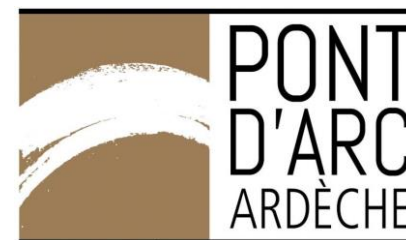


Assemblée générale
2000 vins d'Ardèche
Orgnac - 18 juillet 2022

GORGES
de l'Ardèche | Pont
d'Arc

gorges-ardeche-pontdarc.fr





↳ SONT DEVENUS ←

GORGES
de l'Ardèche | Pont d'Arc

Création du nouvel Office de Tourisme GORGES DE L'ARDECHE – PONT D'ARC







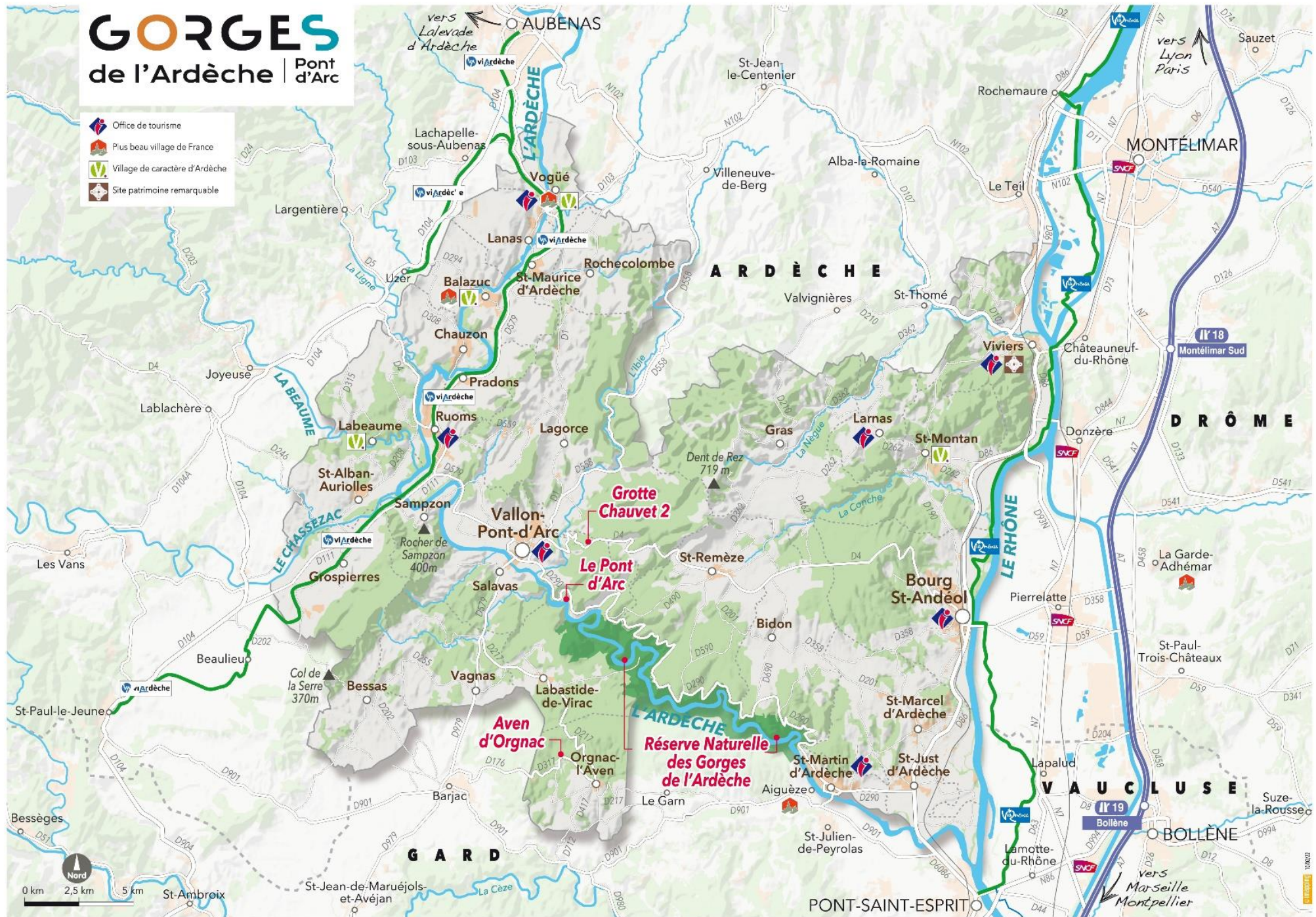
TERRITOIRE - STRATEGIE

GORGES
de l'Ardèche | Pont
d'Arc



GORGES de l'Ardèche | Pont d'Arc

-  Office de tourisme
-  Plus beau village de France
-  Village de caractère d'Ardèche
-  Site patrimoine remarquable



