

# Elaboration de la stratégie tourisme

## Etat des lieux



Aintourisme

# Aintourisme

## ➔ Rappel du contexte de l'étude

- ➔ Loi NOTRe
- ➔ Stage des étudiants de l'école Polytechnique de Tours
- ➔ Le périmètre du territoire s'agrandit

## ➔ Méthodologie

- ➔ Recueil des éléments pour l'état des lieux des CC Vallée de l'Albarine et Rhône Chartreuse de Portes
- ➔ Analyse et compilation des données

## ➔ Objectifs de la réunion d'aujourd'hui

- ➔ Validation du diagnostic
- ➔ Validation des étapes suivantes

# Aintourisme



## ➔ Trois entités, un territoire

12,7% superficie de l'Ain

12,4% population de l'Ain

1 100 emplois touristiques

5% des emplois salariés du nouveau territoire

13 631 lits touristiques (11% de l'Ain)

19 lits/km<sup>2</sup> (Ain : 22 lits/km<sup>2</sup>)

Plus de 620 000 nuitées par an (soit 9% de l'Ain)  
dont 45% en hébergement marchand



Entre plaine et montagne

Point de jonction entre les départements de l'Ain et de l'Isère

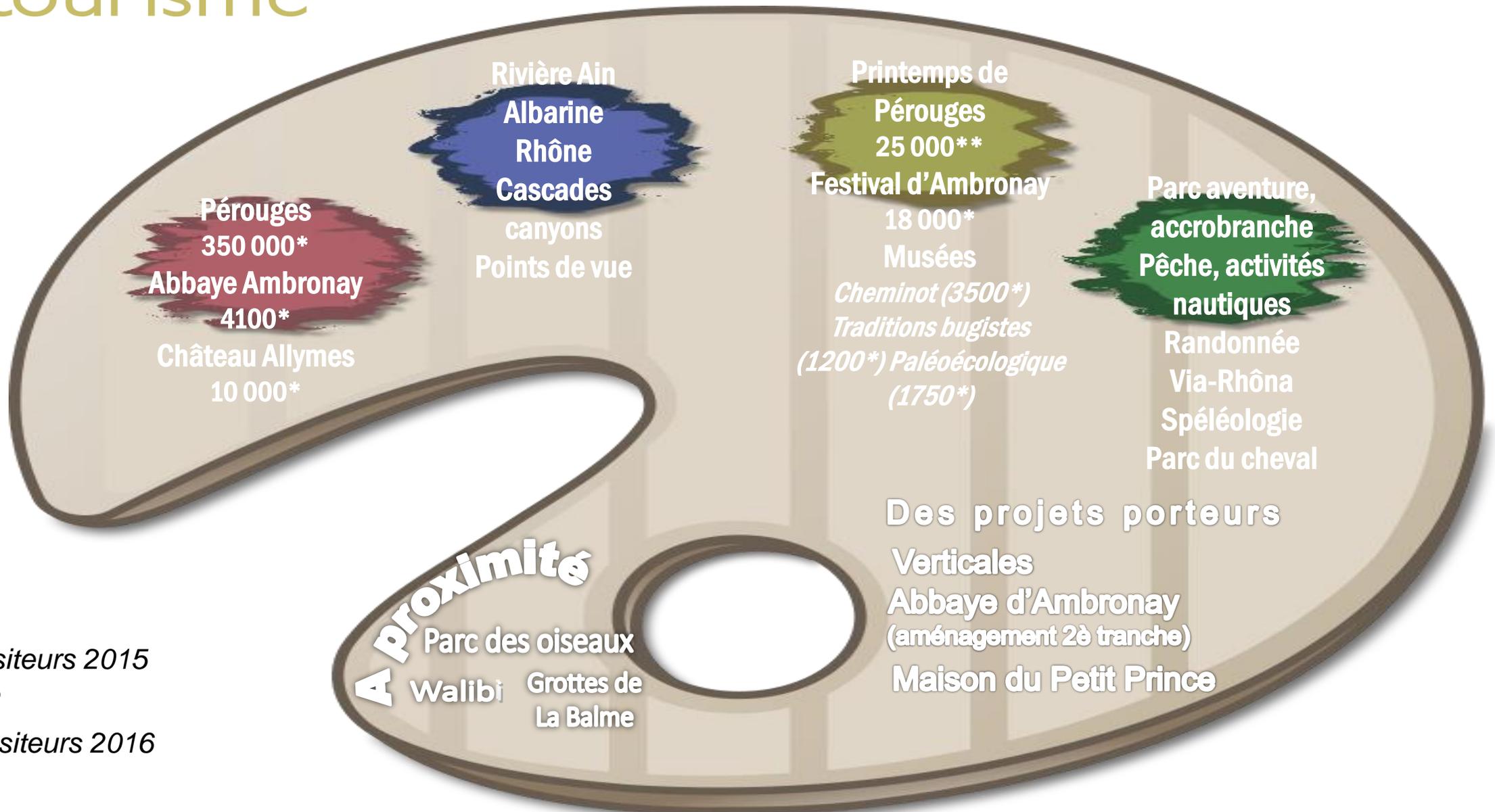
Territoire délimité par le Rhône, traversé par la rivière d'Ain et l'Albarine

