



Stratégie touristique Vallée de la Drôme

2021-2026



Communauté de Communes du Crestois et du Pays de Saillans

📍 15 Chemin des senteurs - 26400 Aouste sur Sye
☎ +33 (0)4 75 40 03 89 @ accueil@cccps.fr 🌐 www.cccps.fr

• AOUSTE SUR SYE - AUBENASSON - AUREL - CHASTEL ARNAUD
• CREST - ESPENEL - LA CHAUDIÈRE - MIRABEL ET BLACONS - PIÉGROS
• LA CLASTRE - RIMON ET SAVEL - SAILLANS - SAINT BENOIT EN DIOIS
• SAINT SAUVEUR EN DIOIS - VERCHENY - VÉRONNE

Rappel du contexte



La stratégie touristique a été élaborée à la fin du mandat précédent sur un **périmètre Vallée de la Drôme** (Val de Drôme et Cœur de Drôme). Elle court sur la période 2021-2026.

Elle est le fruit d'une **co-construction avec l'ensemble des acteurs du tourisme du territoire**.

Des séminaires, questionnaires en ligne et des entretiens ont été réalisés pour permettre que cette stratégie soit avant tout une dynamique territoriale partagée.

Elle a été « mise à jour » lors du Comité de Pilotage de l'étude de rapprochement le 28 juin 2022.

Aujourd'hui, la stratégie touristique est mise en œuvre au quotidien par les équipes des offices de tourisme.

Enjeux



La stratégie touristique répond aux enjeux suivants :

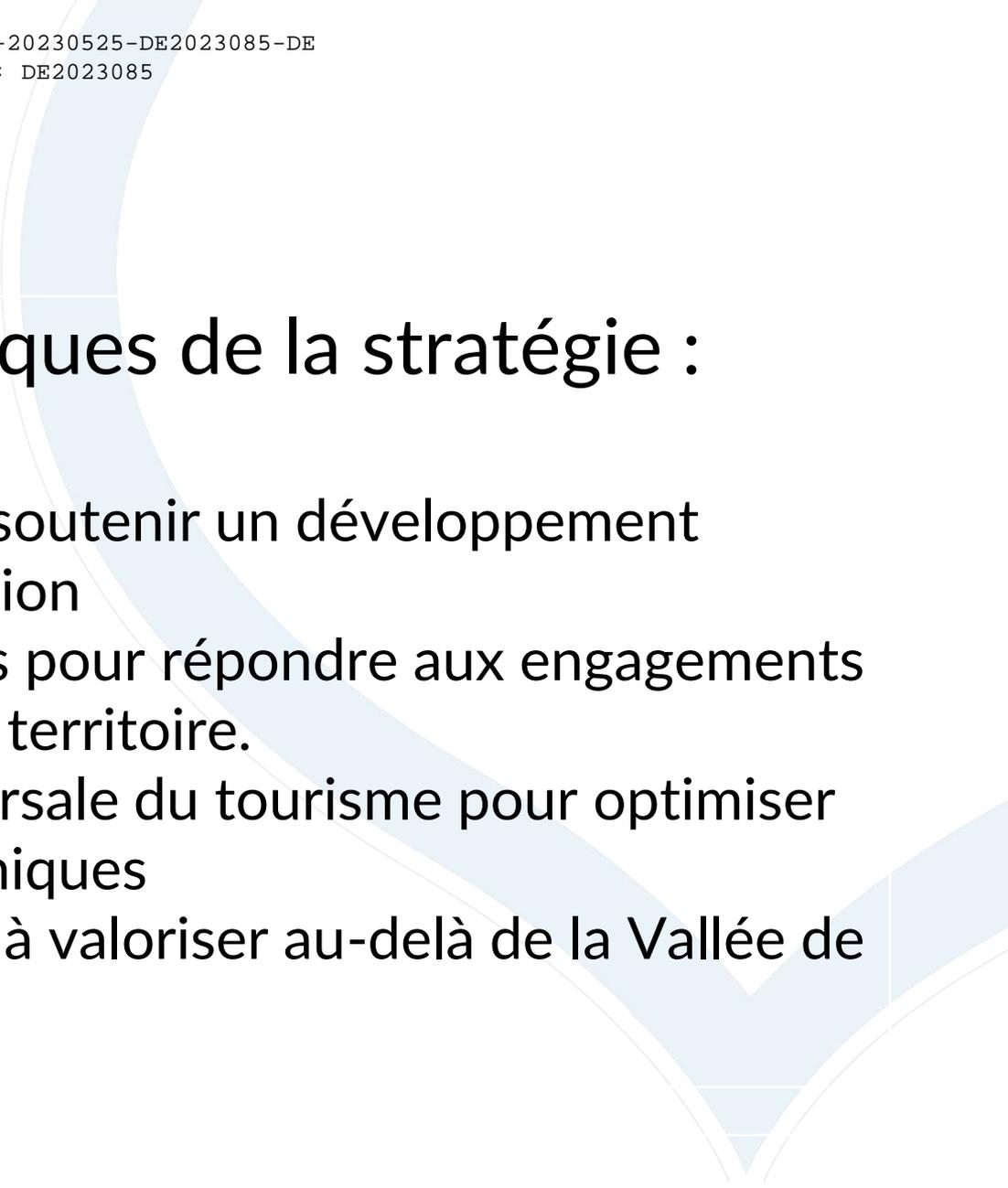
- Intégration du tourisme dans les politiques de développement local
- Coordination et mise en écosystème des acteurs locaux
- Anticipation des effets du changement climatique sur le tourisme
- Intégration des habitants dans les problématiques de développement touristique