Chiffres clés du Tourisme - 2021

Ardèche



293 000
LITS TOURISTIQUES
60% de résidences secondaires
40% d'hébergements marchands

12
MILLIONS DE NUITÉES
dont 4,5 millions
en hôtellerie de plein air

3,1 M€
DE TAXES DE SÉJOURS
PERÇUES

SÉJOUR MOYEN :
4,5 NUITS

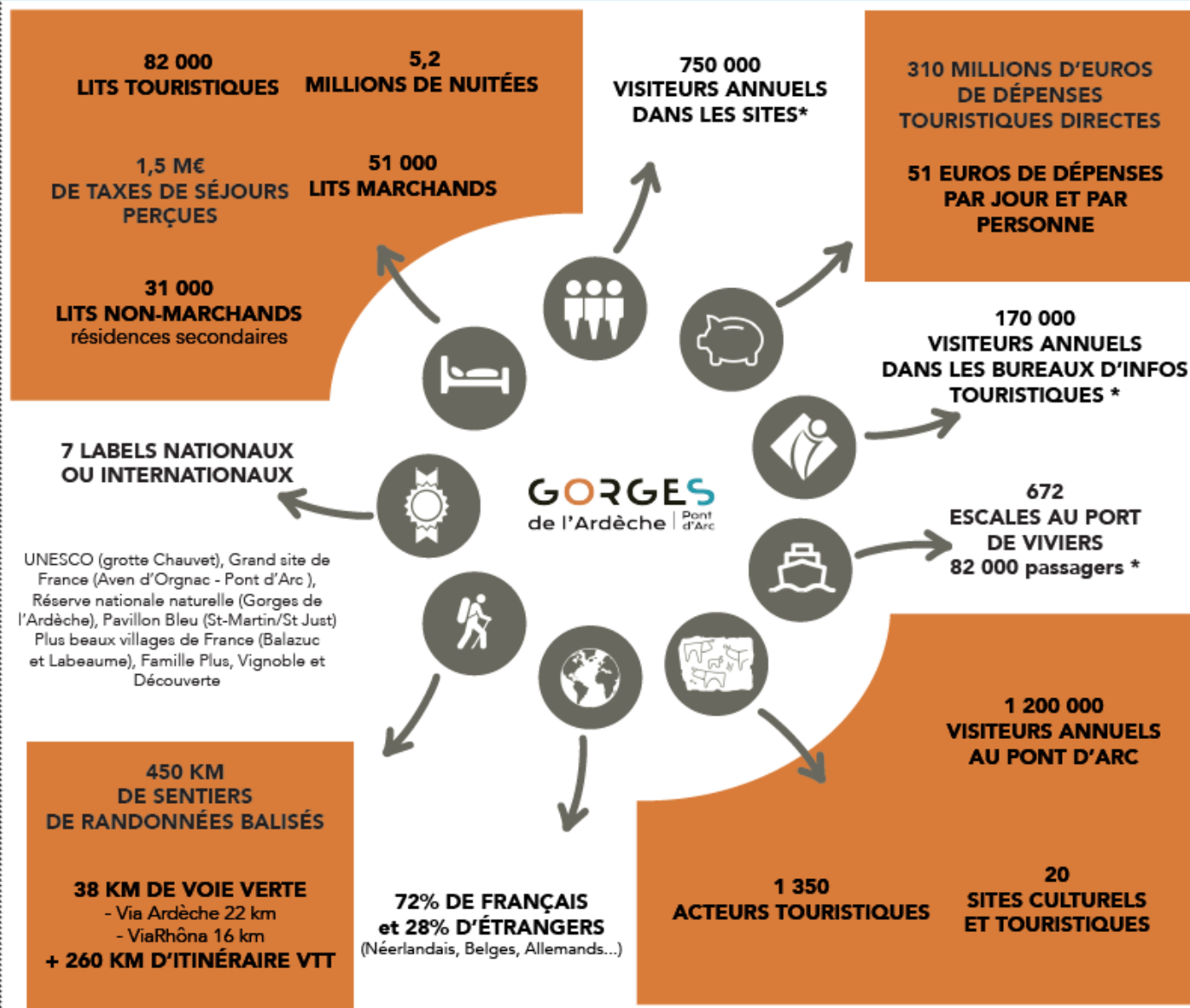


1 400 000
VISITEURS ANNUELS
DANS LES SITES *

75% DE FRANÇAIS
et 25% D'ÉTRANGERS



Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc



Ambition & stratégie

1

Affirmer une destination UNIFIEE « Gorges de l'Ardèche - Pont d'Arc » comme destination d'EXCELLENCE à l'échelle INTERNATIONALE

