



*La Bonne Année 2020*

De la part de toute l'équipe d'Ardèche Hermitage Tourisme

# LE RENDEZ-VOUS DES PARTENAIRES

Lundi 27 Janvier 2019  
Théâtre Jacques Bodoin  
Tournon Sur Rhône

# Introduction

par **Bruno Faure, Président** d'Ardèche Hermitage Tourisme et

**Max Osternaud, Vice-président en charge du tourisme** à Arche Agglo

# Les Chiffres Clefs du Tourisme en Ardèche Hermitage



15 000 lits touristiques



1,2 Millions de nuitées (au 31 octobre 2019)



Plus de 60 Millions € de consommation

# Estimation des nuitées touristiques

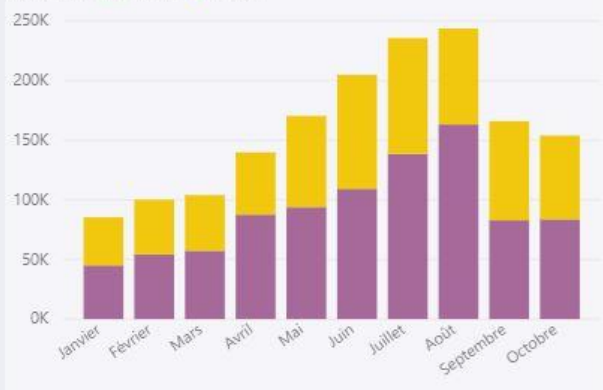
Flux Vision Tourisme / Orange

Nom territoire: Arche Agglo

Plage de dates: 01/01/2019 - 31/10/2019

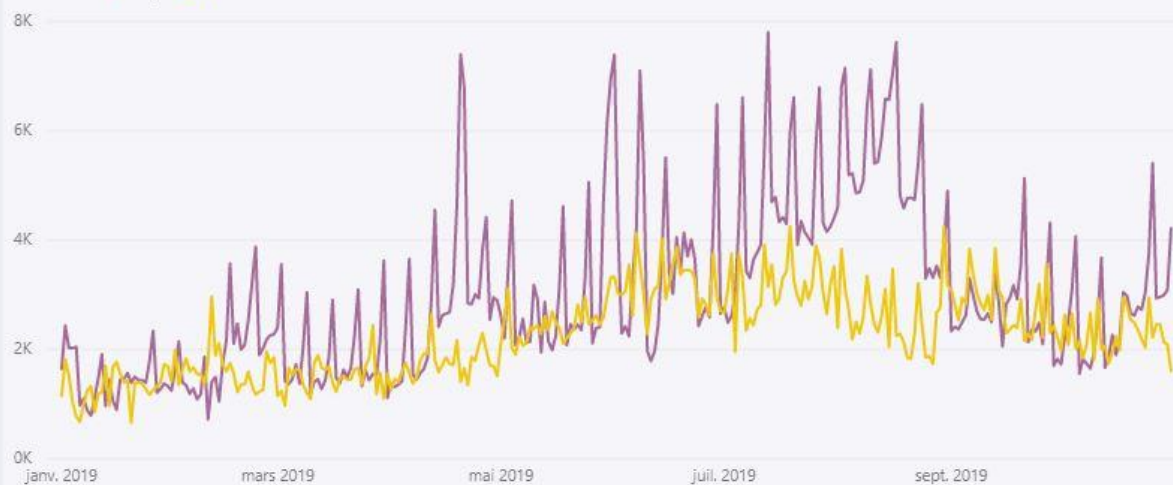
Nuitée par Mois et Nationalité

Nationalité: Français (violet), Étranger (jaune)

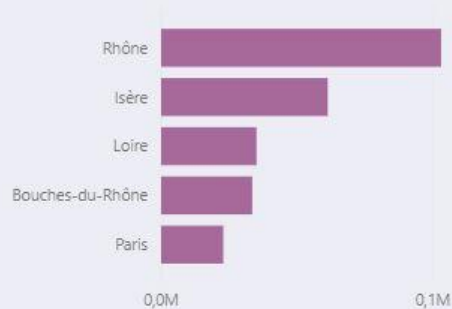


Nuitée par Date et Nationalité

Nationalité: Français (violet), Étranger (jaune)

