



STRATÉGIE TOURISTIQUE DESTINATION PILAT



Chantier communication

SÉANCE 1 - 14 AVRIL 2022 À BOURG-ARGENTAL "L'ECLOSOIR"

Cette séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022.
Ce chantier répond au défi: "**Promouvoir le territoire comme une destination de séjour**".

Comment rendre plus visible la Destination ? Comment apporter une dimension expérientielle dans la communication et dans les offres ? Quelle intégration des autres échelles dans la communication Pilat ?

Le travail, organisé autour de 4 questions successives (cf. verso), a permis d'aboutir aux conclusions suivantes.

LA SITUATION TELLE QUE DÉCRITE PAR LES ACTEURS

Le positionnement « Pilat, mon Parc naturel régional » est posé, incarné par la marque orange et animé dynamiquement par l'Office de tourisme.

Toutefois ce positionnement se doit d'être précisé, aussi bien en termes de valeurs que de clientèles cibles. Ce travail doit également permettre de rendre plus visible la destination avec une cohérence renforcée entre promesse et offre.

LES PRINCIPALES PRÉCONISATIONS IDENTIFIÉES

- **Critériser** le positionnement, pour se recentrer sur plusieurs thématiques.
- **Partager** une vision collective et **impulser** de nouvelles initiatives/ actions
- **Capitaliser** sur les événements existants en construisant des offres avec les organisateurs volontaires
- **Trouver** les axes de communication complémentaires avec les territoires de proximité
- **Communiquer** sur le web et sur le terrain de façon originale
- **Concrétiser** une offre mobilité douce à proximité des villes. La rendre visible et accessible
- **Trouver** des "atouts/ambassadeurs" du territoire
- **Identifier** les facteurs de visibilité de la Destination, s'en inspirer
- **Adapter** la communication en fonction de la sensibilité des sites fréquentés
- **Renouveler** les outils de communication déclinants
- **Connaître** la clientèle actuelle et les prospects, mieux **cibler** les attentes (mise à jour des études de clientèle de proximité).

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr

Séance 2

Le 07 juin de 10h à 12h
à l'Eclosioir
Bourg-Argental

Ce qui existe et qui fonctionne



- Un positionnement qui fait sens: Pilat, mon Parc naturel régional. Une destination perçue et partagée
- Un opérateur dynamique autour du positionnement : L'Office de tourisme du Pilat
- Des spots attractifs (crêts, pôle vertical, espace eaux vives, chartreuse, espace nordique ...), la diversité des paysages, des activités nature variées
- Communication sur canaux variés : réseaux sociaux et sites internet des Destinations ; documents de promotions, relations presse, salons
- Une bonne présence sur des relais supra-territoriaux (Partir Ici, etc).
- Bourses d'échange, journée découverte des prestataires.
- Réseau de sentiers: signalétique cohérente, Pilat Rando

Ce qui peut nous inspirer



- Communiquer selon des critères de positionnement (le côté développement durable, habitant, etc)
- Apporter une dimension expérientielle dans la communication et dans les offres (promotion avec la population locale, campagne digitale originale, communication ciblée (écoliers...), les "perles secrètes" de proximité
- Des offres promotionnelles attractives pour découvrir et redécouvrir le territoire (excursionnistes, enfants => parents, influenceurs, etc)
- Des outils de découverte du Pilat (pour les acteurs, touristes): Kit de communication durable, kit du petit écolier ambassadeur, malle découverte (PNRLF)
- Des visites dans les entreprises Pilatoises (événement sur 2 semaines ou plus (ex: Made in Angers, Ferme en Ferme)
- Partenariats et parrainages (autoroutes, ambassadeurs de notoriété, etc)

Ce qui existe mais...