- S'appuyer sur la complémentarité des offres nature/culture
- Renforcer et incarner l'excellence avec les sites exceptionnels des Gorges de l'Ardèche/Pont d'Arc et de la Grotte Chauvet Patrimoine Mondial de l'Unesco
- Démultiplier et qualifier les offres thématiques périphériques et complémentaire à l'échelle de la nouvelle destination

2

Utiliser nos atouts DIFFERENCIANTS comme moteurs de la destination :

- Les « gorges de l'Ardèche » unifiée avec une offre et une image renouvelées
- Un rayonnement du label Unesco sur l'ensemble du territoire et des sites patrimoniaux

3

Répondre aux grands ENJEUX SOCIETAUX :

- **Eco responsabilité & transition écologique** : Renforcement des offres éco-responsables adaptées au changement climatique, accompagnement des acteurs, travail sur les mobilités. Intégration de la raréfaction des ressources.
- **Digitalisation au services de l'humain** : Position des outils digitaux au cœur de la stratégie marketing, optimisation des datas disponibles orientée clients, professionnalisation des acteurs du territoire. En corollaire, valorisation de la médiation humaine et de l'accueil au sens large comme élément de forte valeur ajoutée touristique

4

Optimiser les retombées sur le territoire, renforcer l'ATTRACTIVITE et fédérer les énergies

- Réaffirmer la diffusion de la fréquentation sur l'ensemble de la destination et toute l'année
- Optimiser l'image du territoire pour dégager une attractivité économique globale
- Apporter une vigilance particulière à la surfréquentation et l'acceptabilité touristique

Fils conducteurs & partis pris

UNE DIGITALISATION DE LA DESTINATION AU SERVICES DE L'HUMAIN

- Position des outils digitaux au cœur de la stratégie marketing
- Optimisation des datas disponibles orientée clients
- Création de contenus et mise en récit renforcée
- En corollaire, valorisation de l'humain à travers la médiation et l'accueil au sens large comme élément de forte valeur ajoutée touristique

LA COMMERCIALISATION COMME LEVIER D'ATTRACTIVITE

- Construction d'une offre MICE alternative « nature & culture » autour du centre de séminaires de la Grotte Chauvet 2
 - Ecriture d'un nouveau récit/positionnement pour les gorges de l'Ardèche à travers les Bivouacs de Gaud et Gournier
 - Elargissement des cibles internationales à partir de l'offre socle créée pour les Croisiéristes. Travail avec les TO et réceptifs

Assurer et renforcer les fondamentaux : Accueil / information aux services des touristes et des habitants

INNOVATION, PROSPECTIVE ET MODE PROJET

- Veille prospective, laboratoire d'idées
- Expérimentation et hybridation de produit/offres
- Engagement dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises
- Accompagnement et recherche de porteurs de projets différenciants et à forte valeur ajoutée
- Partenariats public/privé
- Recherche de financements, mécénats

OUTIL AU SERVICE DU TERRITOIRE, DES ACTEURS, DES HABITANTS

- Outils d'ingénierie mobilisable par les collectivités et les acteurs
 - Une destination unique mais des projets soit communs soit individualisés par Comcom
 - Appui, sensibilisation, formation, pour les professionnels du tourisme et des loisirs
 - Des complémentarités à construire et développer avec les institutionnels et acteurs du tourisme ardéchois (OT, ADT, consulaires...) et territoires voisins

UNE DIGITALISATION DE LA DESTINATION AU SERVICE DE L'HUMAIN

- Position des outils digitaux au cœur de la stratégie marketing
- Optimisation des datas disponibles orientée clients
- Création de contenus et mise en récit renforcée
- En corollaire, valorisation de l'humain à travers la médiation et l'accueil au sens large comme élément de forte valeur ajoutée touristique

LA COMMERCIALISATION COMME LEVIER D'ATTRACTIVITE

- Construction d'une offre MICE alternative « nature & culture » autour du centre de séminaires de la Grotte Chauvet 2
- Ecriture d'un nouveau récit/positionnement pour les gorges de l'Ardèche à travers les Bivouacs de Gaud et Gournier
- Elargissement des cibles internationales à partir de l'offre socle créée pour les Croisiéristes. Travail avec les TO et réceptifs