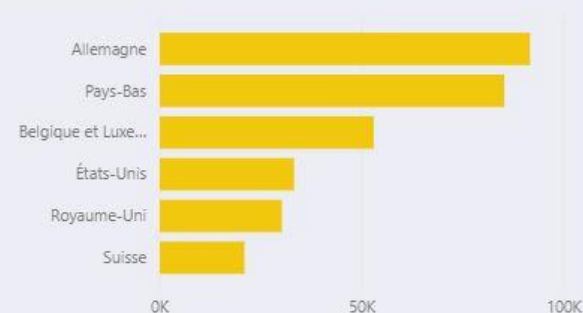


Nuitée par Département origine



Flux Vision Tourisme observe la présence de tous les téléphones mobiles étrangers captés sur le territoire. Cela peut donc correspondre également à des personnes que l'on ne considère pas comme touristes au sens de 'loisirs, vacances'. Le passage de l'autoroute A7, l'activité des entreprises, le travail saisonnier peuvent expliquer la présence d'origines telles que autres pays d'Europe centrale, Pays du Maghreb, Portugal... Le graphique ci-contre présente les 6 principaux marchés étrangers touristiques.

Nuitée par Pays origine





- Clientèle Française : touristes hors Drômois et Ardéchois
  - **Saisonnalité plus étalée** que dans l'Ardèche ou la Drôme ; **été moins marqué**
  - **Petites Vacances plus fréquentées** : Février et **Toussaint (Pic équivalent à la fin août)**
  - **Pics de WE visibles toute l'année** : signe de courts séjours **Pâques** plus fort que l'Ascension et Pentecôte
  - **Clientèles de proximité** (Top 3 : Rhône, Isère, Loire) y compris sur les grandes vacances
  - **Ardéchoise** : Pic équivalent au 15 août
  
- Clientèle étrangère : chiffres à prendre avec précaution / système Orange en cours de fiabilisation pour les étrangers
  - Ardèche Hermitage est traversé par l'A7
  - **Les Pays Bas** sont en **1ère position sur juillet-août**
  - **Top 3 : Allemagne, Pays Bas, Benelux**
  - **Les Allemands** sont présents en **avant et arrière saison**
  - Présence significative des **Américains et des Suisses (Croisiéristes et les vins)**
  - **Royaume Uni** : en avril, mai, juin et septembre/Octobre



➤ 4 axes

- Devenir une destination touristique d'excellence, en confortant les produits « portes d'entrée » du territoire
- Soutenir la structuration d'une offre complémentaire en capacité de faire consommer les visiteurs
- Mettre en œuvre une politique marketing performante, en s'appuyant sur une marque territoriale partagée
- Adapter l'organisation, les métiers et les outils d'intervention au nouveau projet touristique du territoire

➤ 21 Actions qui sont déclinées dans le plan actions annuel de l'Office de tourisme

➤ ARDÈCHE HERMITAGE: Une marque Territoriale pour renforcer l'attractivité

# Un plan d'actions touristiques 2017 - 2020

## - Développement touristique - un volet infrastructures portées par ARCHE Agglo :



### Tourisme à vélo (ViaRhôna – Ardéchoise)

23 km de Viarhona - Financier avec les CD  
Gestion et entretien avec les communes  
Projets : Liaison vers le Train de l'Ardèche et  
VVV Vers Chateaubourg



### Randonnée pédestre

720 km de sentiers - 84 boucles  
Un projet autour de la langue occitane à Vaudevant



### œnotourisme / gastronomie (vins, chocolat, truffe...)

Sentiers œno-touristique autour des  
AOC avec Rhône Crussol



### Autres activités nature (aériennes, équestres...)

Des sentiers d'interprétation sur les ENS  
Territoire d'excellence pleine nature – un schéma  
à définir en 2020



**Arche Agglo un professionnel du tourisme**  
Domaine du Lac de Champos – Base de Loisirs, Camping

Communication, Accueil et Information touristique avec une stratégie digitale portée par l'OT



## Exemple d'une opération de promotion 2020 : **le Salon Mondial du tourisme/Destination Nature** **Paris du 12 au 15 mars**

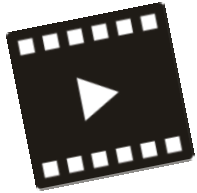
- En lien avec le Schéma touristique d'ARCHE Agglo 2018/2021 (Axe 2 actions : renforcer la mise en œuvre de l'offre de randonnée)
- Partenariat Ardèche Tourisme
- + de 65 000 visiteurs
- Clientèle Ile-de-France importante en Ardèche Hermitage
- Mise en valeur de l'offre gourmande + nature : documents de l'office dans lesquels les partenaires sont mis en valeur



## Exemple d'une opération de promotion 2020 : **Opération grand public en gare de Francfort** **11 / 12 février**

- Partenariat ADT 07 et Atout France
- Plateforme dédiée sur France.fr et campagne Facebook
- 460 000 usagers/jours
- 17% de nos contacts étrangers en 2019 (+11% entre 2018 et 2019)
- Communication ciblée (vélo, gastronomie, activités germanophones, campings...)





## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**

# Stratégie Digitale : Réseaux Sociaux



33 630 fans  
570 (fans sur la page Agenda)



2114 abonnés



614 followers

Nos banques photos à votre disposition:



Pinterest



Flickr

Notre chaîne vidéos Ardèche Hermitage:



Youtube

## La baromètre : WE LIKE TRAVEL

 #ar <span style="float: right;">▲</span>
<b>138</b> <small>OT</small> Ardèche Hermitage
<b>142</b> <small>Montagne</small> Sainte Foy Tarentaise
<b>144</b> <small>OT</small> Le Touquet-Paris-Plage
<b>147</b> <small>OT</small> Dinard Émeraude
<b>147</b> <small>Montagne</small> Le Markstein
<b>148</b> <small>Montagne</small> Gavarnie – Gèdre
<b>150</b> <small>OT</small> Sarlat
<b>151</b> <small>Montagne</small> Laruns Artouste
<b>159</b> <small>OT</small> Marseille

**We Like Travel** est une agence de communication spécialisée dans les médias sociaux et les acteurs du voyage/tourisme.

### Des ateliers à destination des pros :

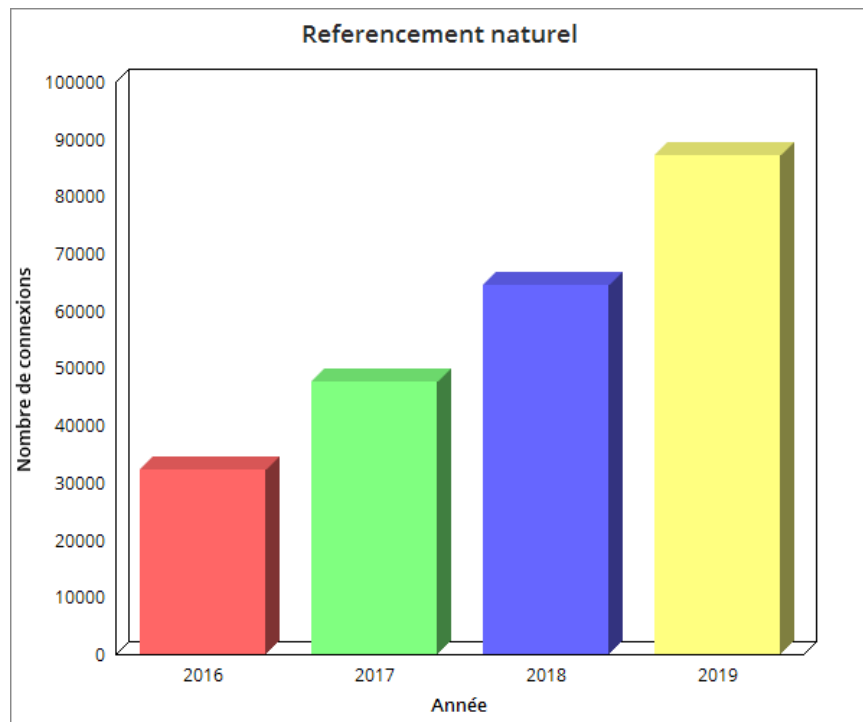
- Facebook niveau 1
- Facebook niveau 2
- **Instagram** ( nouveau )
- **La Photographie** ( nouveau )

A venir

- Référencement Naturel
- Google Adresse

# Stratégie Digitale : Site Internet

- 2 ans d'existence pour la marque Ardèche Hermitage
- 175 000 visiteurs en 2019
- Les Actualités comptabilisent + 40116 vues. Une stratégie éditoriale mise en place depuis 4 ans.
- Campagne notoriété sur nos vidéos Ah! J'aime en 2019 (266 000 vues )



# Stratégie Digitale : Site Internet

4 Nouvelles entrées thématiques : Esprit Terroir, Tous à Vélo, Eldorado de la Gourmandise, Vins et Vignobles de Vallée du Rhône.



