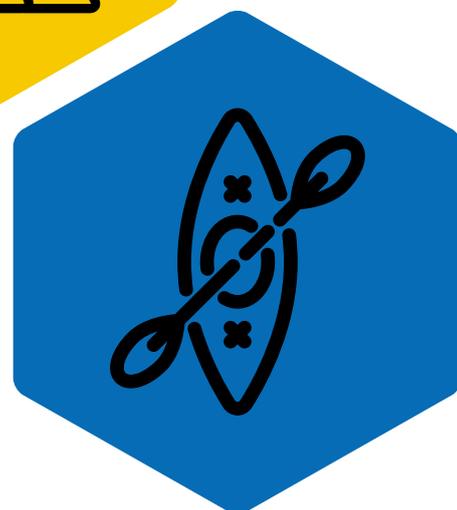
- permettant les pratiques de loisirs en toutes saisons: biathlon, VTT, course d'orientation, cyclo-tourisme, rollerski, roller, randonnées, en protégeant et en valorisant la richesse des milieux naturels et paysages du massif du Tanargue.

Il sera recherché une mise en synergie des activités proposées avec les autres sites de loisirs et de découverte de la partie occidentale de l'Ardèche.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombre de communes et de bistrotts labellisés
- Niveau de la fréquentation des lieux et établissements concernés
- Résultats des enquêtes clientèle quant aux activités pratiquées par les visiteurs (touristes, excursionnistes, groupes et résidents permanents)

AXE 1 / S'engager pour un tourisme toute l'année, autour de points d'équilibre entre le nord et le sud





Action 1.4

Mettre en œuvre une politique de communication priorisée sur les ailes de saison et les zones à faible fréquentation, et également en appui à l'offre hivernale

Pilote

ADT

Partenaires potentiels

L'ensemble des partenaires de l'Ardèche (filières, offices de tourisme, collectivités, professionnels), marque Emerveillés par l'Ardèche, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, Atout France

Public cible

Clientèles touristiques

CONTEXTE ET ENJEUX

La communication touristique dans toutes ses composantes (web, mobile, réseaux sociaux, presse, communication hors ligne, actions de fidélisation...), constitue un levier essentiel pour atteindre des objectifs de pilotage et de rééquilibrage des flux.

La stratégie marketing et le plan de communication qui en découlent privilégieront dans leurs objectifs et leurs actions la promotion de l'offre d'activités se déroulant en dehors des périodes de haute saisonnalité et dans les zones à plus faible fréquentation.

Pour ces actions de communication, les cibles des résidents, résidences secondaires et clientèles de proximité seront particulièrement sollicitées.

La stratégie marketing est à conforter à partir des constats suivants :

- Un tourisme très majoritairement de séjour (90% de la clientèle).
- Un taux de fidélisation très élevé. 75% des séjours effectuent une seconde visite, qui sera à orienter prioritairement sur de nouveaux lieux et sur les ailes de saison.
- Des profils de clientèle assez larges :
 - familles plutôt en camping et en meublés (printemps et été),
 - couples et groupes d'amis (automne),
 - séniors,
 - professions et catégories socio-professionnelles plutôt aisées,
 - des clientèles sportives de plus en plus nombreuses,
 - des séjours scolaires en constante progression.

Néanmoins, il est constaté une faiblesse d'offres sur les clientèles 20-30 ans ainsi que sur l'offre enfants en dehors des vacances scolaires principales.

OBJECTIFS

- Associer produits / marchés / saisonnalité pour une valeur ajoutée augmentée et une réponse aux nouvelles attentes des visiteurs,
- Prioriser la fidélisation de la clientèle, en particulier, les visiteurs arrivant en Ardèche pour la première fois,
- Cibler les clientèles groupes, en particulier les écoles et le tourisme d'affaires.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- En s'appuyant sur l'ADT, conduire une **stratégie marketing** et mettre en œuvre un **plan de communication** sur les marchés cibles (ardéchois, proximité, Île de France, Pays-Bas, Allemagne, Belgique, Suisse) :

**AXE 1 /
S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud**

- Multimédia, print et diffusion (photothèque, podcast, magazines, guides vélo, villages de caractère, bistros, Espace Chauvet),
- Action socle sur le digital (base de données APIDAE, Gestion relation client, place de marché),
- Relations publiques (presse, blogs, influenceurs),
- Participations aux évènements et campagnes thématiques (salons, merveilleuse semaine, merveilleux week-end),
- Actions auprès des distributeurs,
- Suivi des clientèles.

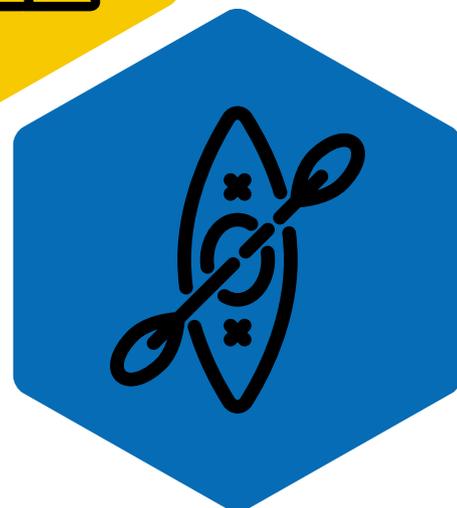
- Cibler prioritairement les clientèles les plus à même de se déplacer sur les ailes de saison : clientèle française de proximité, d'hyper proximité et clientèles européennes qui ont des vacances étalées tout au long de l'année et qui se déplacent facilement hors période estivale.

AXE 1 /

**S'engager
pour un
tourisme
toute l'année,
autour
de points
d'équilibre
entre
le nord
et le sud**

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Evolution du nombre d'offres ouvertes à l'année
- Enquête de fréquentation segmentée sur des critères de saisonnalité et de répartition géographique.





Action 2.1

Développer de nouvelles itinérances et pratiques en matière de mobilité et d'accessibilité

Pilotes

ADT, Département

Partenaires potentiels

Région Auvergne-Rhône-Alpes, intercommunalités, Département (service des sports), Intercommunalités, Syndicat départemental des énergies de l'Ardèche, SNCF, hébergeurs, prestataires d'activité, Comité départemental de la randonnée pédestre, Offices de tourisme, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Public cible

Touristes (tous profils) pour les actions en lien avec l'accessibilité et la mobilité, touristes à vélo, itinérants, randonneurs.

CONTEXTE ET ENJEUX

Sous l'effet des évolutions réglementaires et du renchérissement du coût des transports, les équipements et les comportements liés à la mobilité connaissent actuellement de profondes mutations (électrification, transports collectifs, transports partagés, déplacements doux, intermodalité...). Pour une destination comme l'Ardèche où l'accès et les déplacements en transport en commun sont difficiles et où plus de 90% des visiteurs utilisent leur voiture pour venir et circuler en Ardèche, cette mutation représente des enjeux d'adaptation considérable dans les années à venir, pour garder notre destination accessible et attractive, en particulier auprès de nos clientèles urbaines de proximité.

En matière de mobilité douce, si les priorités ont été définies par le Département et les intercommunalités dans le cadre du schéma départemental 2020-2025 en faveur du vélo, la randonnée pédestre qui constitue l'offre touristique socle de nos territoires, largement investie ces dernières années par l'échelon intercommunal, mérite d'être mieux coordonnée et mise en tourisme à l'échelle départementale. Il convient en particulier de noter la quasi absence de notre département dans la liste des grands itinéraires pédestres régionaux.

Dans cet éventail d'offres à conforter gravitant autour des pratiques sportives et ludiques de pleine nature, la base départementale située sur la commune de Salavas, tiendra une place de choix. Elle fait l'objet, depuis 2021, de travaux de rénovation à hauteur de 10 M€ d'euros et réouvrira ses portes au printemps 2024. Propriété du Département, ce nouvel équipement doit contribuer à renforcer l'attractivité du territoire et relayer les politiques départementales en faveur des sports, de la culture, du tourisme, de l'environnement.

Les actions seront développées en cohérence avec les thématiques d'excellence « pleine nature » et « itinérance et grandes randonnées » portées par la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

OBJECTIFS

- Développer l'accessibilité de notre destination et la mobilité des visiteurs par des moyens alternatifs à la voiture individuelle
- Déployer les priorités touristiques du schéma départemental 2020-2025 en faveur du vélo
- Améliorer l'attractivité et la visibilité de l'offre départementale d'itinérance et randonnée
- Faire de la base départementale située sur la commune de Salavas un espace d'accueil, d'innovation et de formation.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- En s'appuyant sur l'ADT, améliorer l'information sur la mobilité, en particulier des points d'entrée sur le département jusqu'aux sites touristiques, et les déplacements alternatifs à la voiture des clientèles en séjour,