- Les acteurs sont mobilisés régulièrement pour participer à la stratégie de Destination mais les faire participer largement reste un enjeu
- Une visibilité principalement locale de la destination mais une portée limitée de l'OT au niveau national, confusion avec la dune.
- Des OT efficaces mais un besoin de décentralisation des BIT sur les sites très fréquentés pour une présence plus proche du visiteur.
- Une communication active mais une animation des réseaux sociaux plus originale est possible (promotion vidéo, etc)
- Des outils vieillissants à repenser (fiches loisirs etc...)
- Mise à jour des enquêtes clientèles : définition des cibles, écart entre la promesse et l'offre
- Capitaliser sur l'existant: les itinérances, les événements sportifs et culturels, les offres autour des "sites majeurs" d'attractivité.
- Capter les clientèles de passage pour un séjour plus long sur le territoire

Ce qui est à inventer



- Proposer des outils clé en mains pour communiquer sur le web
- Communiquer sur des lieux stratégiques: promotion sur sites fréquentés, un OT "mobil" l'été ("l'OT vient à vous")
- Des concours inspirants sur les réseaux
- Panneau sur la A7
- Proposer un séjour Parc Vignobles et Découvertes
- Un événement annuel "Pilat" à forte notoriété
- Communiquer via un atout vecteur d'attractivité nationale
- Recherche de nouvelles clientèles, jusque-là peu touchées et pas étudiées (internationales, etc)



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcdPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.



Chantier communication

Séance 2 - 7 juin 2022 à Bourg-Argental "L'Eclosoir"

Cette deuxième séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022 le défi : "**Promouvoir le territoire comme une destination de séjour**".

Comment rendre plus visible la Destination ? Comment apporter une dimension expérientielle dans la communication et dans les offres ? Quelle intégration des autres échelles dans la communication Pilat ?

Le travail de cette séance visait à identifier des actions (cf verso) et à les prioriser via 6 critères : réalisme, faisabilité, territorialité, durable, pérenne et plus-value touristique.

SYNTHÈSE DES ACTIONS IDENTIFIÉES COMME PRIORITAIRES

- **Développer** l'utilisation de la marque orange (Pilat, mon Parc naturel régional).
- **Travailler** les offres (thèmes/cibles/durées) en périodes creuses
- **Donner** plus de visibilité et **optimiser** le rayonnement des événements existants
- **Valoriser** les offres en dehors des sites très fréquentés (banque d'image sites "confidentiels...)
- **Développer** l'accueil hors les murs
- **Partir** des "clients types" pour **travailler et incarner** les offres
- **Présenter** réciproquement les offres des territoires de proximité

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr



Les moments forts à venir

Organisation du chantier
"Accompagnement à l'adaptation
des offres touristique"

Les 2ème Assises du tourisme

<https://www.parc-naturel-pilat.fr/nos-actions/tourisme/>

Les actions présentées ci-dessous ont été émises par les participants sur la base de l'état des lieux réalisé lors de la première séance.

Préciser le positionnement

- Développer l'utilisation de la marque orange "Pilat, mon Parc naturel régional"
- Intégration d'une communication raisonnée dans les outils (carte touristique ...)

Connaître la clientèle actuelle / et les prospects

- Partir des "clients types" pour travailler et incarner les offres
- Travailler les offres et les cibles pour optimiser les périodes creuses

Communiquer sur le web et sur le terrain de façon originale

- Donner plus de visibilité et optimiser le rayonnement des événements existants
- Valoriser les offres en dehors des sites très fréquentés (banque d'image sites "confidentiels...)
- Réaliser une campagne en jouant sur la confusion avec la dune
- Développer l'accueil hors les murs

Trouver des axes de communication complémentaires avec les territoires de proximité - Travailler la mobilité

- Présenter réciproquement les offres des territoires de proximité

Capitaliser sur l'existant

- Revoir la carte touristique, l'enrichir (renvoi web, RIS)
- Peaufiner la stratégie réseaux sociaux, faire interagir la communauté

Renouveler les outils de communication déclinants

- Proposer un nouveau kit de communication web aux adhérents



Parc naturel régional du Pilat
 2 rue Benay 42410 Pélussin
 04 74 87 52 01
 info@parc-naturel-pilat.fr
 www.facebook.com/ParcduPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.





Stratégie touristique Destination Pilat



Chantier commercialisation

Séance 1 - 5 avril 2022 à la Maison du Parc

Cette séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022.
Ce chantier répond au défi: "**Améliorer le parcours client**".

Quelle promesse et quel positionnement notre Destination souhaite partager entre les acteurs et les visiteurs ?
Comment traduire ce positionnement dans la commercialisation des offres ?

Le travail, organisé autour de 4 questions successives (cf. verso), a permis d'aboutir aux conclusions suivantes.