J'ai envie :

de pédaler

Je reste :

Un week-end

Surprenez moi !

Stratégie Inbound marketing vise à **ATTIRER** de nouveaux prospects plutôt qu'à les solliciter via des messages promotionnels ou de la publicité.

# Stratégie Digitale : Gestion Relation Client

## ON PARLE DE VOUS !

- En 2019 : **12 newsletters** envoyées en lien avec les actualités du site internet.
- **7980 contacts grand public**
- 6 Newsletters grand public
- 6 Newsletters thématiques envoyées en fonction de l'intérêt du contact
- Les thèmes abordés:  
Vin-œnotourisme  
Vélo  
Gastronomie  
Bons plans



**Newsletter**

Découvrir Déguster Bouger Sortir Séjourner

**Ardèche Hermitage, L'Eldorado de la Gourmandise**

Laissez frémir vos papilles, la gourmandise sera au rendez-vous de vos repas de fêtes ! Découvrez nos suggestions gourmandes, des bonnes adresses sans oublier nos produits du terroir d'exception.

**Avant-première gourmande !**

Nous avons testé pour vous les bûches de Noël du **champion du monde de pâtisserie** et c'est un délice ! **Bastien Girard** ouvrira début Janvier la **Pâtisserie Intense** à Tournon en attendant vous pouvez passer commande pour vos repas de fêtes.

L'excellence dans vos assiettes ►

**Delas : une nouveauté à découvrir!**

**La Maison Delas** a ouvert les portes de son **nouvel écriin à Tain l'Hermitage**. Une nouvelle histoire s'écrit avec un site de production de 3000m<sup>2</sup> et un tout nouveau caveau contemporain.

Je découvre ►



# Stratégie Digitale : Gestion Relation Client

**Suivre l'actualité de votre OT : les outils**



**Flash infos** : envoi mensuel



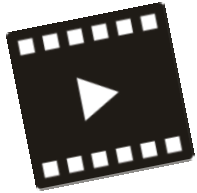
**Groupe facebook** :  
Ardèche Hermitage Tourisme : les pros



**Espace pro** du site internet



Envoi d'e-mails ou sms  
personnalisés ( enquêtes, sms  
disponibilités...)




## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**



J'ADORE LE  
VÉLO À  
ASSISTANCE  
ÉLECTRIQUE !

- Le marché du VAE est en plein boom
- Ardèche Hermitage est la destination vélo par excellence avec ses 2 voies vertes
- 0 défaut ! Il devient accessible à tous, pour se promener, faire ses courses...
- Il est recommandé par mon coach sportif pour faire + de sport !
- Je suis consciente des enjeux écologiques et j'aime les déplacements doux, le VAE c'est l'idéal! Chic, merci pour la planète !
- En plus j'ai vu qu'on pouvait le coupler avec le bateau, le train et le bus !

**Vite !! Où est-ce que je peux le trouver ?**

Go electric and bike!

oh...ead!

Ride  
Connecté  
20 e-bike trails in (from 20 to 80km)  
Ardèche-Hermitage

ARDÈCHE  
HERMITAGE  
TOURISME

23 km  
400W  
2h

The image shows two cyclists riding on a paved path through a lush, green landscape. The cyclist in the foreground is wearing a light blue long-sleeved shirt, black shorts, and a green helmet. The cyclist behind is wearing a pink shirt and a pink helmet. A large white 'oh...ead!' text is overlaid on the image, with the 'o' and 'h' being significantly larger than the rest. A black banner at the top right says 'Go electric and bike!'. In the bottom right corner, there is a map showing a trail route with numbered stops (1-8) and a distance of 23 km. Below the map, there are icons for battery level (400W) and time (2h). The Ardèche-Hermitage Tourism logo is in the bottom left corner.

***20 itinéraires sélectionnés en Ardèche Hermitage  
en vélo à assistance électrique  
en vente ici à tarif préférentiel ( F / GB )***



# RANDONNÉES

EN ARDÈCHE HERMITAGE

**Visez juste**  
pour vos randos !



[rando-ardeche-hermitage.fr](http://rando-ardeche-hermitage.fr)

Une **charte graphique** pour tous les itinéraires sport nature

Retrouvez **toutes les randos en téléchargement** (topo à imprimer + Traces GPS)

Tri par :

- **Activité** (rando, cyclo, VTT, VAE)
- **Difficulté**
- **Thématique**
- **Secteur**

Une **application mobile** en 2020 pour ne plus se perdre



overso



overso





## ACCUEIL HORS LES MURS – À la rencontre des voyageurs

En partenariat avec la **CNR** – Le triporteur apporte l'information touristique auprès des croisiéristes et des clientèles ViaRhône.