AXE 2 /

Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

AXE 2 / Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

- Accompagner des démarches expérimentales en matière de mobilité : journées sans voiture, navettes électriques, dispositifs d'incitation tarifaire à l'utilisation des transports collectifs...
- Développer le réseau de bornes de recharge électrique pour voitures dans une logique de maillage territorial optimal, en s'appuyant sur le plan de développement porté par le Syndicat départemental des énergies de l'Ardèche,
- Accompagner le déploiement des infrastructures en finalisant l'achèvement des investissements du réseau ossature,
 - co-concevoir et mettre en place une offre de circuits VAE à la journée de niveau départemental,
 - instaurer des boucles vélo insérant des principaux sites touristiques (sites naturels, sites de visite, villages de caractère),
 - développer, en lien avec les voies douces, dans des lieux d'étape une gamme de mobiliers vélo spécifique : consignes, box sécurisés, bornes de recharge pour les vélos à assistance électrique, en concertation avec des hébergeurs et prestataires touristiques,
- Favoriser l'accueil d'étapes de compétitions cyclistes de renommée internationale comme le Tour de France, Le Critérium du Dauphiné, Paris-Nice... qui sont des supports incontournables pour le développement du vélo dans notre département,
- Créer un grand itinéraire pédestre, traversant le département, susceptible de déclencher des séjours en itinérance auprès d'une clientèle régionale. Ce nouveau produit devra valoriser le patrimoine naturel et culturel du département, et générer des retombées locales dans des territoires à plus faible fréquentation touristique :
 - Identification d'un itinéraire sur la base de réseaux existants, par exemple : GR 7, GR4, GR42 ou la Route des Dragonnades
 - Thématization de l'itinéraire et identification des services liés (hébergements à la nuitée notamment, réservation en ligne)
 - Constitution d'un comité d'itinéraire
 - Balisage et signalétique de l'itinéraire
 - Plan de communication et de mise en marché.
- Coordonner et harmoniser la gestion des sentiers par le biais d'une forte remobilisation de la CDESI : sécurisation et pérennisation des réseaux locaux de GR/PR (digitalisation, entretien, balisage, signalétique, promotion), création et animation d'un réseau départemental réunissant les intercommunalités et leur office de tourisme, l'ADT et le CDRP,
- Créer une gamme d'itinéraires « vitrine » de niveau départemental pour le tourisme à vélo et la randonnée pédestre dont la mise en tourisme, la promotion, la distribution et la mise en marché seront assurés par l'ADT en lien avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme,
- Elaborer et conduire une stratégie d'accueil des campings-cars en Ardèche : recensement et qualification de l'offre, conseil et accompagnement des établissements d'hôtellerie de plein air pour un accès des véhicules toute l'année, conduite d'actions de communication dédiées.
- Faire de la base départementale située sur la commune de Salavas :
 - Un point d'étape de la grande Traversée de l'Ardèche en VTT labélisé « Accueil vélo »
 - Un point de départ pour des randonnées sur le Sentier Patrimoine Village de caractère de Salavas
 - Un lieu de formation par le CREPS pour les animateurs du « Savoir rouler à vélo » en lien avec le collège de Vallon Pont d'Arc
 - Un lieu d'accueil des week-ends thématiques « vélo » pour les familles permettant à la fois d'apprendre à faire du vélo, de découvrir les environs lors d'une randonnée vélo, d'être sensibilisé à la réparation.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Inscription d'un grand itinéraire de randonnée dans le schéma régional
- Part des visiteurs accédant à la destination par des modes de transport alternatifs à la voiture
- Part des visiteurs utilisant les circuits VAE et pédestres « vitrine » de niveau départemental.
- Nombre de bénéficiaires des activités développées par la base départementale



AXE 2 /

Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

AXE 2 / Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

Action 2.2

Promouvoir les paysages et le patrimoine remarquables, restaurer les grands sites patrimoniaux, leur ancrage dans la vie économique du territoire

Pilotes

Département

Partenaires potentiels

ADT, CAUE, communes, Syndicat de gestion des gorges de l'Ardèche, EPCI, Offices de tourisme, Parc naturel régional des Monts d'Ardèche, Etat, Région Auvergne-Rhône-Alpes, Département de la Haute-Loire

Public cible

Visiteurs (touristes, résidents permanents), professionnels directement et indirectement liés à l'activité touristique

CONTEXTE ET ENJEUX

L'Ardèche compte trois grands sites naturels majeurs très fréquentés, dont un labélisé Grand Site de France (Aven d'Orgnac) et deux en Opération Grand Site (Combe d'Arc-Gorges de l'Ardèche, Gerbier-Mézenc). L'attractivité de ces sites bénéficie au département dans son ensemble et contribue au rayonnement de l'Ardèche au niveau national et international. Le Département mobilise au profit de ce patrimoine naturel exceptionnel sa politique ENS et s'appuie sur la politique des Grands sites, politique de l'Etat au service des sites classés très fréquentés.

A ces politiques grands sites, s'ajoutent d'autres reconnaissances nationales et internationales : l'inscription de la grotte Chauvet-Pont d'Arc au patrimoine mondial de l'UNESCO, le géoparc UNESCO des Monts d'Ardèche, une réserve naturelle nationale (Réserve naturelle nationale des Gorges de l'Ardèche), 26 sites Natura 2000, et les 16 sites ENS. Ces reconnaissances fondées sur l'excellence de la gestion et des périmètres de protection témoignent d'une conscience collective forte et d'une attention continue portée à ce patrimoine commun.

Dans ce contexte, une approche économe et qualitative du foncier quelle que soit sa destination, par les collectivités, est essentielle à la préservation de la qualité paysagère du territoire et de son attractivité.

Au-delà du patrimoine naturel, l'Ardèche est également riche d'un patrimoine bâti, châteaux, demeures et fermes traditionnelles, comme industriel, anciennes mines, moulins, usines, qu'il convient d'intégrer plus fortement à la représentation collective du territoire et à son attractivité touristique.

OBJECTIFS

- Renforcer l'engagement du Département autour de la restauration et de la mise en valeur des grands sites naturels départementaux, comme du patrimoine paysager, bâti et industriel.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Finaliser** l'Opération Grand Site de la Combe d'Arc et la démarche de labellisation Grand Site de France autour de quatre axes clés : la réouverture du paysage, la maîtrise des impacts de la fréquentation, la requalification des entrées du site, le sens conféré à la visite à partir notamment de la création d'une promenade piétonnière.

Un vaste processus de concertation et d'élaboration d'un projet de territoire s'appuyant sur la valeur des paysages à l'échelle d'un Grand Site gorges de l'Ardèche est à l'œuvre afin d'aboutir à une labellisation « Grand site de France ». La labellisation s'appuie sur un plan de gestion à 6 ans où les enjeux touristiques et environnementaux occupent une place de premier plan.



■ **Mettre en œuvre** l'Opération Grand Site Gerbier Mézenc et la démarche de labellisation Grand Site de France

Les Départements de l'Ardèche et de la Haute-Loire portent depuis 2019 une démarche visant le démarrage d'une OGS pour le Grand Site Gerbier – Mézenc. La validation de la démarche par le ministère de la Transition Ecologique permet un déploiement d'une OGS sur la période 2023-2030, qui devra répondre aux enjeux suivants :

- Préserver, restaurer et valoriser l'unité paysagère fragile du territoire ;
- Renforcer l'identité du territoire ;
- Viser une gestion durable, facteur d'attractivité.

Ces enjeux se traduisent par quatre orientations qui constituent la base d'un plan d'actions à mettre en œuvre dans un périmètre et un cadre de gouvernance à préciser :

1. Gérer la fréquentation dans le grand paysage Gerbier-Mézenc
2. Révéler le territoire
3. Donner de la cohérence au massif « Gerbier-Mézenc » par l'accueil et l'interprétation
4. Préserver le capital « Grand paysage » comme ressource du territoire Gerbier-Mézenc et levier de développement territorial.

■ **Porter une attention particulière aux enjeux paysagers** dans les politiques publiques de planification territoriale et d'aménagement. Il s'agit d'accompagner des collectivités en leur communiquant des données d'observation de l'économie touristique, et en confortant le traitement urbanistique et paysager de leurs espaces publics et leurs entrées de villes et villages (pré-conseil, formation, accompagnements individuels, études de programmation, chartes paysagères, chartes signalétiques...).

■ **Appuyer les démarches de mise en valeur des richesses patrimoniales** comme la ferme de Bourlatier, le château de Tournon, le sentier des Lauzes, la cité de la Préhistoire, MuséAl, l'Arche des métiers, les grottes de Soyons, le circuit des dolmens, Le Pays d'art et d'histoire, ...

■ **Etudier et concevoir la valorisation d'itinéraires paysagers** en favorisant l'approche « vélo »

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Concrétisation d'opérations spécifiques : OGS, restauration de patrimoines, ...
- Nombre de sites naturels équipés par l'ADT ou les OT et suivis dans leur fréquentation ;
- Indice de satisfaction des personnes ayant visité les sites naturels.

AXE 2 /

Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

AXE 2 / Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

Action 2.3

Porter des actions prioritaires dans les Espaces naturels sensibles

Pilotes

Département

Partenaires potentiels

ADT, EPCI, Offices de tourisme, têtes de réseaux touristiques (Gîtes de France, Fédération de l'hôtellerie de plein air, ...), représentants des usagers, Commission départementale des espaces sites et itinéraires (CDESI)

Public cible

Randonneurs, pratiquants occasionnels d'activités de pleine nature : VTT, escalade, canoë-kayak, ...

CONTEXTE ET ENJEUX

Dès 1995, l'Ardèche s'est engagée dans une politique active de gestion de territoires emblématiques avec pour objectif de concilier la meilleure connaissance de ces sites et leur préservation avec l'accueil maîtrisé du public.

Le Département a ainsi progressivement identifié un réseau de sites naturels remarquables, en retenant quatre critères : les richesses naturelles et paysagères, la sensibilité à des facteurs influençant le site, l'accessibilité et enfin l'intérêt pédagogique.

Ce travail a abouti à l'identification de 16 Espaces naturels sensibles représentatifs de la diversité écologique et paysagère ardéchoise. Ce réseau constitue 15 % du territoire ardéchois et concentre la plupart des sites de fréquentation touristique, du fait de leur patrimoine naturel exceptionnel et de leurs paysages charismatiques.

Ils sont traversés par les tendances suivantes :

- Un engouement croissant des visiteurs et des résidents pour la fréquentation d'espaces naturels
- Des phénomènes ponctuels de surfréquentation, enregistrés sur certains sites confidentiels, accentués par le phénomène des réseaux sociaux,
- Des conflits d'usages en augmentation, constatés sur certains espaces naturels, entre pratiquants de loisirs de nature ou entre pratiquants et riverains,
- Une fragilité et une sensibilité de certains espaces naturels au changement climatique, qui nécessite des mesures de protection et d'encadrement de la fréquentation.

OBJECTIFS

- Favoriser la participation active et intégrée des professionnels du tourisme et des activités de pleine nature eux-mêmes à l'effort de préservation des ressources et du cadre de vie. Dans ce cadre, l'ADT, les offices de tourisme ont un rôle prépondérant à jouer tout à l'amont des processus d'accueil des touristes sur le territoire départemental.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Former** les acteurs touristiques et les représentants des sports de nature aux enjeux de la biodiversité et de l'eau en s'appuyant sur des cas pratiques locaux, les ENS pouvant servir de support de terrain eu égard à leur vocation d'exemplarité dans la conciliation des enjeux de préservation et d'accueil du public.

Les formations seront co-construites entre les services du Département, l'ADT et les fédérations concernées, puis déclinées dans les territoires en concertation avec les EPCI et les offices de tourisme.