LA SITUATION TELLE QUE DÉCRITE PAR LES ACTEURS

Si la destination Pilat est adossée à un positionnement "Pilat, mon Parc naturel régional" partagé, donneur de sens et perçu positivement, sa traduction commerciale reste à améliorer.

L'expérience des offices de tourisme et de certains partenariats constituent des leviers intéressants. Il semble toutefois nécessaire de renforcer la culture « commercialisation » des professionnels de la destination.

LES PRINCIPALES PRÉCONISATIONS IDENTIFIÉES

- **Traduire** en offres le positionnement Pilat, mon Parc naturel régional sur la base de critères élaborés collectivement
- **Trouver** des leviers fédérateurs d'implication des professionnels et **travailler** avec un "pool" d'acteurs moteurs
- **Choisir** des partenaires commerciaux cohérents avec les critères spécifiques de la Destination Pilat
- **Conventionner** avec les Offices de tourisme de proximité pour commercialiser des offres au-delà des limites administratives
- **Faire** du visiteur un ambassadeur

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr



Séance 2

Le 20 mai de 10h à 12h
à la Maison du Parc

Ce qui existe et qui fonctionne



- Pilat, mon Parc naturel régional: un positionnement qui fait sens
- Des services de commercialisation dans les Offices de tourisme du Pilat
- Des offres existantes pour des clientèles dédiées (balades accompagnées, visite de groupes, veillées nordiques, séjour jeunes, familles, congrès SEM, sports de nature, oenotourisme)
- Des expériences de commercialisation réussies (ex: CSE Michelin)
- Agenda offres du mois et W-E
- Des plateformes qui amènent des clientèles sur le territoire (Partir Ici, Air bnb, Gîte de France)

Ce qui peut nous inspirer



- Créer des événements de rencontres et de ventes de produits locaux (saveurs en Pilat, "Speed dating" restaurateurs/producteurs, association "commerçants du Pilat").
- Table ronde des hébergeurs
- Offre privilège pour les enfants accueillis en groupe pour un séjour en famille ou une sortie
- Découvrir le Pilat sur les modèles des "Daytrip" (un événement, des activités autour)
- Village Vacances durable Pilat
- Micro aventures (ex: Chilowe)
- Les critères durables de We Go Green
- Accueil et animation des offres séminaires
- Offre mobilité (bus, voiture, malle postale etc)

Ce qui existe mais...



- Une culture d'accueil touristique à renforcer sur le territoire
- Des conventions existent entre les acteurs mais des collaborations entre les OT pour commercialiser des offres communes pourraient être développées
- Les prestataires échangent avec les acteurs à proximité mais des initiatives émergentes (packages, etc) peinent à exister.
- Une dynamique locale à renforcer autour de labels reconnus des visiteurs (Vignobles et Découvertes, Bienvenue à la Ferme, Accueil Paysan)
- Quelques partenariats de commercialisation à optimiser (Chamina, Destination Parcs)
- Les OT du territoire communiquent mutuellement, cependant la valorisation réciproque de l'offre entre OT peut être plus active et concertée.
- Bougez dans les Monts du Pilat, une initiative à étendre
- Des initiatives pour rendre accessible aux différents types de handicap et développer l'itinérance pour les PMR à rendre pérennes
- Des offres sans voiture existantes qui peinent à trouver public.

Ce qui est à inventer



- Critères des offres Destination Pilat
- Choisir nos partenaires de distribution
- Impliquer les acteurs dans la commercialisation
- Tables rondes thématiques par type de prestataire
- Le réseau des partenaires "porte parole Pilat"



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcduPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.



Chantier commercialisation

Séance 2 - 20 mai 2022 à la Maison du Parc

Cette deuxième séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022 le défi : "**Améliorer le parcours client**".

Quelle promesse et quel positionnement notre Destination souhaite partager entre les acteurs et les visiteurs ?
Comment traduire ce positionnement dans la commercialisation des offres ?

Le travail de cette séance visait à identifier des actions (cf verso) et à les prioriser via 6 critères : réalisme, faisabilité, territorialité, durable, pérenne et plus-value touristique.