Assurer et renforcer
les fondamentaux :
Accueil / information
aux services des
touristes et des
habitants

INNOVATION, PROSPECTIVE ET MODE PROJET

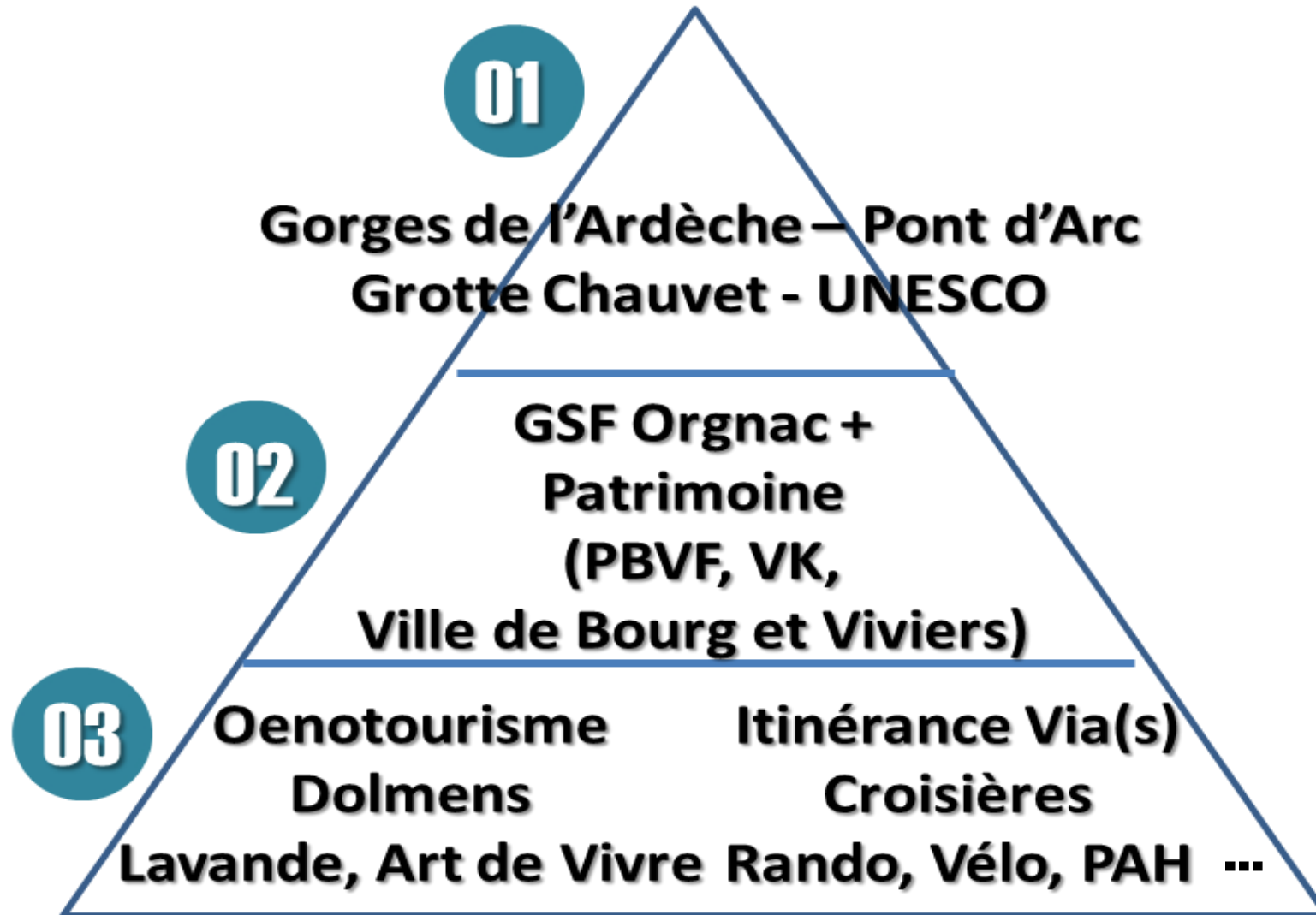
- Veille prospective, laboratoire d'idées
- Expérimentation et hybridation de produit/offres
- Engagement dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises
- Accompagnement et recherche de porteurs de projets différenciants et à forte valeur ajoutée
- Partenariats public/privé
- Recherche de financements, mécénats