- **Mesurer et maîtriser la fréquentation** dans les sites naturels de façon pérenne et robuste en établissant un plan de comptage et d'instrumentation des sites, des indicateurs simples d'évaluation des capacités de charge et en évaluant la satisfaction des usagers, permanents comme

occasionnels. S'appuyer également pour cette action sur l'embauche saisonnière d'éco-gardes.

- **Co-piloter** avec les acteurs du tourisme et les représentants des usagers des outils de régulation et de diffusion de l'information (instances de régulation pour organiser les usages sur les sites fragiles, plateformes de réservation, règles de fonctionnement d'accueil du public, etc), et sur quelques sites à identifier, développer une offre maîtrisée de visite et de découverte en articulant enjeux de préservation et enjeux touristiques. **Accompagner à cet effet les fédérations des sports de pleine nature** : canoë-kayak, spéléologie, randonnée, autres, ...

Le cadre privilégié de construction partagée de l'action sera la commission départementale des espaces, sites et itinéraires (CDESI) qu'il conviendra de remobiliser dans cet objectif.

- **Harmoniser et renouveler** les équipements d'accueil et les outils de diffusion d'informations (notamment guides thématiques et fiches pédagogiques) concernant les espaces naturels du département, en y intégrant le concept d'un tourisme de vision.
- **Concevoir et mettre en œuvre une politique d'animation** permettant de faire découvrir aux visiteurs les richesses naturelles du département, en s'appuyant sur des visites guidées, des balades apprenantes, des ateliers pratiques, dans les différents ENS, et en particulier sur le site départemental de la Boissine.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombres d'acteurs du tourisme et de personnes parmi les têtes de réseau ayant suivi une formation à la biodiversité et aux enjeux de l'eau
- Nombre de sites naturels équipés pour le suivi de leur fréquentation
- Mise en œuvre et capitalisation de démarches et d'outils de régulation de la fréquentation
- Indice de satisfaction des personnes fréquentant des espaces naturels sensibles.



LE PLAN
TOURISME
**DESTINATION
ARDÈCHE**
2024-2028

AXE 2 /

**Soutenir un
tourisme de
pleine nature,
en protégeant
et valorisant
les richesses
naturelles et
patrimoniales**

AXE 2 / Soutenir un tourisme de pleine nature, en protégeant et valorisant les richesses naturelles et patrimoniales

Action 2.4

Adapter les usages touristiques aux enjeux environnementaux : économie et partage de la ressource en eau, économies d'énergie, préservation des écosystèmes, sensibilisation au risque incendie

Pilotes

Département, ADT

Partenaires potentiels

Chambres consulaires, représentants de filières, Emergeillés par l'Ardèche, intercommunalités, associations environnementales, Offices de tourisme, ADEME, Agences de l'eau, Parc naturel régional des Monts d'Ardèche, EPTB Ardèche, Alec 07, Centre du développement agroalimentaire (CDA) "Ardèche le Goût".

Public cible

Entreprises touristiques, intercommunalités, visiteurs

CONTEXTE ET ENJEUX

Fortement dépendante de la disponibilité de la ressource en eau en été, l'économie touristique ardéchoise s'est structurée jusqu'à présent autour de modèles que la nouvelle donne climatique pourrait fragiliser sans adaptation à ces enjeux environnementaux.

Cette adaptation passe à la fois par une mobilisation des élus et décideurs publics, une évolution vers des pratiques responsables et des investissements importants de la part des entreprises du secteur, mais aussi des modifications de comportements de la part des visiteurs.

Par ailleurs, les touristes sont de plus en plus désireux d'une information facilement accessible sur les enjeux de santé-environnement (exemple : la qualité des baignades), et ils tendent pour beaucoup à se tourner vers une consommation durable lors de leurs séjours, dans tous les postes de dépenses : hébergements, restauration, loisirs, achats du quotidien.

Pour cette action, plusieurs leviers seront mobilisés : formation, sensibilisation, communication, accompagnement technique et financier des acteurs publics et privés, et encouragement à la mise en place d'expérimentations.

La structuration de ces interventions s'inscrira dans le cadre des Assises départementales de l'eau, co-pilotées depuis 2022 par le Département et l'Etat.

OBJECTIFS

- Rendre l'économie touristique ardéchoise moins vulnérable face aux crises climatiques et environnementales,
- Modifier les pratiques et stimuler les investissements des socio-professionnels en lien avec le tourisme durable,
- Favoriser les comportements éco-responsables de la part des visiteurs,
- Protéger durablement les écosystèmes ardéchois.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Animer** au niveau de l'ADT un comité de pilotage Tourisme durable, en concertation avec le CDA « Ardèche le Goût », et mettre en œuvre les actions suivantes, en s'appuyant sur le Fonds Tourisme durable de l'Ademe :
 - un centre de ressources dans le domaine du tourisme durable,
 - des programmes annuels de formation professionnelle et de sensibilisation aux pratiques éco-responsables à destination des professionnels du tourisme
 - un accompagnement individuel des entreprises, mixant diagnostics, plan d'actions et identification de financements,

- la conception et la diffusion de supports de communication incitatifs en faveur des écocostes à destination des visiteurs.

- **Favoriser et accompagner les expérimentations** dans le domaine de la ressource en eau et de la protection de la biodiversité : recyclage des eaux grises, dispositifs d'économie d'eau, co-conception de référentiels limitant l'impact environnemental.
- **Harmoniser au niveau départemental** l'information relative aux conditions d'accès aux sites de baignade. Cette action s'appuiera sur l'expérience en cours développée par l'EPTB Ardèche dans la communication autour d'un portail des baignades.
- **Inciter à la réalisation de bilans-carbone** du secteur touristique dans le cadre des Plans climat air énergie territoriaux (PCAET).
- **Déployer des campagnes de sensibilisation au risque incendie** dans les massifs forestiers, auprès des touristes, notamment via les hébergeurs touristiques, et de la population locale, en concertation avec le SDIS et les forestiers-sapeurs du Département de l'Ardèche.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombre de professionnels formés et accompagnés dans le cadre du Fonds Tourisme Durable, volumes d'investissements réalisés
- Nombre de bilans carbone tourisme réalisés dans les intercommunalités
- Evolution des consommations énergétiques et de la ressource en eau par les clientèles touristiques.
- Couverture de l'ensemble des sites de baignade publics ardéchois par un portail public d'information.



LE PLAN
TOURISME
**DESTINATION
ARDÈCHE**
2024-2028

AXE 2 /

**Soutenir un
tourisme de
pleine nature,
en protégeant
et valorisant
les richesses
naturelles et
patrimoniales**

AXE 3 /

Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire

Action 3.1

Soutenir nos filières, nos marques et nos producteurs locaux

Pilotes

Centre du développement agroalimentaire « Ardèche le Goût », Chambre d'agriculture, ADT

Partenaires potentiels

Agence de Développement Touristique, Bienvenue à la Ferme Ardèche, Fédération départementale des CIVAM, syndicats et comités interprofessionnels (organismes de défense et de gestion), collectivités locales organisatrices de marchés de producteurs, Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, "2000 Vins d'Ardèche" et Offices de tourisme porteurs du label "Vignobles & Découvertes"

Public cible

Agriculteurs, transformateurs, restaurateurs, consommateurs

CONTEXTE ET ENJEUX

L'Ardèche est un département riche de contrastes et de diversité qui génère, sur une mosaïque de territoires aux multiples spécificités, une agriculture variée dont sont issus de nombreux produits de qualité. Les signes officiels dont bénéficient nombre d'entre eux, que ce soit à l'état brut ou après transformation, participent de leur notoriété et contribuent à faire de l'Ardèche une destination gourmande.

L'agriculture en Ardèche, c'est environ 4 400 chefs d'exploitations et coexploitants, 3 700 exploitations réparties sur près d'un quart du département, dont près de la moitié ont au moins un produit sous signe de qualité ou un produit vendu en circuit court, et près de 30 % sont certifiées Agriculture Biologique. Le Département soutient l'ensemble des producteurs et savoir-faire par un présence renouvelée au Salon international de l'agriculture.

Les produits sous signes officiels de qualité s'avèrent ainsi nombreux :

- AOC/AOP : Châtaigne d'Ardèche, Vins (Appellations Côtes du Vivarais, Cornas, St-Péray, St-Joseph, Côtes du Rhône, Condrieu), Fromage (Picodon), Viande (Fin Gras du Mézenc),
- Label Rouge : volailles (poulets blancs et jaunes, pintades, chapons blancs et jaunes), agneau de l'Adret, veau du Velay, abricots et pêches nectarines,
- Identification Géographique Protégée : pintade de l'Ardèche, volailles de la Drôme, du Languedoc, d'Auvergne, poulet ou chapon de l'Ardèche, poulet ou chapon des Cévennes, saucisson de l'Ardèche, jambon de l'Ardèche, porc d'Auvergne, agneau de Lozère, miel des Cévennes, thym de Provence, vins (Appellations Collines rhodaniennes, Comtés rhodaniens, Ardèche, Méditerranée),
- Agriculture biologique (un millier d'exploitations concernées).

L'œnotourisme constitue par ailleurs une filière à part entière qui s'avère notamment valorisée grâce au label "Vignobles & Découvertes", dont bénéficient 4 territoires infra-départementaux : "Condrieu Côte-Rotie", "De Cornas en Saint-Péray", "D'Hermitage en Saint-Joseph", et "Vignobles Sud Ardèche".

La marque "Goûtez l'Ardèche®", (30 ans en 2021), est portée par le Centre du Développement Agroalimentaire "Ardèche le Goût", dont de multiples actions s'inscrivent en synergie avec celles de l'ADT et d'"Émerveillées par l'Ardèche", au service de l'attractivité territoriale. Elle couvre aujourd'hui plus de 500 produits et plus de 160 entreprises utilisatrices (producteurs, restaurateurs, traiteurs, commerces, grossistes, offres pique-nique).

Sur cette idée du « bien-manger », la marque collective « étapes savoureuses » a été créée il y a quelques années pour permettre de découvrir les richesses agricoles, alimentaires et culinaires de l'Ardèche. Sont proposés des lieux à visiter garantissant des produits ardéchois et un accueil de qualité. Les lieux de restauration identifiés valorisent les produits locaux et de saison, garants d'un tourisme gourmand et durable.

Les actions seront développées en cohérence avec la thématique d'excellence « gastronomie et œnotourisme » portée par la Région Auvergne-Rhône-Alpes.