SYNTHÈSE DES ACTIONS IDENTIFIÉES COMME PRIORITAIRES

- **Monter** des offres produit complémentaires avec les OT de proximité
- **Proposer** une carte multi-activités avec les villes portes
- **Construire** de nouvelles offres produit (sans voiture, vélo, saveurs, vignobles...)
- **Généraliser** le programme "Bougez" sur le territoire, lien avec les séjours
- **Recenser** et valoriser les structures et offres accessibles

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr



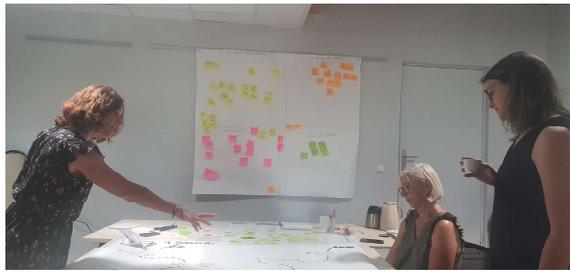
Les moments forts à venir

Organisation du chantier
"Accompagnement à l'adaptation
des offres touristique"

Les 2ème Assises du tourisme

<https://www.parc-naturel-pilat.fr/nos-actions/tourisme/>

Les actions présentées ci-dessous ont été émises par les participants sur la base de l'état des lieux réalisé lors de la première séance.



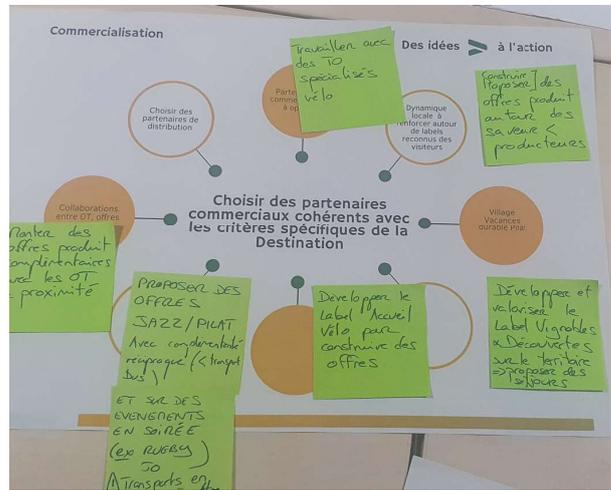
Choisir des partenaires commerciaux cohérents avec les critères spécifiques de la Destination

Impliquer les acteurs dans la commercialisation des offres

- Monter des offres produit complémentaires avec les OT de proximité
- Proposer des offres en lien avec les événements de proximité
- Développer et valoriser le label vignobles et découvertes

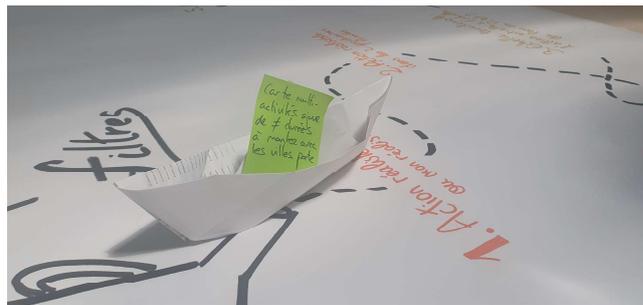
- Généraliser le programme "Bougez" sur tout le territoire
- Recenser et valoriser les structures et offres accessibles

Traduire en offres le positionnement Pilat, mon Parc naturel régional



- Définir un cahier des charges des offres de la destination
- Construire de nouvelles offres produit (sans voiture, vélo, saveurs, vignobles ...)
- Développer les transports en commun à la demande

Communiquer sur le web et sur le terrain de façon originale



- Proposer une carte multi-activités avec les villes portes
- Construire un groupe de travail sur les offres séminaires/groupe

© Parc naturel régional du Pilat : juin 2022



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcduPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.





Stratégie touristique Destination Pilat



Chantier mise en réseau des acteurs

Séance 1 - 6 avril 2022 au Bessat salle hors-sac du "Giat"

Cette séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022.

Ce chantier répond au défi: "**Développer l'offre touristique**".

Comment favoriser les échanges et le travail entre professionnels ? Comment faire coïncider l'offre existante et la demande ? Quel travail à entreprendre sur les offres manquantes ?

Le travail, organisé autour de 4 questions successives (cf. verso), a permis d'aboutir aux conclusions suivantes.