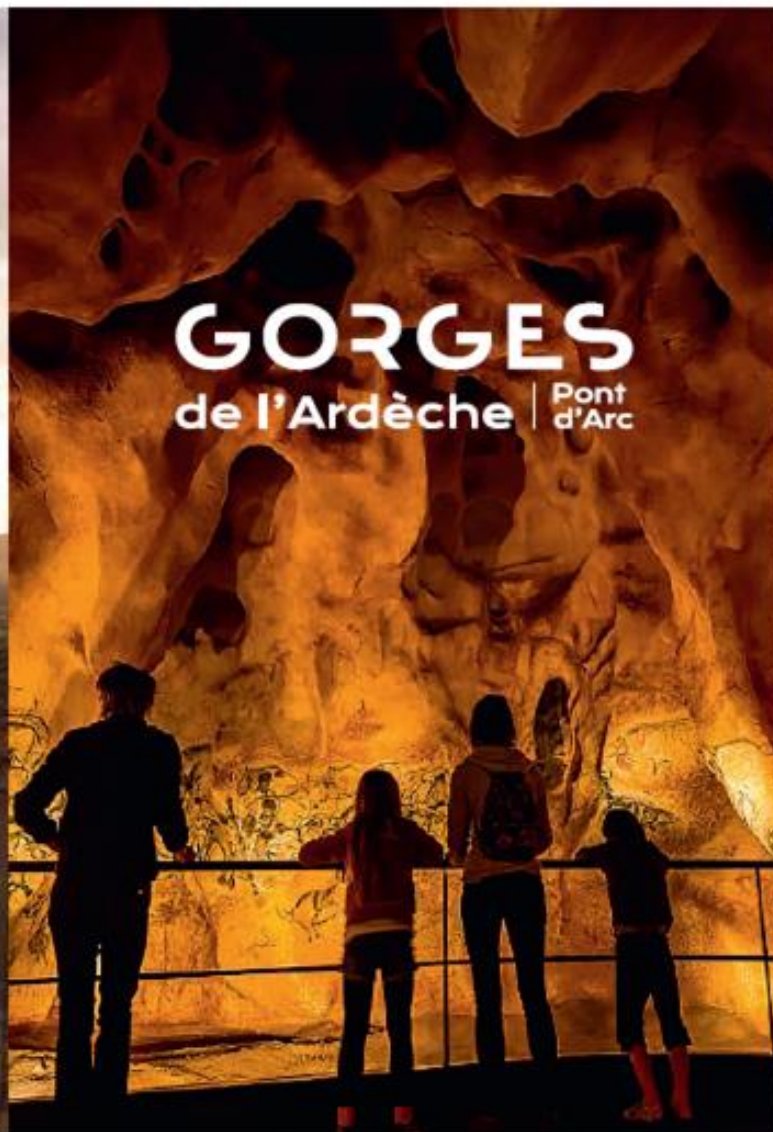
OUTIL AU SERVICE DU TERRITOIRE, DES ACTEURS, DES HABITANTS

- Outils d'ingénierie mobilisable par les collectivités et les acteurs
- Une destination unique mais des projets soit communs soit individualisés par Comcom
- Appui, sensibilisation, formation, pour les professionnels du tourisme et des loisirs
- Des complémentarités à construire et développer avec les institutionnels et acteurs du tourisme ardéchois (OT, ADT, consulaires...) et territoires voisins

MARKETING & PLATEFORME DE MARQUE

GORGES
de l'Ardèche | Pont
d'Arc





Exemple de visuel où le logo s'applique dans ses couleurs originales.