OBJECTIFS

- Renforcer l'identité de la marque « Goûtez l'Ardèche® »
- Développer l'agritourisme immersif et soutenir des opérations associées telles que "L'Ardèche de Ferme en Ferme" et "De Ferme en Fête",
- Structurer l'offre oenotouristique, en particulier au niveau des territoires infra-départementaux labellisés "Vignobles & Découvertes" par Atout France.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Valoriser :
 - des produits et savoir-faire ardéchois dans les menus proposés par les restaurateurs, à l'occasion d'événementiels type concours culinaire, ou à l'occasion de projets à portée régionale ou nationale mettant en valeur la gastronomie et le tourisme gourmand
 - des produits lors d'événementiels organisés par l'ADT (exemple : Forum Destination Ardèche, opérations de street marketing...) ou auxquels l'Agence participe,
- Conforter les fermes et produits référencés « Bienvenue à la ferme en Ardèche », promouvoir le label « vignobles et découvertes » sur le site « j'veux du local » de la Chambre d'agriculture,
- Développer les « Etapes savoureuses d'Ardèche », vecteur de valorisation des savoir-faire alimentaires, et la création de valeur ajoutée locale.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Commercialisation des produits dans des canaux de distribution stratégiques : boutiques des Offices de tourisme, des sites de visite, points de vente collectifs, hébergements, GMS...
- Evolution des adhérents à "Goûtez l'Ardèche®" (restaurateurs et transformateurs) et du chiffre d'affaires réalisé sous la marque
- Nombre d'événements organisés pour valoriser les productions locales



AXE 3 /

Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire

AXE 3 / Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire

Action 3.2

Favoriser la création et la diffusion d'une gamme de produits fabriqués localement

Pilotes

Emerveillés par l'Ardèche, ADT

Partenaires potentiels

Agence pour le développement des métiers d'art, chambres consulaires (CCI et CMA), Centre du développement agroalimentaire « Ardèche le Goût », entreprises, Offices de tourisme, points de vente collectifs, pôle d'innovation des métiers d'art, Parc naturel régional des monts d'Ardèche, sites de visite

Public cible

Professionnels, entreprises, clientèles touristiques

CONTEXTE ET ENJEUX

L'Ardèche dispose de véritables atouts en matière de savoir-faire artisanaux et artistiques. Pour autant, force est de constater que les créations ardéchoises sont encore insuffisamment valorisées dans les gammes de produits souvenirs, type "goodies", proposées aux clientèles touristiques dans les sites de visite notamment.

Des initiatives ont été engagées ces dernières années afin de mieux valoriser les savoir-faire ardéchois. Elles méritent d'être confortées et démultipliées car elles restent emblématiques des principaux marqueurs territoriaux qui participent à l'identité de notre destination.

OBJECTIFS

- Référencer une offre vitrine de créations identitaires de la destination Ardèche
- Conforter la dynamique et la reconnaissance de la marque « Goûtez l'Ardèche® »

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Créer une mission et mettre en œuvre des actions de développement en faveur des produits ardéchois d'artisanat et d'industrie
- Renforcer la présence commerciale des produits sous signes officiel de qualité et marqués « Goûtez l'Ardèche® » ainsi que des produits de qualité créés en Ardèche auprès des principaux sites touristiques, hébergeurs, manifestations et points de vente collectifs.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Niveau de commercialisation des gammes de création
- Chiffre d'affaires généré
- E-réputation des collections créées.

Action 3.3

Amplifier le développement des circuits de proximité

Pilotes

Centre du développement agroalimentaire « Ardèche le Goût », ADT, Emergeillés par l'Ardèche, Chambre d'agriculture

Partenaires potentiels

Département, Fédération de l'hôtellerie de plein air, hébergeurs, restaurateurs, Union des métiers et des industries de l'hôtellerie, prestataires d'activité, sites de visite, producteurs locaux, Fédération départementale des CIVAM, Chambres consulaires, opérateurs commerciaux (points de vente collectifs) et logistiques (SCIC "D'Ardèche et de Saison")

Public cible

Visiteurs, résidents permanents, professionnels (tourisme, agroalimentaire, agriculteurs)

CONTEXTE ET ENJEUX

Les circuits courts de distribution des produits alimentaires se caractérisent par la proximité entre producteurs et consommateurs. Cette organisation, si elle ne date évidemment pas d'hier, connaît depuis quelques temps un fort regain d'intérêt. En filigrane, une aspiration sociétale à manger des produits de meilleure qualité, et à minimiser l'empreinte carbone des circuits de distribution.

La destination Ardèche a la chance de pouvoir offrir à ses habitants comme à ses visiteurs de nombreux produits sous signe officiel de qualité. Nombre de ces produits bénéficient par ailleurs de la marque "Goûtez l'Ardèche®", développée depuis de nombreuses années par le Centre du développement agroalimentaire "Ardèche le Goût" sur le fondement de critères sélectifs.

Au-delà de l'existence d'opérateurs logistiques dédiés (SCIC "D'Ardèche et de Saison" notamment), l'interconnaissance entre producteurs et distributeurs (restaurateurs, commerçants, hébergeurs...) constitue un élément clé pour l'amplification de ce type de circuits.

OBJECTIFS

- Apporter aux producteurs agroalimentaires locaux de nouveaux débouchés en exploitant au mieux le marché des touristes en séjour et des excursionnistes,
- Contribuer à la décarbonation du secteur touristique,
- Valoriser l'image et la notoriété de la destination par la disponibilité de productions locales de qualité.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- En s'appuyant sur le Centre de développement agroalimentaire de l'Ardèche,
 - Favoriser la mise en relation producteurs-professionnels (restaurateurs, hébergeurs) : référencement, guides, animations de réunions locales
 - Organiser ou participer à des événements valorisant les produits locaux auprès des consommateurs.
- En s'appuyant sur la Chambre d'agriculture, accompagner au développement et à la valorisation de la marque «Bienvenue à la ferme», Ici C local : développement de circuits courts, participation aux salons,
- Sensibiliser les visiteurs à la consommation locale (kits hébergeurs et campagnes de communication mis en place par l'ADT) et par l'intermédiaire de rencontres organisée par l'ADT à l'échelle locale (offices de tourisme, intercommunalités)
- Renforcer, notamment par des temps d'échange entre professionnels, la présence commerciale des produits sous Signe Officiel de Qualité et/ou marqués "Goûtez l'Ardèche®" dans les hébergements, sites de visite et manifestations, et points de vente collectifs.

LE PLAN
TOURISME
DESTINATION
ARDÈCHE
2024-2028

AXE 3 /

Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Evolution du référencement des produits sous SOQ et marque Goûtez l'Ardèche® auprès des principaux sites et hébergements touristiques
- Evolution de l'offre référencée sous la plate-forme "J'veux du Local" et audience du site
- Nombre d'évènements organisés pour valoriser les productions locales

AXE 3 / Valoriser ses terroirs et ses savoir-faire





Action 4.1 Développer l'attractivité de l'emploi touristique

Pilotes

ADT, Emerveillés par l'Ardèche, Ardèche le Goût, Département, chambres consulaires, Éducation nationale

Partenaires potentiels

Région Auvergne-Rhône-Alpes, Etat, UMIH, Chambre départementale de l'hôtellerie de plein air (FRHPA), Service public de l'insertion et de l'emploi

Public cible

Hébergeurs, restaurateurs, demandeurs d'emploi.

CONTEXTE ET ENJEUX

On constate des difficultés croissantes de recrutement de personnel qualifié, sur des emplois permanents et saisonniers qui pénalisent les capacités d'ouverture de certains professionnels, en particulier les campings et les restaurants.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer ces difficultés :

- Des aspirations sociétales nouvelles,
- Une carence de logements dédiés au personnel saisonnier,
- Une dispersion des initiatives et sources d'information mobilisables, en dépit de certaines initiatives (plateforme régionale "Job Tourisme"), une information sur l'emploi qui mérite d'être mieux coordonnée et davantage relayée.

Dans un contexte où le Département dispose de capacités limitées d'intervention dans le domaine de l'emploi, celui-ci doit chercher les meilleurs effets de levier possibles dans l'action et le partenariat pour accompagner des initiatives en faveur de l'attractivité des métiers dans le tourisme, ou en initiant des démarches en direction des publics en insertion qu'il accompagne.

OBJECTIFS

- Contribuer à améliorer l'attractivité de l'emploi dans le domaine du tourisme sur le département
- Favoriser le retour à l'emploi de publics en insertion dans le domaine du tourisme.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Conduire un observatoire** des métiers :

Il s'agit de réaliser une enquête auprès des employeurs du tourisme ardéchois sur les besoins en compétence, profils recherchés, freins au recrutement, et en assurer un suivi au fil de l'eau.

- **Développer et animer un « Job board » dédié aux métiers du tourisme :**

L'ambition est de créer une plate-forme en ligne qui pourrait mixer différentes fonctionnalités telles que l'agrégation d'offres d'emplois, de stages, des portraits d'entreprises mais aussi des informations généralistes sur la qualité de vie en Ardèche. Cette action pourrait le cas échéant s'adosser à des initiatives de niveau national ou régional, généralistes ou spécialisées dans le domaine du tourisme, dont elle constituerait une déclinaison départementale

- **Accompagner le développement d'un campus de formation au château de Largentière :** le projet, porté de manière partagée par les chambres consulaires, l'UMIH, la FRHPA, et des établissements scolaires (lycée agricole, lycée Gimond, lycée hôtelier de Largentière), permettra de former aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration, au plus près des besoins des entreprises du territoire ardéchois. Il s'agit aujourd'hui de connecter les besoins en qualifications des filières avec les attentes de différents publics, en particulier des jeunes, dans le cadre d'une collaboration très étroite entre les établissements d'enseignement et les professionnels du tourisme, et en complémentarité avec l'offre existante du CFA de Lanas et du lycée hôtelier. Des parcours de

AXE 4 / Conforter l'emploi touristique et la profession- nalisation des acteurs

AXE 4 / Conforter l'emploi touristique et la profession- nalisation des acteurs

formation pourront notamment bénéficier à des personnes en insertion professionnelle dans le cadre de la construction d'un parcours de professionnalisation et de retour à l'emploi.