Une partie industrielle très développée et une partie plus rurale



# Aintourisme

## L'offre touristique du territoire

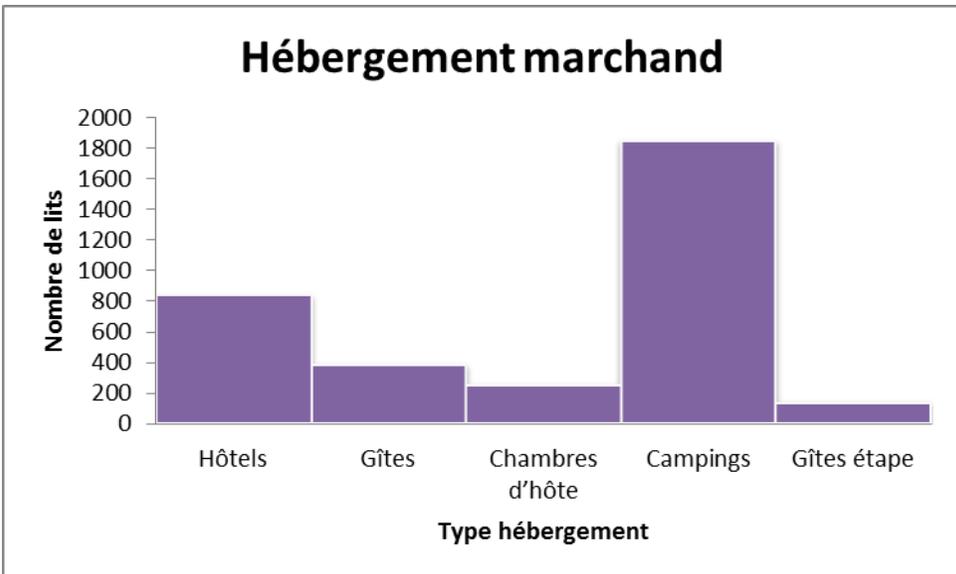


\*Nombre visiteurs 2015  
Aintourisme

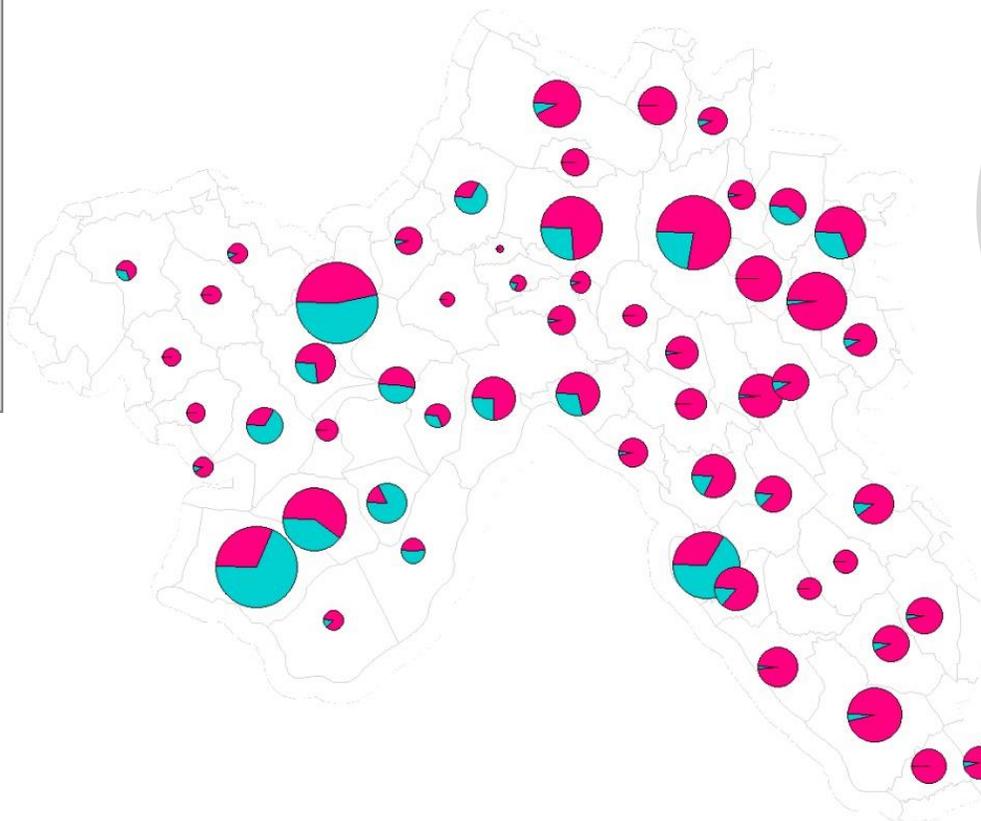
\*\*Nombre visiteurs 2016  
Le Progrès



74% de lits en résidences secondaires  
26% de lits en hébergement marchand



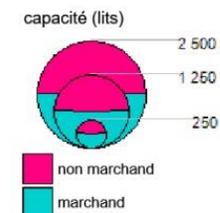
l'hébergement marchand et non marchand



“Le résident secondaire, un habitant qui passe et un passant qui reste”



Hébergement milieu de gamme  
2-3\*/épis/clés  
Des hébergements qualifiés  
montrant la professionnalisation  
de l'activité



Données 2015 : Apidae, Gîtes de France, Clévacances, INSEE Rhône-Alpes  
Réalisation : Observatoire d'Aintourisme, septembre 2016

# Aintourisme



## ➔ Plusieurs bonnes tables

 Citations 2016 au Guide Michelin  
L'Auberge de l'Abbaye

 L'Auberge campagnarde  
La Villa L.  
L'Hostellerie de Pérouges

La Mère Jacquet  
La Cour des Lys



## ➔ Quelques spécialités locales

Ramequin  
Galette au sucre de Pérouges  
Vins du Bugey : Roussette et Mondeuse



## ➔ Produits du terroir

Une majorité de viticulteurs exclusivement situés sur la partie montagne, en zone AOC



# Aintourisme

- ➔ **Sites internet et réseaux sociaux**
- ➔ **Tripadvisor**
- ➔ **Référencement tourisme**



Aintourisme **Sites internet et réseaux sociaux**

Tous les OT et les sites disposent d'un site internet  
Présence active sur au moins 1 réseau social.  
Place prépondérante de Facebook comme outil d'information et de lien avec les visiteurs.  
La plupart des sites internet sont récents  
Responsive.  
Des sites surtout informatifs, pratiques, à jour  
Une alimentation via Apidae pour 3 sites d'OT

Pas de vente en ligne.  
Attractivité visuelle des sites est moyenne.  
Place restreinte de l'image et des vidéos  
Peu dans la séduction, l'ambiance.  
Pas d'ANT sur le territoire

**Tripadvisor**

Globalement le niveau d'appréciation est plutôt positif  
De fortes concentrations : Pérouges/ Meximieux/  
Ambérieu

Peu de réponses à la clientèle et donc d'écoute client  
