

Axes stratégiques	Evaluation (tout au long de la stratégie)	Objectifs opérationnels	Actions
<p>Axe 1 : Aménagement et gestion des espaces et des infrastructures</p> <p><i>Rendre visible le territoire, faire circuler les touristes sur le territoire, faciliter les déplacements, diversifier et compléter l'offre, améliorer celle existante.</i></p>	<p><i>Nombre de projets ayant abouti</i></p> <p><i>Satisfaction des clientèles et des résidents</i></p>	<p>Objectif 1 : Améliorer les conditions d'accès et de déplacement sur le territoire</p>	1.1.1 Développer un réseau de transport intra-territoire
			1.1.2 Développer une plateforme collaborative en faveur de la mobilité touristique
			1.1.3 Conforter le Réseau de voies cyclables
			1.1.4 Faciliter l'itinérance par la création d'un réseau de transport des bagages
			1.1.5 Améliorer l'accueil des campings-caristes
	<p><i>Retours positifs des socioprofessionnels</i></p>	<p>Objectif 2 : Faciliter l'accès aux activités</p>	1.2.1 Signaler les portes d'entrée du territoire
			1.2.2 Harmoniser la signalétique touristique routière et autoroutière
			1.2.3 Compléter la signalétique de l'offre
			1.2.4 étudier la faisabilité d'un Wi-Fi territorial sur l'ensemble de la Plaine de l'Ain (dans les lieux publics)
		<p>Objectif 3 : Développer des pôles d'attractivité touristique pour le territoire</p>	1.3.1 Consolider l'offre patrimoine au regard de l'ambition et des attentes des clientèles cibles
			1.3.2 Structurer l'offre "activités de pleine nature" au regard des enjeux du territoire et des sites, espaces et itinéraires de l'Ain

Axes stratégiques	Evaluation (tout au long de la stratégie)	Objectifs opérationnels		Actions
Axe 2 : Engager une politique de soutien aux projets structurants <i>Favoriser le développement local et régional</i>	<i>Nombre de projets mis en place</i>	Objectif 1 : Relancer de manière durable la cité médiévale de Pérouges	2.1.1	<i>Actions issues de l'étude en cours sur le développement durable de la Cité de Pérouges</i>
			2.1.2	
			2.1.3	
	<i>Nombre de partenariats établis</i>	Objectif 2 : Connecter le territoire à la Via-Rhône	2.2.1	Réalisation du tronçon Sault-Brenaz-Groslée
			2.2.2	Accueil des cyclotouristes
			2.2.3	Liaisons vers l'intérieur du territoire
		Objectif 3 : Réussir la réhabilitation et la mise en tourisme du château de St Exupéry	2.3.1	Animation du comité de pilotage dédié au projet
			2.3.2	Acquisition du foncier
			2.3.3	Définition d'un projet permettant de conserver, de valoriser et de développer le château dans la perspective d'une ouverture au public
		Objectif 4 : Développer le projet "Verticales"	2.4.1	Définition du projet d'aménagement des sites de Torcieu et de Chaley/Charabotte
			2.4.2	réalisation des travaux sur les deux sites
			2.4.3	valorisation et gestion des sites
		Objectif 5 : développer le rayonnement de l'Abbaye d'Ambronay et son centre culturel de rencontre	2.5	faciliter l'aboutissement des travaux du site et favoriser son développement en tant qu'offre touristique
objectif 6 : aboutir la rénovation du Château des Allymes			2.6	accompagner la réalisation des travaux de sauvegarde du château et valorisation des activités proposées