LA SITUATION TELLE QUE DÉCRITE PAR LES ACTEURS

La destination compte une offre diversifiée portée par des acteurs souhaitant travailler ensemble – notamment par thématique – pour valoriser et proposer des offres qualitatives.

Renforcer ces collaborations apparaît donc comme important aussi bien au sein du Pilat qu'avec les territoires proches. Une attention semble également nécessaire sur la correspondance entre offre et demande à l'échelle de destination.

LES PRINCIPALES PRÉCONISATIONS IDENTIFIÉES

- **Poursuivre** les moments de rencontre "atypiques" entre acteurs
- **Trouver** les leviers déclencheurs d'implication des acteurs
- **Organiser** des temps réguliers d'échange et de travail répondant à des besoins concrets
- **Réfléchir** aux solutions permettant de faire gagner du temps aux acteurs
- **Développer** des partenariats avec les destinations de proximité (SEM, Lyon, Vienne, Ardèche)
- **Travailler** avec les organisateurs des grands événements pour créer des offres complémentaires
- **Mobiliser** des têtes de réseau chez les prestataires pour les groupes de travail
- **Faire coïncider** l'offre existante et la demande
- **Travailler** sur les offres manquantes

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaj 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr



Séance 2
Le 11 mai de 10h à 12h
à la Maison du Parc

Ce qui existe et qui fonctionne



- Réseau des adhérents à l'Office de tourisme du Pilat
- Ateliers d'accompagnement des acteurs de l'Office de tourisme du Pilat et ateliers tourisme durable Parc/Office
- Les rencontres organisées par l'Office de tourisme du Pilat (bourse d'échange et journée découverte)
- Réseau des partenaires (OT, SEM)
- Réseaux des "locaux" dans les communes, circuits courts Pilat
- Les marques et labels sur le territoire (Gîte de France, Clé Verte, Accueil vélo, Vignobles et Découverte) etc.
- Les sites internet des prestataires touristiques du territoire
- L'accueil dans les Offices de tourisme (documents touristiques, supports de recensement et valorisation des offres
- Réseau des voies vertes (Via Fluvia, Via Rhôna)

Ce qui existe mais...



- Les Assises du tourisme: Un moment d'échange à reproduire.
Mobiliser plus efficacement les acteurs privés pour réaliser des actions conséquentes
- Des rencontres réalisées régulièrement mais un besoin de recueillir précisément les attentes et les perceptions des professionnels
- Des initiatives et réseaux informels de proximité intéressants dont l'existence pourrait être valorisée
- Les rendez-vous pour découvrir les offres des prestataires sont appréciés mais trop rares
- Partage d'informations régulières dans le groupe facebook adhérents OT "Pilat et vous" mais les échanges entre acteurs ne se font pas
- Des widgets existent, à intégrer sur les sites web pour valoriser les offres à proximité mais sont peu utilisés par les acteurs

Ce qui peut nous inspirer



- Les événements de rencontres restaurateurs/ producteurs, restaurateurs/ hébergeurs
- La dynamique réseau de SEM (Stéphanois hors cadre, club hôtelier)
- Les points infos dans les portes d'entrées du Parc
- Offre "promo" mobilité à proximité du Parc
Des établissements "prestige", sites reconnus pour attirer
- Les réseaux d'acteurs privés des autres Parcs (ex: Cévénnes Ecotourisme)

Ce qui est à inventer



- Créer des offres complémentaires en partenariat avec les organisateurs d'événements et les autres Destinations.
- Trouver des outils pour faire gagner du temps aux acteurs
- Brochures thématiques par type de clientèle, offres liées
- Des visios "posez vos questions" tous les 2 mois, par thématiques ciblées en amont avec les acteurs.
- Des habitudes de travail et d'échange entre professionnels
- Un réseau de partenaires "porte parole" Pilat



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcdnPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.



Chantier mise en réseau des acteurs

Séance 2 - 11 mai 2022 à la Maison du Parc

Cette deuxième séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022 le défi : "**Développer l'offre touristique**".

Comment favoriser les échanges et le travail entre professionnels ? Comment faire coïncider l'offre existante et la demande ? Quel travail à entreprendre sur les offres manquantes ?

Le travail de cette séance visait à identifier des actions (cf verso) et à les prioriser via 6 critères : réalisme, faisabilité, territorialité, durable, pérenne et plus-value touristique.