Des zones très diffuses voire des zones blanches de prestataires référencés

**Référencement tourisme**

Territoires ou sites qui ressortent en 1<sup>er</sup> pour le tourisme : Albarine, Pérouges, Ambronay

Territoires ou sites référencés pour d'autres éléments que le tourisme : CCPA, RCP,  
Territoires ou sites mieux référencés par d'autres : Parc du Cheval

### ➔ Maillage du territoire et fréquentation

- 1 OT à Pérouges
- 1 OT à Meximieux
- 1 OT à Saint-Rambert-en-Bugey
- 1 OT à Lhuis
- Des zones blanches
- 27 939 visiteurs accueillis en 2015

### ➔ Organisation des structures

- Pas de regroupement informel des 4 OT = pas de coopération effective
- Des échanges inter-offices limités
- Des moyens et des compétences hétérogènes
- Bonne présence des OT sur leurs territoires

### ➔ Animation du territoire

- Offre adaptée à des publics divers (individuels ou groupes)
- Des propositions de séjours packagés thématiques
- Des partenariats avec les professionnels (250 adhérents sur l'ensemble des 4 structures)
- Billetterie
- Organisation et co-organisation d'animations et manifestations

Principales clientèles	Profil	Motivations principales
Pêcheurs	Homme 45 – 65 ans Fidèle au site de pêche	La rivière d'Ain et l'Albarine
Groupes sportifs	Groupes de jeunes, d'amis	Pratiquer des activités nature voire sportives et engagées (via ferrata, escalade, parapente)
Randonneurs et marcheurs	En excursion à la journée	Randonnées, patrimoine, points de vue
Seniors	Week-end et journée	Balades, fêtes de village, achat produits du terroir, musée, Pérouges, Festival d'Ambronay
Familles	Week-end et journée, séjours en location	Balade en âne, baignade, fêtes locales, découverte de la nature, Pérouges
Couples sans enfant	Se cultiver, sortir du quotidien	Festival d'Ambronay, Printemps de Pérouges
Affaires, professionnels en déplacement	Ouvriers, commerciaux, techniciens, clients d'entreprises	Travaux, missions à la centrale du Bugey, clientèle affaire des entreprises locales
Cyclotouristes	Familles avec enfants, senior, sportifs	ViaRhôna, circuits Ain à vélo