Axes stratégiques	Evaluation (tout au long de la stratégie)	Objectifs opérationnels	Actions
Axe 3 : Organisation du territoire et des acteurs <i>Optimiser les moyens humains et financiers, gagner en efficacité et en opérationnels dans les actions mises en oeuvre, remettre le touriste au centre de la politique touristique pour un meilleur résultat (satisfaction)</i>	<i>Satisfaction client</i>	Objectif 1 : Définir un schéma d'accueil et de diffusion de l'information en adéquation avec l'ambition	3.1.1 Organisation de l'accueil physique
			3.1.2 Développer l'accueil hors les murs/chez les prestataires
			3.1.3 Favoriser l'accueil numérique
			3.1.4 Définir les moyens de diffusion et de gestion de l'information
	<i>Implication des acteurs</i>	Objectif 2 : Manager et gouverner la stratégie tourisme de la Plaine de l'Ain	3.2.1 Définir une politique d'appui de la collectivité aux projets des acteurs touristiques
			3.2.2 Optimiser la collecte de la taxe de séjour et les décisions quant à son affectation
			3.2.3 Formaliser une convention d'objectifs avec l'Office de Tourisme
			3.2.4 Suivre la réalisation de la stratégie
	<i>Evolution du nombre d'adhérent à l'OT</i>	Objectif 3 : Mise en réseau des acteurs	3.3.1 Animation du réseau des adhérents de l'OTPBPA
			3.3.2 Qualification et promotion de l'offre par filière selon l'ambition et les clientèles cibles
			3.3.3 Développement Animation Numérique de Territoire (ANT)
			3.3.4 Impliquer les habitants et les résidents secondaires

Axes stratégiques	Evaluation (tout au long de la stratégie)	Objectifs opérationnels	Actions
<p>Axe 4 : Construction d'une identité et promotion d'une image Bouche-à-oreille positif, fidélisation de la clientèle, amélioration des produits</p>	<p><i>La conception de la charte graphique doit permettre de communiquer de manière efficace auprès des clientèles: lisibilité touristique du territoire, homogénéité et cohérence du message.</i></p>	<p>Objectif 1 : Créer une identité tourisme pour le territoire</p>	4.1.1 Construire la charte graphique tourisme du territoire et création d'un logo tourisme
			4.1.2 Création des outils de promotion
		<p>Objectif 2 : Elaborer un plan marketing</p>	4.2.1 Etablir un plan d'actions marketing opérationnel : définir l'offre à promouvoir en fonction des clientèles cibles, les outils adéquats et les canaux de distribution à favoriser
			4.2.2 Elaborer un plan de communication en adéquation avec les objectifs marketing : un plan d'actions annuel dédié aux actions de promotion et de communication
	4.2.3 Construire un plan d'actions commercial		
	<p><i>Appropriation par les acteurs de la charte : nombre de sites Internet ayant le logo du territoire, nombre de liens renvoyant vers le site de l'OT</i></p>	<p>Objectif 3 : Elaborer une stratégie événementielle</p>	4.3.1 Optimiser les retombées et les répercussions du Festival d'Ambronay et du Printemps de Pérouges
			4.3.2 Mener une politique de développement des événements culturels et sportifs
			4.3.3 Soutenir les actions d'animation en adéquation avec l'ambition et les clientèles cibles

Axes stratégiques	Evaluation (tout au long de la stratégie)	Objectifs opérationnels		Actions
<p>Axe 5 : Maîtriser l'ensemble de la chaîne de la relation client à l'échelle du territoire : de l'observation à la commercialisation</p> <p><i>Développer des produits pour mettre en valeur l'offre et inciter à la consommation, donner envie avec des produits originaux</i></p>	<p><i>Suivre et analyser la demande client, la fréquentation et la consommation afin de piloter les actions des axes 1, 2 et 3 en conséquence</i></p>	<p>Objectif 1 : Disposer de données d'observation et d'évaluation de référence pour le suivi du schéma</p>	5.1.1	Mise en oeuvre d'un observatoire
			5.1.2	Construction des outils et process de gestion relation client
			5.1.3	Suivre par filière, l'évolution des attentes des clientèles cibles pour adapter l'offre du territoire
	<p><i>Evolution du nombre de clients, du CA, du nombre de produits packagés, de visites guidées</i></p> <p><i>Satisfaction clients. Nombre d'acteurs impliqués</i></p>	<p>Objectif 2 : Construire et mettre à disposition des clientèles cibles une offre qualifiée</p>	5.2.1	Développer des outils de commercialisation
			5.2.2	Développer les visites guidées sur l'ensemble du territoire
			5.2.3	Construire des produits packagés au regard de l'ambition et de chaque cible