SYNTHÈSE DES ACTIONS IDENTIFIÉES COMME PRIORITAIRES

- **Mieux travailler** le relais par communes
- **Parrainer** les porteurs de projets touristiques par des professionnels
- **Organiser** des packages "dating"
- **Proposer** des temps de connaissance mutuelle des offres

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr



Les moments forts à venir

Organisation du chantier
"Accompagnement à l'adaptation
des offres touristique"

Les Assises du tourisme

<https://www.parc-naturel-pilat.fr/nos-actions/tourisme/>

Les actions présentées ci-dessous ont été émises par les participants sur la base de l'état des lieux réalisé lors de la première séance.

Faire vivre le réseau d'acteurs

- Poursuivre les ateliers/rencontres Office de tourisme
- Créer un club des prestataires touristiques Pilat

Faire coïncider l'offre et la demande

- Mieux travailler le relais par communes
- Maintenir et développer l'observatoire

Travailler sur les offres manquantes

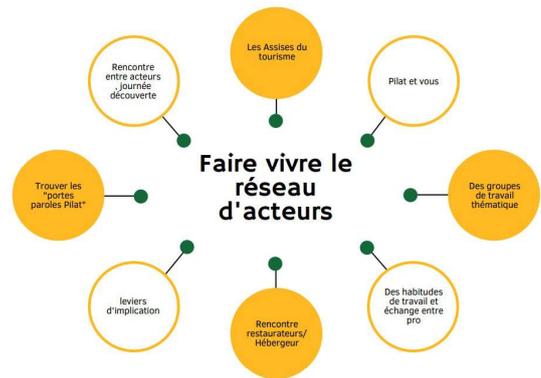
- Parrainage des porteurs de projets touristiques par des professionnels
- Organiser des "package" dating entre acteurs (montage d'offres commerciales par thématique, par typologie)
- Editer un dépliant les "incontournables"

Développer des partenariats

- Coordonner les animations/événements du territoire
- Planifier des rencontres inter-OT

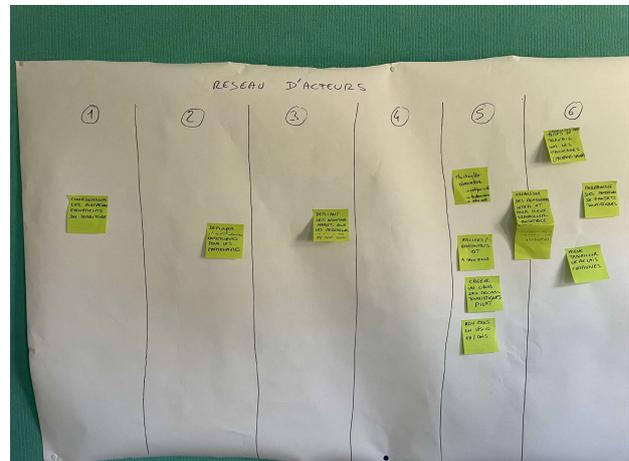
Mise en réseau des acteurs

Des idées ➤ à l'action



Faire gagner du temps aux acteurs

- Proposer des temps de connaissance mutuelle des offres
- Déployer l'offre d'outils numériques pour les partenaires



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcdPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.





Stratégie touristique Destination Pilat



Chantier baignade dans le Pilat

10 mai 2022 à l'espace eaux vives de Saint-Pierre-de-Boeuf

Cette séance d'atelier fait suite aux Assises du tourisme du 28 janvier 2022.
Ce chantier répond au défi: **"Développer l'offre touristique"**.

Où se baigner dans le Pilat ? Qu'indiquer aux visiteurs ? Quelles propositions pour répondre aux carences en zones de baignades ?

Le travail, organisé autour de 4 questions successives (cf. ci-dessous), a permis d'aboutir aux actions à creuser présentées au verso.

LA SITUATION TELLE QUE DÉCRITE PAR LES ACTEURS

Les visiteurs demandent régulièrement des zones de baignades en particulier des espaces de baignade naturelles. En parallèle, les gestionnaires de piscines publiques constatent des difficultés pour ces sites (coût, baisse des entrées, faible fréquentation des locaux...).

Certaines structures perdent des clients du fait du manque de baignades naturelles à proposer pour les familles ou les groupes.