- Accompagner des campagnes de sensibilisation aux métiers du tourisme, portées par les filières, et intervenir en milieu scolaire :

Sur ce volet, l'ADT mobilisera ses capacités d'information et de communication pour relayer les initiatives des filières telles que la FRHPA ou l'UMIH (Forum Destination Ardèche, réseaux sociaux), et pour promouvoir le tourisme auprès des milieux éducatifs (BTS, forums de l'emploi).

- Soutenir les initiatives en faveur du développement des logements des saisonniers.

La mise en œuvre de ces actions par l'ADT et ses partenaires, Ardèche le Goût et Emerveillés par l'Ardèche, est conditionnée pour une grande partie, à un appui de l'État dans le cadre du PIA 4 (Programme d'Investissement d'Avenir).

- Soutenir des actions en faveur de l'insertion et le retour à l'emploi dans le domaine du tourisme :

Cette action prendra la forme d'une expérimentation en faveur de l'insertion et le retour à l'emploi dans le domaine du tourisme des publics accompagnés par le Département (bénéficiaires du RSA). Le dispositif mobilisera un groupe d'entreprises accueillantes volontaires issues en particulier de la restauration et l'hôtellerie de plein air.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombre de personnes en insertion embauchées dans le secteur touristique,
- Audience des campagnes de sensibilisation en faveur de l'emploi dans le tourisme,
- Nombre de personnes formées aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration

Action 4.2

Déployer une ingénierie de formation et d'accompagnement des porteurs de projet

Pilotes

ADT, CCI

Partenaires potentiels

Auvergne-Rhône-Alpes, ART, CAUE, intercommunalités, ADN Tourisme, Ademe, membres du comité de pilotage Tourisme durable

Public cible

Porteurs de projets, entreprises et collectivités

CONTEXTE ET ENJEUX

La typologie des projets publics et privés de portée touristique est extrêmement vaste, à l'image des différents segments de l'offre d'hébergement et d'activités. La phase préparatoire de ces projets s'avère très souvent complexe, tant au regard tant de l'ensemble des éléments contextuels qui sont à appréhender afin d'en conforter la viabilité économique et le positionnement, que de la diversité des partenaires et sources de financement potentiellement mobilisables.

Sur les dernières années, l'ADT et la CCI ont mis en place une ingénierie d'accompagnement des projets touristiques très complète, coordonnée, qui couvre une grande typologie de projets et l'ensemble du cycle de vie des entreprises.

Sur la durée du plan du tourisme, cette ingénierie sera poursuivie et consolidée avec des priorités mises sur l'aide à la création d'activité, les investissements et les changements de pratique en lien avec l'éco-responsabilité, et la digitalisation des acteurs.

OBJECTIFS

- Sécuriser, faciliter le démarrage des projets de création d'entreprises touristiques ; fiabiliser les projets touristiques portés par les collectivités
- Orienter les porteurs de projet vers des investissements en lien avec les priorités départementales
- Favoriser la montée en compétence des acteurs touristiques dans les domaines du marketing, du digital et du tourisme durable.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **Accueillir, accompagner les créateurs et repreneurs d'activité** : fourniture d'informations réglementaires, mises en relation, aide à l'implantation, recherche de financement, fournitures de données statistiques... Cette action sera adossée aux dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprises de la CCI et aux outils d'observation, d'informations en ligne et de prospection d'investisseurs de l'ADT. Elle sera coordonnée entre ADT et CCI (rencontres périodiques, plate-forme de partage d'information...),
- **Accompagner les entreprises dans des démarches RH innovantes** (formations, ateliers, webinaires),
- **Accompagner individuellement les entreprises** dans leur développement et leur transformation éco-responsable : pérennisation du dispositif "Top Tourisme" (accompagnement individuel au marketing et à la stratégie digitale actuellement cofinancé par l'Europe, la CCI et l'ADT) et poursuite du dispositif d'accompagnements individuels Ademe / Fonds Tourisme Durable,
- **Mettre en place un plan annuel récurrent de professionnalisation** des acteurs touristiques : formations, webinaires, conférences et ateliers collectifs avec des priorités mises sur l'éco-responsabilité (accompagnement dans les changements de pratiques et la transition touristique), le marketing et le digital,



LE PLAN
TOURISME
DESTINATION
ARDÈCHE
2024-2028

AXE 4 /

Conforter l'emploi touristique et la profession- nalisation des acteurs

AXE 4 / Conforter l'emploi touristique et la profession- nalisation des acteurs

- **Accompagner les collectivités** dans leurs projets touristiques : fourniture de données statistiques et réglementaires, réalisation de pré-diagnostic de faisabilité articulés avec le dispositif d'appui en expertise des hébergements de la Région, études de potentiels pour la création de Bistrots de Pays, recherche d'investisseurs ou de gestionnaires...

Ces actions feront l'objet d'une coordination entre ADT et CCI dont les modalités seront précisées dans une convention bipartite et d'un programme d'actions négocié et établi annuellement entre les deux parties.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombre d'entreprises créées ou reprises et pérennité à 5 ans,
- Nombre de porteurs de projets accompagnés,
- Nombre de professionnels ayant participé aux sessions du plan de professionnalisation ADT-CCI (ateliers, webinaires, formations).



Action 5.1

Conforter l'Ardèche comme destination pour les collégiens et jeunes publics

Pilotes

ADT (Passerelles Patrimoines) et Département

Partenaires potentiels

Membres fondateurs et associés du réseau "Passerelles Patrimoines" (hébergeurs et prestataires), services départementaux de l'Education nationale, Région Auvergne-Rhône-Alpes, Auvergne-Rhône-Alpes tourisme (ART)

Public cible

Collèges, écoles primaires, services jeunesse des intercommunalités

CONTEXTE ET ENJEUX

L'accueil de séjours scolaires constitue un enjeu important pour le département :

- Il est porteur d'image et de notoriété auprès d'un public jeune appelé à devenir prescripteur de la destination ou à revenir en séjour à l'âge adulte, contribuant ainsi au renouvellement sur le long terme de nos clientèles,
- Il est facteur d'enrichissement, d'émancipation et de socialisation pour les jeunes publics qui en bénéficient, en particulier les Ardéchois scolarisés en Ardèche,
- Il contribue à une meilleure connaissance de l'histoire et du patrimoine du département et indirectement à leur préservation et leur mise en valeur,
- Il peut représenter un apport d'activité essentiel ou complémentaire pour des professionnels (hébergeurs, sites de visite, prestataires d'activité) ou des territoires, en particulier en dehors de la période de la haute saisonnalité.

La réussite du réseau "Passerelles Patrimoines" né en 2013 dans le sillage de l'ouverture de la Grotte Chauvet 2 est construit sur un modèle original de réunion d'acteurs du patrimoine. Après la crise sanitaire en 2020 et 2021, le réseau a fortement redémarré en 2022 avec 58 séjours accueillis sur le 1^{er} semestre.

Le Département partage à cet égard avec la Région cette priorité portée sur l'accueil des enfants et des jeunes au sein de structures collectives dans le cadre de séjours voués à la découverte du territoire et la pratique des loisirs de nature.

Les 39 collèges ardéchois (16.000 élèves) et les écoles primaires du département (30.000 élèves) constitueront une cible privilégiée de cette action.

OBJECTIFS

- Faire de l'Ardèche une destination privilégiée des écoles et collèges de l'Ardèche et de la Région pour l'organisation de leurs séjours scolaires
- Apporter de l'activité et générer des retombées économiques pour les hébergeurs de groupes et prestataires culturels et de loisirs en dehors des périodes de haute saisonnalité.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Conforter le réseau Passerelles Patrimoines, renforcer son action en direction des établissements ardéchois (primaires et collèges), par le biais des leviers suivants :
 - Le renforcement de la communication et la prospection en direction des établissements ardéchois et régionaux, en particulier les collèges, ainsi que la mise en place d'avantages préférentiels dans le déroulement des séjours,
 - Le recrutement de nouveaux partenaires hébergeurs et prestataires au sein du réseau,



AXE 5 /

Réinvestir son territoire

AXE 5 / Réinvestir son territoire

- Une participation accrue de Passerelles Patrimoines aux actions déployées par l'ART et la Région en faveur des séjours scolaires (réseau régional « Auvergne Rhône-Alpes Destination Juniors »).

Le financement du réseau Passerelles Patrimoines est assuré par les cotisations de ses membres adhérents, par des recettes prélevées sur les ventes de séjour, par le Département, et d'éventuelles subventions européennes et d'Etat suivant les opportunités. Le développement du réseau sera recherché à participation départementale constante.

- Mettre en place un « Parcours de découverte Patrimoine » pour les scolaires ardéchois, articulé au dispositif régional d'aide aux classes découverte en Montagne et aux dispositifs départementaux « Atout collèges » et d'aide au transport. Ce parcours aura pour objectif de faciliter la découverte du patrimoine de notre département par les jeunes Ardéchois.
- Accompagner financièrement et en ingénierie des projets d'hébergements collectifs de grande capacité adaptés à l'accueil des scolaires et jeunes publics, recruter de nouvelles capacités d'accueil afin de faire face aux demandes. Ce volet mobilisera à la fois les capacités d'accompagnement des porteurs de projet de l'ADT, notamment sur l'obtention des agréments Jeunesse et Sports et Education nationale, et les dispositifs d'aide de la Région et du FEDER en faveur des hébergements de groupes.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Nombre de scolaires accueillis dans les principaux hébergements et prestataires d'activités
- Nombre de séjours scolaires commercialisés par le réseau Passerelles Patrimoines, nombre de nuitées, nombre d'élèves accueillis, volume d'activité.
- Part des collèges et écoles ardéchois dans les indicateurs précédents.

Il peut être envisagé un objectif de doublement de l'accueil de séjours sur la durée du Plan par le réseau Passerelles Patrimoines, soit 5 000 élèves accueillis par an.

Action 5.2

Faire des Ardéchois des "Émerveilleurs" de leur destination

Pilotes

ADT, Département, Émerveillés par l'Ardèche

Partenaires potentiels

Ardèche le goût, professionnels du tourisme, Chambre de commerce et d'industrie, Auvergne-Rhône-Alpes tourisme, offices de tourisme

Public cible

Les Ardéchois et leurs voisins (clientèle d'hyper proximité), écoles, Comités d'entreprise

CONTEXTE ET ENJEUX

Comment mieux communiquer avec la clientèle locale, les informer de la richesse de leur lieu de vie, les inciter à mieux connaître leur environnement 4 saisons, les événements, les activités et en faire des émerveilleurs de l'Ardèche ?