## Forces

- Dynamisme et densité économique : PIPA
- Sites touristiques majeurs : Pérouges + Ambronay
- Sites ou programmations avec un fort potentiel de développement
- Activités phares : ViaRhôna + descente de l'Ain en canoë + pêche (Ain et Albarine)
- Activités secondaires ou segmentées : randonnée, pratiques verticales (via ferrata de la Guinguette, varappe, canyoning, spéléo...)
- Accessibilité + localisation : proximité aéroport international (Saint Exupéry) + A42 et A40
- Le Rhône et la rivière d'Ain (patrimoine naturel et gamme d'activités de loisirs)
- Gamme d'hébergements récente sur plaine de l'Ain et complémentaire
- Investissements structurels récents
- Les vins du Bugey : terroir et œnotourisme
- Capacité financière CCPA
- Population en augmentation constante = croissance & dynamisme
- Plusieurs identités complémentaires

## Faiblesses/ freins

- Image industrielle Plaine de l'Ain + image du nucléaire peu compatible avec tourisme d'agrément et plein air
- 2 typologies de clientèle : tourisme économique/affaires vs tourisme d'agrément
- Absence de notoriété touristique et image dispersée
- Offre touristique peu lisible
- Absence de signalisation touristique cohérente et définie
- Mise en tourisme de Pérouges bloquée ou en décalage avec les attentes visiteurs
- Friches industrielles de la vallée de l'Albarine
- Carence en restaurants traditionnels (cuisine qualité)
- Desserte difficile sur périmètre CC RCP et insuffisance de transports entre les communes du territoire
- Mise en réseaux des socioprofessionnels
- Une partie du territoire à organiser en termes de tourisme
- Offre à structurer autour de la rivière d'Ain



# Aintourisme

## Opportunités

- Proximité Grand Lyon (bassin de population)
- Rayonnement touristique et économique de la métropole lyonnaise
- Dynamisme et dimension activité économique locale/ régionale
- Engouement spectacle vivant et événements rassembleurs (festivals)
- Tendances : sensibilité écoresponsable et développement durable
- Rayonnement touristique du Parc des Oiseaux en plein essor + la Dombes
- Itinérance ViaRhôna (développement à terme du projet)
- Réserve Natura 2000 (basse vallée de l'Ain) = plus value d'image registre Nature
- Chartreuse de Portes = spiritualité = storytelling...
- Desserte territoire par grands axes (A40 et A42, TGV aéroport Saint Exupéry)
- Filière équestre associée à la Dombes (élevage)
- Politique touristique départementale (Livre Blanc) : pôles phares concernés
- Proximité réserve nationale du Haut Rhône / remise en navigabilité du Haut Rhône

## Menaces

- compatibilité image industrielle/nucléaire et tourisme
- Risque environnemental : 4 entreprises classées Seveso seuil haut
- Conjoncture économique et géopolitique (menace terroriste et plan vigie-pirate)
- Pression foncière Grand Lyon (zone périurbaine)
- Hégémonie Lyon (2<sup>ème</sup> unité urbaine de France) notamment sur secteur culturel, événementiel, patrimoine, tourisme d'affaires et city break
- Concurrence touristique de proximité **Isère** : cité médiévale de Crémieu (25 000 visiteurs), grottes de Labalme (70 000 visiteurs en 2015), Walibi (350 000 visiteurs), Aquaparc (Vallée Bleue) 250 000 visiteurs + **Ain** : Grand Parc Miribel Jonage, haute rivière d'Ain (Ile Chambod)...
- Viarhônga, en marge du territoire, le traverse très rapidement (7 km)

## ➔ D'ici la prochaine commission

Déterminer les éléments du positionnement : quelle(s) cible(s)? Quel(s) marché(s)?

Travailler sur les opportunités et les marchés : matrice Leader, Challenger et Suiveur

Objectifs : déterminer le ou les marchés qui peuvent être porteurs de valeurs pour le territoire et qui permettront un positionnement original et différenciant.

## ➔ Prochaine commission

Validation des propositions

Merci pour votre attention

Aintourisme 

Agence de Développement Touristique  
du département de l'Ain

34 rue Général Delestraint – CS 90078  
01002 BOURG-EN-BRESSE CEDEX – France

Tél. 04 74 32 31 30

Fax. 04 74 21 45 69