Une meilleure valorisation des offres de baignade apparaît donc un enjeu dans la valorisation touristique de la Destination.

Les acteurs souhaitent travailler en priorité à partir de l'existant, la création de nouvelles offres n'apparaissant que comme une alternative secondaire.

CONTACTEZ-NOUS

Rwana ETIENNE

Chargée de mission
tourisme durable

Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benay 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
retienne@parc-naturel-pilat.fr

SYNTHESE DE L'ETAT DES LIEUX (RESTITUTION DES ECRITS)

Ce qui existe et qui fonctionne

- La base de loisirs de Condrieu - les Roches
- Le plan d'eau de Saint-Sauveur-en-Rue La piscine de Bourg-Argental récemment modernisée
- Des propositions de baignade naturelle à proximité (par exemple : vallée du Doux, Saint Donat)

Ce qui existe mais...

- Des lieux sur lesquels il y a eu des activités dans le passé : base de canoë à Doizieux, plan d'eau de Maclas
- Plan d'eau naturel Lorette (surfréquentation, qualité de l'eau)
- La base de loisirs de Saint-Pierre-de-Boeuf : proposition d'activités aquatiques variées mais baignade interdite

Ce qui peut nous inspirer

- Barrage de la Valette: baignade autorisée sur barrage d'eau potable
- Emploi à vocation de baignade de retenues conçues pour d'autres usages (ex. retenues de stations de ski).
A étudier pour les retenues collinaires agricoles ?

Ce qui est à inventer

- Organiser des lieux de baignade dans le Rhône

Les participants à l'atelier ont souhaité travailler sur 2 axes complémentaires :

- proposer des solutions pour la baignade naturelle aux clients

Sur ce volet, les pistes identifiées portent sur 3 axes : l'appui au sites existants (Condrieu, St Sauveur), la promotion de sites de proximité et l'étude de sites potentiels

- soutenir l'attractivité des piscines du territoire

Dans ce domaine, des pistes ont été identifiées notamment autour de la commercialisation d'offres ou de l'amélioration de la communication.

Les actions identifiées ont ensuite été priorisées en fonction de leur réalisme, leur faisabilité, leur territorialité, leur durabilité, leur pérennité et leur plus-value touristique (cf. ci-dessous).

INTITULÉS DES ACTIONS	CRITÈRES DE FILTRAGE					
	Action réaliste ou non réaliste 1	Action réalisable dans les 2 prochaines années 2	Action à l'échelle du Pnr Pilat ? 3	Durabilité de l'action (respectueuse) 4	Action s'inscrivant dans la durée 5	Plus-values touristiques ? 6
SE Baigner DANS LE PILAT						
Etudier la réouverture de la baignade à Saint-Pierre-de-Boeuf						
S'inspirer de la baignade proposée au barrage de la Valette						
Relayer les lieux de baignade naturelle à proximité						
Accompagner spécifiquement les 2 sites existants (Condrieu, Saint-Sauveur)						
Connaître l'offre privée (gîte, camping)						
Réaliser une étude clientèle : besoins, pratiques						
Développer des partenariats commerciaux entre piscines publiques et prestataires						
Déployer une communication "Pilat piscine" (visiteurs, pros)						
Rechercher des exemples réussis de piscines rentables						
Identifier les sites potentiels sur le Rhône court-circuité		2				
Etudier l'ouverture au public du plan d'eau de Maclas						



© Parc naturel régional du Pilat : mai 2022



Parc naturel régional du Pilat
2 rue Benaÿ 42410 Pélussin
04 74 87 52 01
info@parc-naturel-pilat.fr
www.facebook.com/ParcduPilat

Le Parc naturel régional du Pilat est un territoire bénéficiant d'une reconnaissance nationale pour la richesse et la diversité de ses patrimoines naturels et culturels. Le Parc est aussi un groupement de collectivités. Elles agissent de concert en faveur de ce territoire d'exception, dans le cadre d'un projet politique ambitieux qui concilie activités humaines et préservation de la nature et des paysages : la Charte du Parc. Respect de l'environnement et bien-être des habitants motivent toutes les actions, souvent expérimentales, d'accueil, d'éducation, de développement socio-économique et d'aménagement conduites ici.



www.parc-naturel-pilat.fr