### Saison 2019 :

**Plus de 1000 contacts qualifiés**

**36 sorties** entre Juin et Septembre

**Lieux** : Viarhône ; Train de l'Ardèche ; Parkings de l'Ardéchoise

### Objectifs :

- Anticiper les besoins des voyageurs
- Instaurer un échange cordial
- Collecter de la données clients pour les fidéliser

*Possibilité de faire vivre la marque Ardèche Hermitage à l'extérieur sur des manifestations*



**Un produit gourmand 100 %  
made in Ardèche Hermitage**

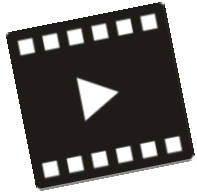
Une rencontre entre la **Biscuiterie PITOT** de Tain L'Hermitage  
et **DINATURE** de Colombier le Vieux.

Un sablé fourré à l'**abricot bio d'Ardèche** et composé d'ingrédients **100 % locaux** made in Ardèche.

**Un goodies dédié aux partenaires :**

Un goodies à offrir comme *produit d'accueil* à vos clients ou à *commercialiser*





## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**

# La taxe de séjour

**La taxe de séjour est affectée, conformément à la loi, au budget de l'Office de Tourisme et lui permet plus particulièrement :**

- ↪ D'améliorer les moyens de financement du développement touristique local ;
- ↪ De développer les services en termes d'accueil, de promotion touristique, d'actions marketing ... ;
- ↪ De développer la fréquentation touristique du territoire.

## La taxe de séjour en 2019, c'est :

- ✓ 238 hébergeurs actifs sur la plateforme
- ✓ 375 hébergements en activité
- ✓ 304 139 nuitées déclarées
- ✓ 163 237€ de taxe de séjour déclarés

## La taxe de séjour en 2020, c'est :

- ✓ Les mêmes tarifs qu'en 2019
- ✓ Une réforme qui vise à réduire les inégalités de classement
- ✓ Une 10<sup>ème</sup> catégorie d'hébergement créée

**Le rôle du Service Tourisme d'Arche Agglo est de :**

- ↪ Informer les hébergeurs concernant les modalités de collecte, paiement, classement ...
- ↪ Accompagner la saisie de la taxe de séjour sur la plateforme dédiée
- ↪ Assurer une veille juridique des avancées législatives de la taxe de séjour

## LA DEMARCHE QUALITE

### EXPERIENCE CLIENT/SATISFACTION CLIENT C'EST L'AFFAIRE DE TOUS !

Faire de **LA QUALITE**, c'est replacer **l'humain** au cœur du processus...  
C'est **VOUS** qui faites la **DIFFERENCE**



- Un client mécontent en parle à 10 autres... mais 1 500 personnes le savent

**AMBASSADEUR OU DETRACTEUR ?**

## OFFICE DE TOURISME : VITRINE DE LA DESTINATION

### SATISFACTION CLIENT La gestion des réclamations, des suggestions et des avis clients

 **theoletester** a écrit un avis le juin 2019  
Saint-Donat-sur-l'Herbasse, France • 127 contributions • 13 votes utiles

★★★★★

**Super**

C'est un super office du tourisme où l'accueil est excellent si vous voulez savoir quoi faire dans la région il faut y allez

Plus ▾

**Date de l'expérience :** avril 2018

👍 Utile ➔ Partager

← Répondez

 **Hélène DAMON**  
Local Guide · 32 avis · 11 photos

★★★★★ il y a 7 mois

J'aime cet endroit. L'emplacement, la vue sur le Rhône, les bateaux de croisières à quai. Puis l'établissement en lui même est magnifique. Le personnel très accueillant, beaucoup de doc sur les villes et villages des alentours. On repart avec les réponses à nos questions.