La création de la destination « Vallée de la Drôme » a permis, depuis de quelques années déjà, de structurer davantage la destination. Les ambitions de cette stratégie étant plus large encore que la simple notion de Destination, il s'agit de porter ensemble des valeurs et une volonté commune de développement.

Axes stratégiques



Les 4 axes stratégiques de la stratégie :

1. Un engagement pour soutenir un développement pérenne de la destination
 2. Des filières prioritaires pour répondre aux engagements du développement du territoire.
 3. Une approche transversale du tourisme pour optimiser les retombées économiques
 4. Une identité partagée à valoriser au-delà de la Vallée de le Drôme.
- 

Axe 1



AXE 1: Un engagement pour soutenir un développement pérenne de la destination

1.1 Sensibiliser et former les acteurs professionnels aux enjeux de durabilité

Nécessité de sensibiliser au-delà de la question de la préservation de l'environnement avec une vision plus globale sur le développement durable

1.2 Accompagner les acteurs aux enjeux de résilience pour mieux anticiper les crises

Nécessité d'intégrer les enjeux d'adaptation du tourisme au changement climatique dans une vision + globale de résilience pour anticiper et surmonter les crises (sanitaire, économique, sécurité, climat, etc.)

1.3 Comprendre et anticiper les nouvelles attentes des voyageurs

Nécessité de construire une culture et des outils de veille / ingénierie sur clientèles (à la fois sur marchés émetteurs, pilotage segmentation, analyse retour clients) en particulier sur évolution provenance des clients

Axe 2



AXE 2: Des filières prioritaires pour répondre aux engagements de développement du territoire	2.1 Développer de nouvelles offres pour les filières prioritaires	Agritourisme, bien-être, tourisme gourmand, patrimoine + Activités de pleine nature avec vision par saison pour désengorger la rivière l'été aussi...
	2.2 Favoriser les nouveaux projets en accord avec les grands principes de la destination	Politique de développement touristique sur les 2 CC / coordination des priorités et des choix
	2.3 S'appuyer sur un hébergement marchand de qualité et engagée	Stratégie de développement et d'appui à la qualité de l'hébergement + développement de nouveaux hébergements en lien avec les filières prioritaires

Axe 3



AXE 3: Une approche transversale du tourisme pour optimiser les retombées économiques	3.1 Mettre en place une gouvernance transversale et partagée	Fusion des OT mais aussi lien avec ADT / AURA Tourisme, ADEME, acteurs de la préservation, etc. Rôle de ces acteurs dans les actions + Nécessité de décroisonner le tourisme dans les projets d'aménagement, de mobilité, etc.
	3.2 Fédérer les professionnels du tourisme, collectivités, partenaires et habitants	Continuer à fédérer l'ensemble des parties prenantes à la fois dans la gouvernance mais aussi dans l'écoute des problématiques locales, dans l'implication dans la création et le design des offres, etc.

Axe 4



AXE 4: Une identité partagée à valoriser au-delà de la Vallée de la Drôme	4.1 Assumer un positionnement touristique ancré sur une nature vivante (lien BioVallée ?)	Qu'en est-il aujourd'hui de cette marque? La promesse client est-elle tenable? Traduction éditoriale pour la Vallée ? Sur le vivant ?
	4.2 Poursuivre le développement des outils de promotion de l'offre de la destination	Continuation des actions de promotion par l'OT. Plan de communication et de promotion adapté face à cette nouvelle stratégie