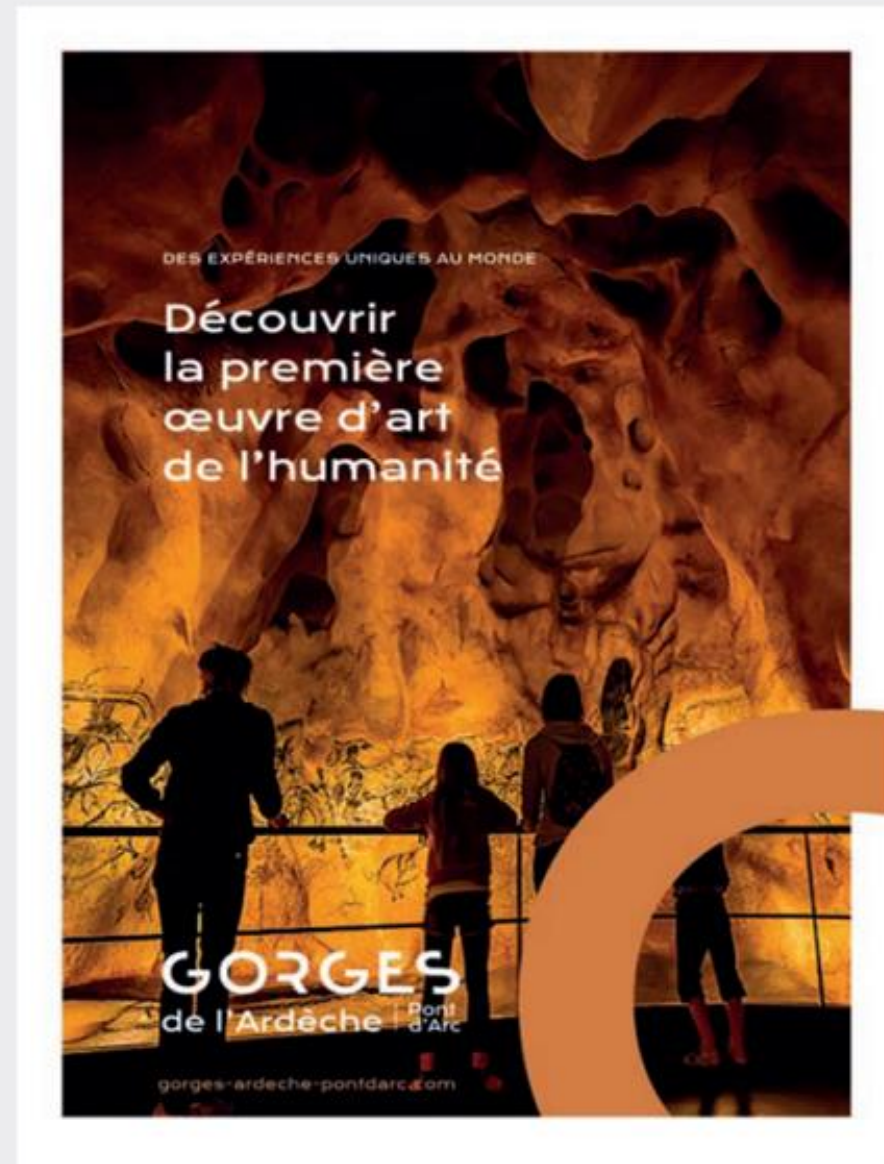
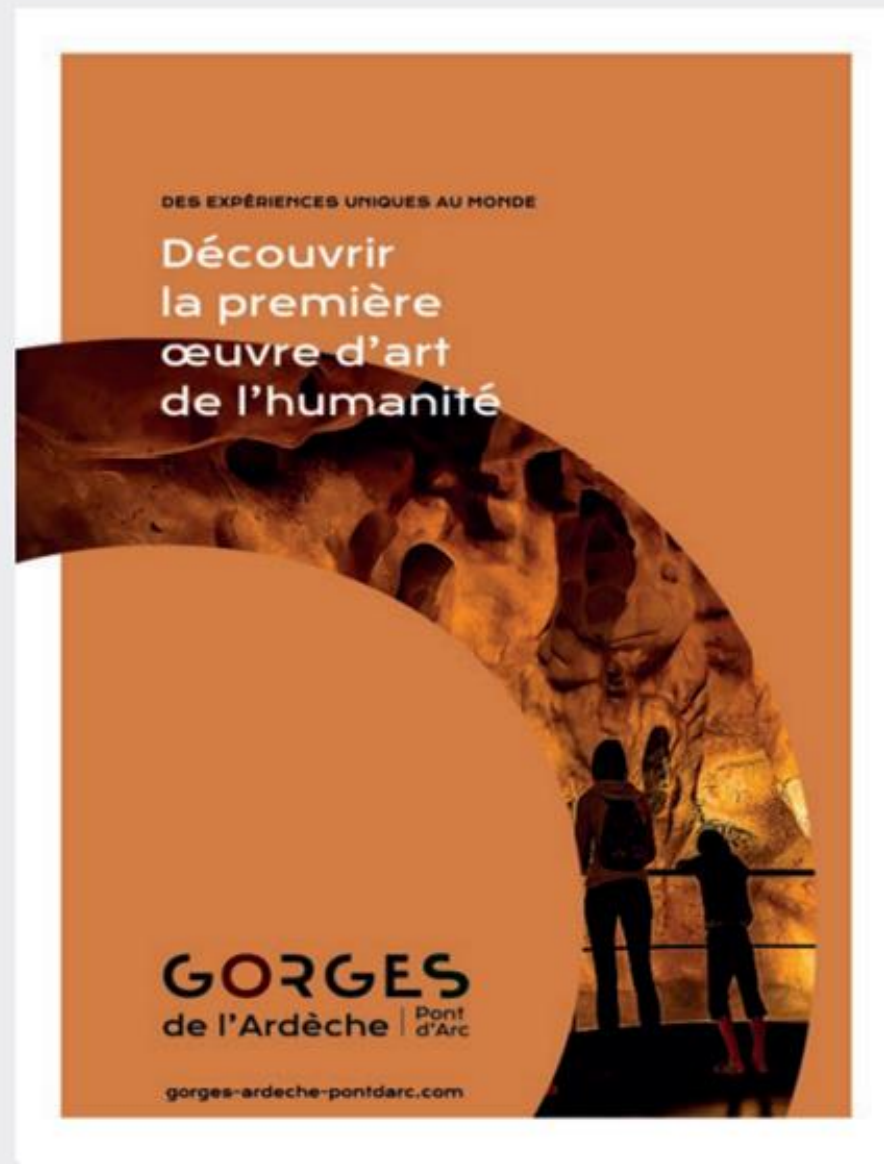
Lorsque la photo, le permet, le logo en réserve blanche peut s'appliquer.