Les habitudes prises pendant la crise sanitaire en 2020 et 2021 – circuit court, déplacement limité – renforcent l'attractivité de l'Ardèche pour répondre à cette cible que nous devons travailler avec Ardèche le goût et la marque Émerveillés par l'Ardèche.

L'événement Destination Ardèche est la plus belle vitrine des activités proposées aux Ardéchois et à leurs voisins. Cet événement organisé en 2022 et en 2023 au Pouzin, est le rendez-vous incontournable des professionnels avant le lancement de la saison. La première journée est consacrée exclusivement aux acteurs du tourisme. La seconde journée est ouverte à l'ensemble des visiteurs.

L'accueil des nouveaux arrivants doit également être une priorité afin de faire de l'Ardèche une terre hospitalière.

Dans une logique d'attractivité territoriale, le marché d'hyper proximité (Ardèche et ses voisins, résidents secondaires) doit être traité comme un nouveau marché prioritaire. Seuls 50 % des Ardéchois prennent des vacances en Ardèche hors de leur domicile.

OBJECTIFS

- S'appuyer sur les « Ardéchois » pour promouvoir leur territoire,
- Amplifier l'événement Destination Ardèche et l'ouvrir à d'autres domaines de l'attractivité,
- Participer à des événements locaux de type Valence en gastronomie, le salon de l'agriculture ardéchoise.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Conduire des actions de communication favorisant l'hospitalité en direction des professionnels ardéchois hors secteur touristique (commerçants, artisans, ...)
- Concevoir des actions de communication à destination des habitants pour qu'ils découvrent et redécouvrent les richesses de leur propre département : produits locaux, richesses patrimoniales, loisirs ... et en particulier :
 - Programmes de conférences et de rencontres autour des pépites et des talents de l'Ardèche,
 - Alimenter en informations les différents groupes d'Ardéchois sur les réseaux sociaux,
 - Lancer une grande enquête sur les attentes de cette clientèle en matière de loisirs
- Conforter le rôle d'attractivité des grandes manifestations sportives
- Sensibiliser les élus du territoire à l'intégration des enjeux touristiques dans la mise en œuvre des politiques publiques locales
- Coordonner entre l'ADT, Ardèche le goût et Émerveillés par l'Ardèche l'ensemble des actions proposées aux nouveaux arrivants en Ardèche
- Proposer en partenariat avec les acteurs touristiques un programme annuel d'offres expérien-



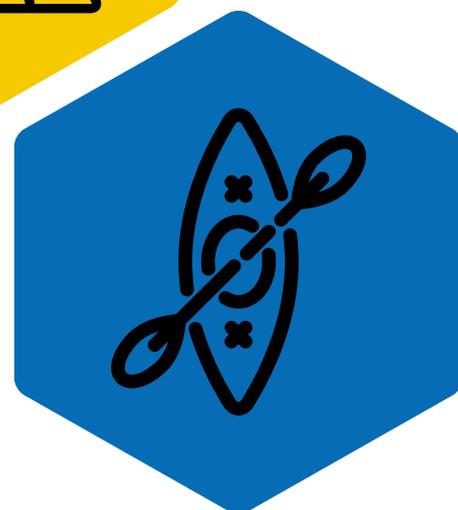
AXE 5 / Réinvestir son territoire

tielles, spécifiques, premium, insolites (coulisses des grands sites, entreprises industrielles, etc.) favorisant l'itinérance.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Evolution du nombre des émerveilleurs,
- Evolution des chiffres et de la satisfaction dans le cadre de l'enquête visiteurs / visités menée tous les 2 ans en partenariat avec l'ART.

AXE 5 / Réinvestir son territoire



Action 5.3

Mobiliser l'épargne locale privée en faveur des projets touristiques

Pilotes

Département, ADT, Emerveillés par l'Ardèche

Partenaires potentiels

Département, secteur bancaire, ART, fonds de dotation Essentiem

Public cible

Entreprises, particuliers

Cible finale

Porteurs de projets, collectivités

CONTEXTE ET ENJEUX

Le financement participatif et le mécénat offrent la possibilité aux donateurs de donner du sens à leur argent autour de projets de proximité ou présentant une dimension d'intérêt général. Le financement participatif qu'il soit sous forme de dons (avec ou sans contreparties), de prêts ou de prises de participation, qu'il provienne de particuliers ou d'entreprises, peut s'avérer particulièrement adapté au financement de projets touristiques locaux.

Il intervient souvent en complément de financements plus traditionnels (apports en fonds propres, prêts bancaires, subventions). Il présente un intérêt manifeste dans un contexte de raréfaction des fonds publics et de diminution de la capacité d'intervention des collectivités locales.

La communauté des acteurs de l'attractivité fédérée autour de la marque Emerveillés par l'Ardèche constitue un écosystème favorable pour amorcer et développer cette action.

OBJECTIFS

- Favoriser le financement des projets touristiques par la mobilisation de l'épargne locale des entreprises et des particuliers

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Concevoir un portail du financement participatif et accompagner les entreprises touristiques dans la mobilisation de financements locaux
- Mettre en place des partenariats de mécénat, notamment via un fonds de dotation dédié aux projets d'intérêt général favorisant l'attractivité de l'Ardèche.

En particulier, il s'agit de mettre en place des partenariats de mécénat avec des partenaires bancaires, PME ou grandes entreprises présentes localement pour le financement d'opérations innovantes, opérations de communication, animations, événementiels en lien avec le tourisme ardéchois. La mobilisation du fonds de dotation régional Essentiem sur des opérations d'intérêt général pourra être étudiée.

L'option de réactivation du fonds Mécèn'Ardèche créé en 2015 suite à l'inscription de la grotte Chauvet au patrimoine mondial de l'Unesco, pourra également être étudiée.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE

- Capacité à mobiliser un cercle de partenaires autour de l'action
- Capacité à mobiliser des moyens d'animation dédiés à l'action



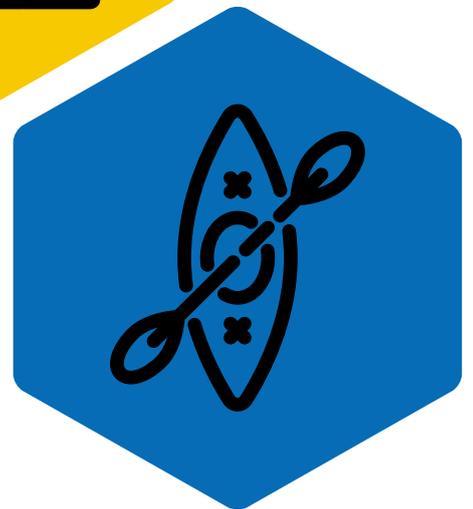
AXE 5 / Réinvestir son territoire



INDICATEURS

- Nombre de projets soutenus
- Montant des fonds mobilisés

AXE 5 / Réinvestir son territoire



Action 5.4

Renforcer, structurer l'hébergement touristique en lien avec la politique régionale

Pilotes

Département, ADT

Partenaires potentiels

Région Auvergne-Rhône-Alpes, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, intercommunalités, CCI, représentants des filières d'hébergement

Public cible

Hébergeurs en activité, cédants ou porteurs de projet, collectivités locales.

CONTEXTE ET ENJEUX

Avec 293 000 lits touristiques, la capacité d'accueil du département est importante et en augmentation depuis 15 ans (+10 %). Elle est caractérisée par la prédominance de l'hôtellerie de plein air (271 campings pour 69 000 lits). L'offre marchande est marquée par une forte saisonnalité des ouvertures en raison notamment du poids de l'hôtellerie de plein air : 1/3 des lits fermés en début de saison (avril) et jusqu'à 2/3 en fin de saison (octobre). Si la capacité d'accueil en campings a peu évolué sur les dernières années (+3 % depuis 2007), le secteur a connu d'importants investissements avec une montée en gamme, un élargissement de l'offre d'activité et une hausse importante des emplacements équipés en locatifs.

Sur les 15 dernières années, la hausse de notre capacité d'accueil a été portée par la forte augmentation des meublés (23 000 lits / +59 %). Les dernières années sont marquées par l'essor très important des plates-formes collaboratives de type Airbnb dont la capacité d'accueil estimée représente jusqu'à 40 000 lits touristiques au plus haut de la saison, et par le développement de l'offre d'hébergements « insolites ». L'hôtellerie traditionnelle représente 156 établissements pour 6 500 lits, en baisse de 21 % en 15 ans.

Le sud du département, en particulier le secteur des Gorges de l'Ardèche concentre une part très importante de l'offre.

Le département est également marqué par une pénurie de lits sur les hébergements de grande capacité, en particulier ceux adaptés à l'accueil des scolaires et des jeunes publics ainsi qu'une insuffisance de l'offre à la nuitée en lien avec l'itinérance.

Enfin, la grande majorité des hébergements ardéchois est soumise à une pression forte liée au coût de l'énergie et au coût et à la disponibilité en eau du fait d'équipements insuffisamment adaptés à ce nouveau contexte. Les gestionnaires sont en demande d'accompagnement en ingénierie et en investissement sur ces sujets.

La Région Auvergne-Rhône-Alpes, financeur traditionnel de l'hébergement, a redéfini ses cibles d'interventions en 2022 autour de 6 catégories d'hébergements : hôtellerie indépendante, hôtellerie de plein air, hébergements collectifs (centres de vacances, centres d'accueil pour enfants, auberges collectives...), gîtes d'étape, refuges de montagne et hébergements hybrides, avec une priorité marquée sur les hébergements collectifs accueillant majoritairement des enfants et des jeunes, et plus globalement les hébergements qui contribuent au renforcement des filières régionales (itinérance et pleine nature, montagne 4 saisons, thermalisme, gastronomie et œnotourisme).

Enfin, l'ADT mobilisera aux côtés de la CCI de l'Ardèche et d'Auvergne Rhône-Alpes-Tourisme ses moyens d'accompagnement en ingénierie pour les projets en création, en rénovation ou en développement, en lien avec les priorités citées. Elle conseillera et accompagnera en particulier toutes les entreprises et les collectivités dans la mobilisation des dispositifs d'aide publiques (Europe, Région, Etat, Ademe...)