↩ Répondre 👍 J'aime

**NOS CANAUX DE COLLECTE (clients-Professionnels)**  
**NOS PISTES D'AMELIORATION (CLQ – Audits – PAC)**  
**NOS ENGAGEMENTS 2020 (NF-V&D –Accueil Vélo)**  
**les « PLUS » partenaires**





# Label Vignobles & Découvertes d'Hermitage en St Joseph

## Historique →

Le label a été déposé auprès d'Atout France en 2010

(à ce jour 17 Caves, 29 hébergements, 19 restaurants, 6 sites, 9 événements, 6 prestataires)

## But →

Il s'adresse à tous les acteurs du monde du vin du tourisme et du patrimoine viti-vinicole

## L'objectif →

- La mise en valeur touristique d'un caveau ou d'un site viticole
- L'hébergement et la restauration dans le vignoble
- La mise en réseau de l'Office de Tourisme avec les partenaires du territoire
- La promotion d'un produit œnotouristique par un évènement par exemple.



## Accords Mai & Vins

Durant tout le mois de mai mise en avant par une communication accrue sur notre site, sur les réseaux sociaux, et dans nos bureaux

Des activités proposées par les labellisés Vignobles & Découvertes

## Fascinant Week-end Vignobles & Découvertes

Orchestré par l'Office de Tourisme Ardèche Hermitage

Organisé par les professionnels labellisés

En collaboration avec le Comité Vin Auvergne Rhône Alpes pour la promotion

Se déroule sur un week-end d'octobre  
(du 15 au 18 octobre 2020)

Et qui existe sur notre territoire, depuis 2014.



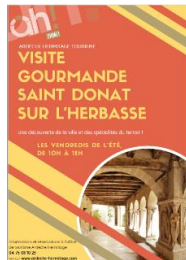
## Animations et visites : un territoire à vivre avec un grand AH !

- **Valoriser et innover**
- Mettre en avant le **territoire et ses acteurs**
- Proposer des **animations répondant aux attentes** des visiteurs (locaux et touristes) à l'aide des questionnaires de satisfaction
- Des **visites guidées** pour les groupes, tous public, sur réservation, toute l'année : *Tournon, Tain, Saint Donat, Boucieu-le-Roi ...*

*Plus de 700 personnes ont bénéficié de ces visites guidées (hors croisiéristes)*

- Avec votre implication, un positionnement sur toutes les périodes de **vacances scolaires et grands évènements** : *balade contée et visite gourmande, visite de producteurs, programmation estivale, semaine de l'Ardéchoise, Accords mai et vin, Fascinant Weekend, JEP, etc.*

*1989 personnes ont profité de ces sorties en 2019 (animations de l'OT)*



## AH! vous de jouer !

Rendez-vous sur ***ardeche-hermitage.com*** → ***espace pro*** → ***saisir sa manifestation en ligne***

### SAISIR SA MANIFESTATION EN LIGNE

Complétez le questionnaire ci-dessous afin de faire paraître votre manifestation sur l'agenda de l'Office de tourisme Ardèche Hermitage et le site internet ARCHE Agglo. Merci de saisir l'ensemble de vos informations. Il est impératif de fournir un visuel/photo de qualité suffisante pour chaque événement, en précisant l'auteur ou la source de l'image.

Dans un souci de qualité l'office de tourisme se réserve le droit de ne pas faire paraître un événement dans les cas suivant : information incomplète, absence d'image, image soumise à des droits, image de mauvaise qualité, manifestation à caractère politique, manifestation ne s'adressant pas au grand public et/ou public touristique, assemblées générales, vœux, rencontres sportives départementales et/ou régionales...

Accueil / Espace pro / Saisir sa manifestation en ligne

Nom de la manifestation \*

Importance de votre événement

Portée ⓘ \*

Participants attendus

Visiteurs attendus

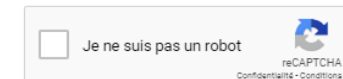
Adresse

Adresse 1 ⓘ

Adresse 2 ⓘ

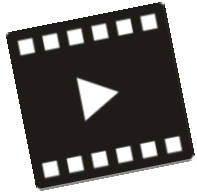
Adresse 3 ⓘ

Commune \*



Vous devez cocher la case "Je ne suis pas un robot" pour pouvoir enregistrer





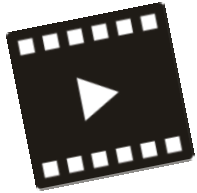
## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**