Exemple d'application sur un fond photo complexe, le cartouche blanc s'applique avec la règle de la zone de sécurité.

Principe de communication qui concerne un **contenu lié aux gorges, sa rivière et ses environs (champs de lavande, vignobles, cascades,...)**. Deux mises en pages sont possibles, avec un visuel dans un masque qui s'inscrit à la forme du «S» et qui invite à découvrir le complément du visuel et une mise en page où le visuel occupe la quasi totalité du format.



Principe de communication qui concerne un **contenu lié à la culture (grottes, dolmens, villages, ...)**.
Deux mises en pages sont possibles, avec un visuel dans un masque qui s'inscrit à la forme du «S» et qui invite à découvrir le complément du visuel et une mise en page où le visuel occupe la quasi totalité du format.





OENOTOURISME

GORGES
de l'Ardèche | Pont
d'Arc

Retravailler l'offre phare = les dégustations souterraines !



Simplifier le parcours client



Rendre lisible



Qualification MICE /groupe BtoB

Adapter Vendre



Offre phare Produit appel V&D (sud Ardèche)

Relations médias



Temps d'avance à conserver

Echanger Innover

Individuellement pour chaque grotte

- 1 – SAISIE APIDAE DE CHAQUE ACTIVITE**
- 2 – QUALITE DES PHOTOS, RENOUVELLEMENT**
- 3 – PRESTATIONS ANGLOPHONES**
- 4 - CONTENUS VIDEOS, TEXTES, PRESS BOOK ANGLOPHONE**
- 5 – VENTE EN LIGNE**
- 6 – REFERENCEMENT « VALLEE DE LA GASTRONOMIE »**
- 7 – REFERENCEMENT « PARTIR ICI » ...**

Collectivement

- 1 – COORDINATION CALENDRIER**
- 2 – DIFFERENCIATION/SPECIALISATION DES OFFRES**
- 3 – PROGRAMME ACTIONS/PROMO COMMUN ?**



B to B MICE* / AFFAIRES

* Meeting, Incentive, Conferences,
Exhibitions / Events

Le centre de conférence de la Grotte Chauvet 2

+



Des partenaires déjà sur la cible Tourisme d'affaires

Une opportunité de développement du Tourisme d'affaires

Ailes de saison & hors saison / Gamme / Image & Notoriété / Attractivité / ...