OBJECTIFS

- Conforter l'offre d'hébergement pour qu'elle s'adapte au nouveau contexte économique, social et environnemental,



AXE 5 /

Réinvestir son territoire

AXE 5 / Réinvestir son territoire

- Soutenir les projets publics d'hébergements en lien avec les priorités départementales ou régionales,
- Requalifier les hébergements collectifs identifiés, propriété du Département

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- **S'appuyer sur l'ADT pour accompagner en ingénierie les projets d'hébergements publics et privés :**
 - Conseil juridique, apport de données d'observation et de marché, mise en relations, appui à la recherche et la mobilisation d'aides publiques,
 - Appui à la recherche d'investisseurs, de foncier de fonds de commerce,
 - Mobilisation des dispositifs d'expertise régionale pour orienter et sécuriser les projets (Chéquier expertise Région et cercle des financeurs),
 - Réalisation d'audits-diagnostic dans le cadre du Fonds Tourisme Durable de l'Ademe, ou du dispositif « Top Tourisme »,
 - Appui à la mise en marché et la visibilité par la fourniture des solutions de place de marché « Ardeche Resa ».

- **Soutenir la création ou la rénovation des projets d'hébergements des collectivités,** en lien avec les priorités régionales : hébergements collectifs, en particulier ceux accueillant des enfants et jeunes publics, hôtellerie de plein air, gîtes d'étapes et hébergements en lien l'itinérance ou la pleine nature, hébergements hybrides.

Cet axe d'intervention mobilisera en particulier le dispositif d'aide aux communes et intercommunalités « Atout Ruralité ».

- **Accompagner le nouveau projet du site de la station de la Croix de Bauzon.**

Il s'agira de faire évoluer le site pour le rendre plus attractif et positionner d'emblée le projet de station sur le thème de la diversification des activités de loisirs sur les 4 saisons, la découverte et la sensibilisation à l'environnement en ciblant une véritable fonction éducative pour les groupes scolaires. Sont notamment à prévoir l'adaptation de l'offre de la résidence pour l'accueil de groupes en séjour, l'amélioration du confort du chalet d'accueil collectif et la refonte des espaces de restauration grand public et groupes de la station.

- **Restructurer la base départementale,** située sur la commune de Salavas en un espace d'expérimentation et d'innovation, ouvert à un large public et réseaux d'acteurs. Ce lieu fait l'objet, depuis 2021, de travaux de rénovation à hauteur de 10 M€ d'euros et réouvrira ses portes au printemps 2024. Propriété du Département, l'équipement à fort potentiel d'attractivité s'étend sur 12 hectares dans lesquels sont également présents des équipements sportifs extérieurs. Entièrement détruit pour laisser place à de tout nouveaux bâtiments permettant le doublement de la capacité d'accueil (140 lits), ce nouvel équipement doit contribuer à renforcer l'attractivité du territoire et relayer les politiques départementales en faveur des sports, de la culture, du tourisme, de l'environnement.

Le nouveau projet s'articulera autour des priorités suivantes :

- Un lieu pour promouvoir les sports, la culture et l'environnement auprès des familles ardéchoises : une dizaine de week-ends thématiques seront proposés chaque année en partenariat avec les comités sportifs et les associations locales,
- Un lieu pour affirmer et renforcer la dynamique événementielle : accueil d'événements majeurs soutenus ou initiés par le Département (le Marathon des Gorges, le Raid du Pont d'Arc, le Trail des 36 000, les Olympiades Ardèche, la Semaine de sensibilisation aux pratiques sportives et culturelles, le Tour cycliste féminin de l'Ardèche, etc.) et événementiels culturels,
- Un outil au service de la politique jeunesse et éducation du Département : chaque collégien ardéchois aura l'opportunité de séjourner dans le lieu au moins une fois au cours de sa scolarité,
- Un équipement ressource au service des réseaux associatifs et collectivités : une diversité de projets pourra être accueillie à la journée ou en séjour,
- Devenir un acteur économique local à part entière : développement de séjours éducatifs en partenariat avec l'ADT,
- De nouveaux publics prioritaires : une attention particulière sera portée à l'accueil des publics accompagnés par le Département (familles d'accueil, public en situation de handicap, les personnes en insertion, les structures jeunesse et/ ou à vocation sociale).



■ **Rénover les bivouacs de Gaud et Gournier**

Les bivouacs de Gaud et Gournier ont fait l'objet ces dernières années d'aménagements, mais pas d'une refonte bâtementaire globale. Ils apparaissent aujourd'hui comme des équipements en décalage tant avec le site d'implantation, qu'avec les attentes de la clientèle.

Une étude sera conduite par le Département en 2023-2024 concernant le positionnement des bivouacs, tout en la complétant par une expertise visant à traduire l'ambition d'exemplarité environnementale tant des infrastructures d'accueil que des modalités de gestion à terme.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Requalification de l'offre d'hébergement de groupes
- Suivi des indicateurs de chaque parc d'hébergement : nombre de lits, taux d'occupations, ouvertures...

AXE 5 / Réinvestir son territoire

AXE 5 /

Réinvestir son territoire

Action 5.5 Investir dans les projets touristiques locaux

Pilote

Département

Partenaires potentiels

Communes, EPCI, Région Auvergne-Rhône-Alpes sur certains investissements

Public cible

Visiteurs et population locale

CONTEXTE ET ENJEUX

Bon nombre de communes ardéchoises ont moins de 2 000 habitants, mais beaucoup d'entre elles voient aussi leur population doubler, tripler, voire davantage durant la saison estivale. Les équipements doivent donc être adaptés pour accueillir et satisfaire les besoins de ce surplus de population.

Ces collectivités disposent de budgets souvent contraints et le Département s'est engagé depuis 2022 à les accompagner financièrement, dans la mise en œuvre de leurs projets d'investissements visant à mieux accueillir. Ainsi, le soutien à l'investissement local se traduit par le dispositif « Atout Ruralité » voté et mis en œuvre pour permettre la concrétisation de ces projets.

OBJECTIFS

- Contribuer à la concrétisation des projets touristiques,
- Intégrer au mieux, ces projets dans la vie locale.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Les différents services du Département et de l'ADT seront sollicités lors de l'instruction des demandes pour s'assurer de la cohérence avec les différents schémas départementaux existants (vélo, ENS) et avec les orientations du Département.

La volonté départementale est de pouvoir accompagner les investissements dans de nombreux domaines. On peut notamment citer les équipements culturels, patrimoniaux et de loisirs, les équipements sportifs, les investissements dans les cœurs de villages et les aménagements dans les villages de caractère.

A titre d'exemples, quelques dossiers déposés et instruits sur ce dispositif : aménagement du plan d'eau de Saint-Martin de Valamas, réaménagement des quais de Serrières le long du Rhône, Pôle des métiers d'art à Aubenas, création d'un gîte d'étape et d'un commerce à Peyraud, réalisation d'un City Park à Beauchastel, aire de camping-cars à Lagorce,...

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

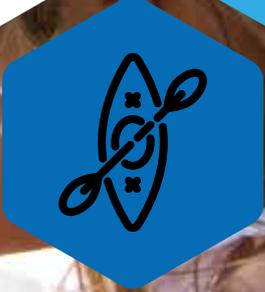
- Nombre de projets soutenus







**LES MOYENS
AU SERVICE
DU PILOTAGE
DEPARTEMENTAL**



LES MOYENS AU SERVICE DU PILOTAGE DÉPARTEMENTAL

La mise en œuvre efficace du plan tourisme implique de fédérer et mutualiser les actions de l'ensemble des acteurs concernés par le tourisme et l'attractivité. L'Agence de Développement Touristique est ainsi le bras armé du Département pour l'accompagner dans la préparation, la mise en œuvre, l'évaluation et l'adaptation de sa politique touristique. L'ADT assure la coordination entre les filières touristiques institutionnelles et privées, en particulier sur le digital et collabore avec Ardèche le Goût et Emmerveillés par l'Ardèche pour contribuer à l'attractivité de l'Ardèche.

L'ADT animatrice pour le compte du Département d'une stratégie de destination

Pilote

ADT

Partenaires potentiels

Département, Offices de tourisme, collectivités (communes, intercommunalités), structures têtes de réseau (hébergements, activités), chambres consulaires,

Public cible

Professionnels du tourisme et indirectement d'autres secteurs économiques, habitants et visiteurs (touristes, excursionnistes)

CONTEXTE ET ENJEUX

Au cœur de l'organisation touristique ardéchoise, le Conseil d'Administration de l'ADT se réunit autour des élus du Conseil départemental, l'ensemble des représentants des filières, Offices de tourisme, structures socio-professionnelles et collectivités représentatives du tourisme ardéchois. Cela permet des échanges pour une vision stratégique commune, et une bonne coordination d'actions qui se concrétise par un plan annuel d'action partagé et par la mise en œuvre d'une stratégie digitale partagée.

Il est nécessaire de croiser des visions et des objectifs parfois divergents entre acteurs tout en répondant au mieux aux attentes de clientèles touristiques dont la satisfaction doit être le premier objectif. La mise en œuvre de la stratégie de destination doit ainsi permettre de faire converger les visions de l'ensemble des acteurs publics et privés du territoire en satisfaisant pleinement les attentes de chacun d'entre eux.

Enfin, la stratégie du Département se construit en cohérence avec celles de l'Europe, l'Etat et la Région. Cela ouvre des possibilités de financements et d'appuis en communication issus de ces échelons supra pour les acteurs du tourisme, grâce au rôle pivot que joue l'ADT auprès de tous les acteurs concernés.

OBJECTIFS

- Pouvoir s'appuyer pour le Département sur une structure de coordination et fédératrice pour animer la politique touristique départementale
- Maintenir une stratégie de convergence des moyens d'expertise, d'animation et de promotion du Département vers son Agence de Développement Touristique et pour la placer au cœur de l'écosystème touristique.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Fédérer et coordonner les acteurs touristiques, publics et privés du département autour d'une stratégie commune de destination
- Animer le système d'information touristique départemental, encourager la digitalisation de l'économie touristique ardéchoise



- Accompagner les projets d'aménagement et d'investissement des acteurs privés et publics,
- Former, professionnaliser les acteurs touristiques de la destination
- Assurer la promotion de la destination auprès des visiteurs et des résidents
- Assurer l'observation et l'évaluation de la performance touristique de la destination
- Accompagner le Département dans l'élaboration, l'évaluation et l'adaptation de sa politique touristique.