Partenariat GAPA/Chauvet
Partenariat GAPA/Professionnels



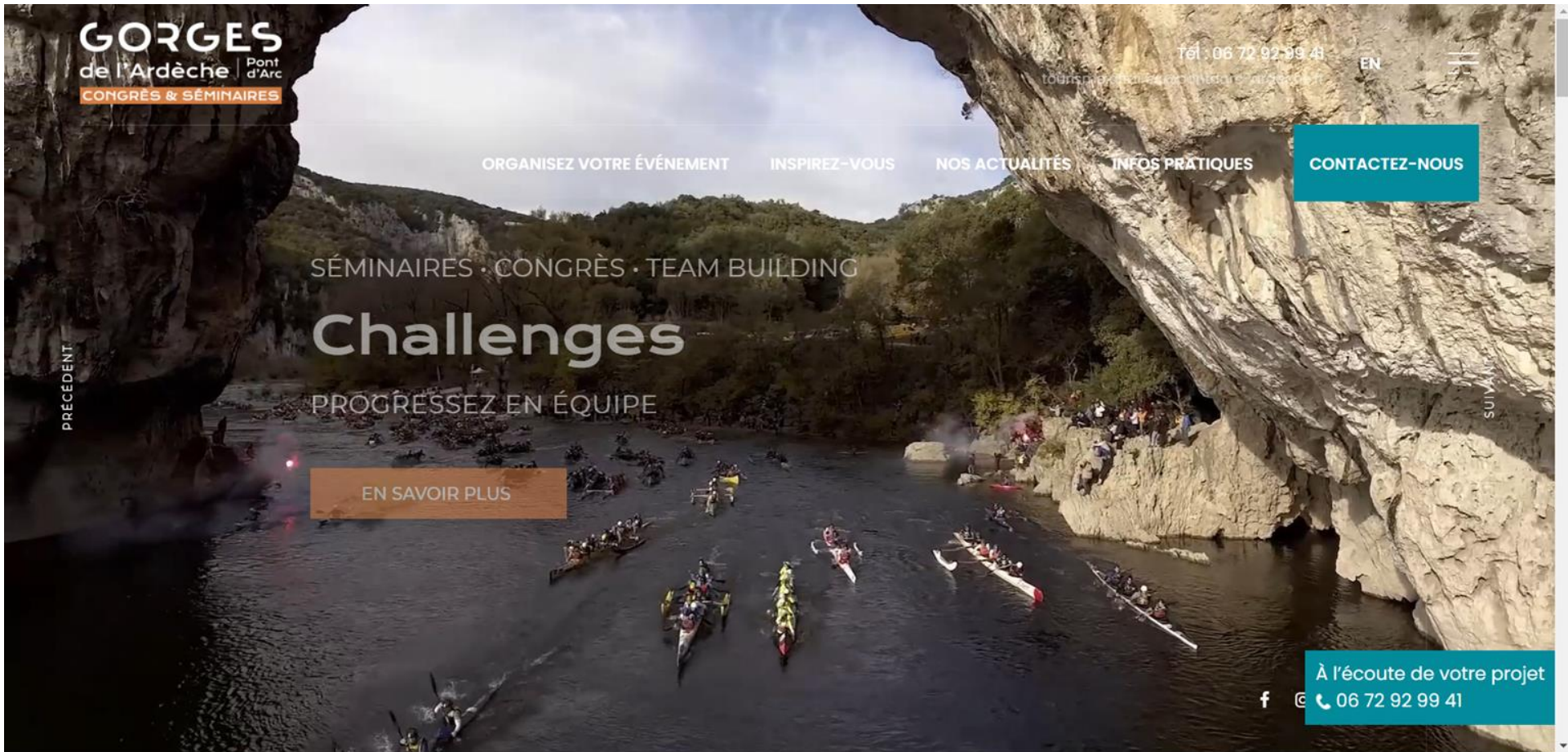
Un nouveau levier de développement du territoire

Développer l'accueil de la clientèle affaires en s'appuyant sur l'impulsion donnée par l'ouverture du centre de conférence de la Grotte Chauvet 2, et se faisant :

- positionner le territoire comme une **destination affaires originale**, orientée « **nature** » et « **origines** » propice à la **déconnexion/reconnexion**, à la **cohésion** d'équipe et aux événements professionnels **vecteurs de sens**,
- stimuler la **montée en gamme** des prestations sollicitées par cette clientèle (hébergement, activité...),
- développer l'activité touristique sur le **hors saison**,
- impacter l'**image**, la reconnaissance et l'**attractivité** globale du territoire, tant en matière de dynamisme touristique qu'économique.

CENTRE DE CONFERENCES – GROTTTE CHAUVET 2





Site web vitrine dédié
50 à 60 sessions / jour





GORGES
de l'Ardèche | Pont d'Arc
CONGRÈS & SÉMINAIRES

Donnez du sens à vos événements d'entreprise

Tél : 04 75 94 55 01 / 06 72 92 99 41
tourisme.affaires@gorges-ardeche-pontdarc.fr

ORGANISEZ VOTRE ÉVÈNEMENT INSPIREZ-VOUS NOS ACTUALITÉS INFOS PRATIQUES **CONTACTEZ-NOUS**

SÉMINAIRE · CONGRÈS · TEAM BUILDING EN ARDÈCHE

Hors du temps

ÉVEILLEZ VOS SENS

EN SAVOIR PLUS

↓



GORGES

de l'Ardèche | Pont
d'Arc



Merci de votre attention !

GORGES
de l'Ardèche | Pont
d'Arc