L'ADT adaptera ses instances pour une meilleure représentation des filières d'hébergement, des activités de pleine nature, des grands sites, en particulier au sein de son assemblée générale.

L'ADT pourra accompagner les intercommunalités dans la préparation ou le renouvellement de leurs propres stratégies touristiques en cohérence avec la stratégie départementale de destination (conseil en ingénierie, observation de l'offre et la demande du territoire).

En lien étroit avec les services du Département et les chambres consulaires, l'ADT assure la veille des dispositifs financiers et des stratégies mis en œuvre par l'Europe, l'Etat, la Région, et s'en fera le relais auprès des acteurs publics et privés de la destination. Cela permettra une optimisation de l'activation de ces dispositifs au profit des collectivités et socio-professionnels ardéchois, tant dans l'accompagnement financier que dans l'appui à la professionnalisation et à la communication.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Indicateurs de suivi et de de résultat du plan tourisme repris dans le rapport d'activité de l'ADT
- Nombre de dossiers de mobilisation d'appui par les politiques Europe, Etat, Région au profit des acteurs publics et privés de la destination

Une stratégie digitale partagée à l'échelle de la destination

Pilote
ADT

Partenaires potentiels

Offices de tourisme, Chambre de commerce et d'industrie, professionnels du tourisme, marque Emergeillés par l'Ardèche, Ardèche le goût. Gouvernance via un comité stratégique / un comité de pilotage / un comité technique / des groupes thématiques et un comité consultatif

Public cible

Grand public

CONTEXTE ET ENJEUX

« Emerveiller nos clients de l'Ardèche pendant leurs parcours digitaux » : c'est l'ambition que se sont fixées collectivement les Offices de tourisme et l'Agence de Développement Touristique de l'Ardèche, qui ont fait le choix d'unir leurs forces pour proposer des solutions digitales partagées et innovantes à nos visiteurs répondant aux objectifs suivants :

- Développer l'image et la notoriété de l'Ardèche,
- Répondre aux attentes des clients en séjours,
- Offrir de la visibilité et des retombées économiques aux professionnels du tourisme de l'Ardèche.

En 2023, l'Ardèche compte entre autres 17 structures infra territoriales (office de tourisme) et une structure départementale (ADT) chargées d'animer et de coordonner l'attractivité touristique de l'Ardèche sur le web.

L'ADT et les offices de tourisme partagent de nombreux outils digitaux depuis plusieurs années (Système d'information touristique, outils de réservation en ligne, outils Gestion relation client...) et ont engagé depuis cinq ans plusieurs actions mutualisées dans le cadre du plan d'actions partagé annuel.

L'échelle de la destination Ardèche permet à chacun de dépasser les limites de ses frontières territoriales pour définir une stratégie digitale commune et partager une vision collective autour des attentes des clients et de leurs parcours digitaux.

« Agir à la bonne échelle, penser client » est l'objectif à atteindre, décliné en 6 axes de travail : la commercialisation, la production et la gestion de contenus, le marketing d'influence, l'expérience utilisateur, la Gestion Relations Clients, la Data.

Cette stratégie co-écrite dans un premier temps avec l'ensemble des offices de tourisme a vocation à s'ouvrir à court terme vers d'autres acteurs professionnels.

Une facilité d'utilisation et une fluidité sont attendues tout au long du parcours client, aujourd'hui majoritairement numérique.



OBJECTIFS

- Conforter le système de collecte et de qualification de l'information touristique (Apidae),
- Développer l'offre réservable en ligne et animer une place de marché hébergement, activités et itinérance.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Identifier les compétences et les ambitions de chacun des acteurs afin de mieux intégrer collectivement les enjeux liés aux 5 phases du parcours client en veillant aux complémentarités,



- Organiser collectivement la création de contenus en fonction du positionnement marketing afin d'harmoniser la visibilité numérique de l'Ardèche et favoriser une image positive de la destination,
- Avoir une stratégie d'influence commune sur les médias sociaux, en partageant et organisant la diffusion des contenus afin de contribuer à l'attractivité de l'Ardèche tout en accompagnant le client au cours de son séjour,
- Optimiser l'expérience utilisateur tout au long du parcours client digital et physique afin de répondre à ses attentes et susciter l'envie de venir en Ardèche,
- Collecter et analyser les données clients pour mieux les connaître,
- Améliorer et digitaliser le dispositif départemental d'accueil et d'information pour les résidents et les visiteurs.

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Quantitatifs : Répartition des volumes d'affaires réalisés par source numérique d'acquisition / Nombre de productions conformes à la charte éditoriale commune par type de contenu et thématique / Evolution du nombre de contacts collectés et ventilé par canal d'acquisition et par point de contact.
- Qualitatifs : Nombre de journées de sensibilisation, d'informations ou de formations sur les sujets de la commercialisation et la distribution en ligne / Nombre d'actions marketing orientées grâce à l'analyse des données.

Une gouvernance de l'attractivité pour une meilleure mutualisation des programmes d'action

Pilotes

ADT, Emerveillés par l'Ardèche, Centre du développement agroalimentaire, réseau Ardèche loisirs et patrimoine (ALP)

Partenaires potentiels

Chambres consulaires, Services du Département, Agence des métiers d'art

Public cible

Clientèle touristique, consommateurs de produits ardéchois, actifs et porteurs de projets, habitants de l'Ardèche

CONTEXTE ET ENJEUX

Les trois associations (ADT, Ardèche le Goût, Emerveillés par l'Ardèche) participent depuis 2022 réciproquement aux trois conseils d'administration dans une démarche de renforcement des actions communes au service de l'attractivité de l'Ardèche. Celle-ci a pour ambitions de :

- Rééquilibrer l'action attractivité entre le Nord et le Sud,
- Prioriser le périmètre de l'attractivité autour du Made in Ardèche, du tourisme, de l'agroalimentaire et de manifestations événementielles, en lien avec le Département,
- Valoriser les marques Goûtez l'Ardèche® et Emerveillés par l'Ardèche,
- Faire de l'attractivité une action transversale avec tous les secteurs d'activités liés au tourisme, au Made in Ardèche et à l'agroalimentaire.

Le réseau « Ardèche loisirs et patrimoine », organisé en association, propose, quant à lui, une formule de Pass entre 40 sites d'accueil, publics ou privés : parcs animaliers, mondes souterrains, traditions et terroirs, histoire et patrimoine, insolite. Il est ainsi un des acteurs majeurs de l'attractivité touristique de l'Ardèche.

Nombre d'adhérents de chaque structure sont membres également d'un ou deux autres réseaux.

Par ailleurs, les cibles visées par les quatre associations sont parfois les mêmes et les actions conduites par l'un peuvent intéresser les autres. Par exemple si Ardèche le Goût fait une opération pour valoriser les produits ardéchois, le public reçu peut également être intéressé par le tourisme et/ou pour venir vivre et travailler en Ardèche.

Il y a ainsi un intérêt majeur à fédérer ces structures avec un souci de mutualisation et d'efficacité.

Cette démarche est d'ores et déjà engagée sous l'impulsion du Département avec le regroupement du personnel de l'ADT, d'Ardèche le Goût et d'Emerveillés par l'Ardèche, dans les mêmes locaux au premier janvier 2023, et la préparation d'un premier plan d'action commun en lien avec les autres acteurs de l'attractivité (chambres consulaires, collectivités locales...).

Les quatre associations, ADT, Ardèche le Goût, Emerveillés par l'Ardèche et Ardèche loisirs et patrimoine, réunissent autour de leurs projets respectifs des réseaux d'acteurs publics et privés dynamiques. Elles ciblent dans leurs actions des clientèles susceptibles de "consommer l'Ardèche", des publics susceptibles de venir vivre et travailler en Ardèche, et les Ardéchois afin de les faire interagir entre eux.

OBJECTIFS

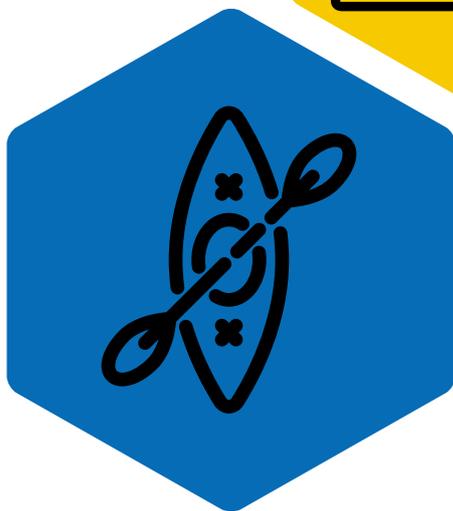
- Faire venir, revenir ou rester en Ardèche des publics touristiques, salariés et étudiants en fin d'étude dans tous les domaines d'activité représentés en Ardèche,
- Accueillir et accompagner ces publics et les entreprises,
- Renforcer les valeurs stratégiques et les marqueurs identitaires du territoire,
- Construire un réseau et l'entretenir.

DÉCLINAISONS OPÉRATIONNELLES

- Etudier la gouvernance de la démarche attractivité (ADT, Emerveillés par l'Ardèche, Ardèche le Goût, ALP), visant à promouvoir des valeurs stratégiques et des marqueurs identitaires,
- Construire et mettre en place un plan d'action mutualisé,
- Mettre en place un conventionnement sur la base d'un programme d'actions pluriannuel
- Unifier l'écosystème de communication, notamment sur le digital, adossé à la marque territoriale "Emerveillés par l'Ardèche" et à la marque produits "Goûtez l'Ardèche®".

FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE / INDICATEURS

- Evolution du nombre d'adhérents au global
- Nombre d'actions mutualisées notamment dans le domaine de la communication digitale
- Nombre d'actions partagées engagées
- Mesure comptable des économies d'échelle réalisées



Renseignements :

**Direction générale adjointe
attractivité (DGAA)**

Ardèche
LE DÉPARTEMENT

Hôtel du Département - Quartier La Chaumette
BP 737 - 07007 Privas cedex - Tél. 04 75 66 77 07