**Ah vous la parole....**



## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**

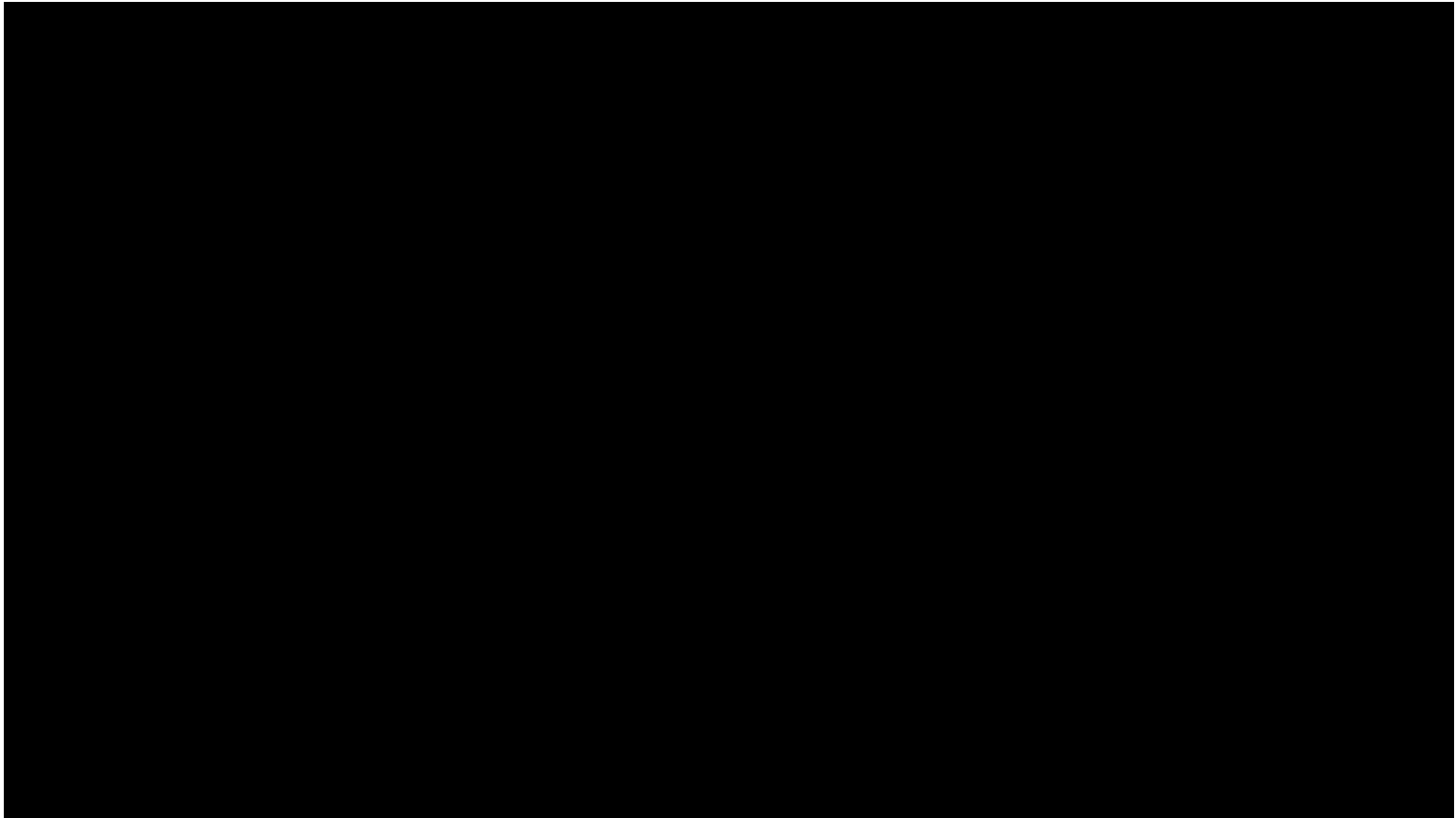


VALLÉE DE LA  
GASTRONOMIE  
— FRANCE —



---

## UN VOYAGE GOURMAND





## UN PROJET FÉDÉRATEUR

### UNE AMBITION PARTAGÉE ET UNE GOUVERNANCE MUTUALISÉE POUR CONSTRUIRE UNE NOUVELLE DESTINATION

- 3 grandes régions :
  - ✓ Auvergne-Rhône-Alpes
  - ✓ Bourgogne-Franche-Comté
  - ✓ Provence-Alpes-Côte d'Azur
  
- Périmètre :
  - ✓ 620km de Dijon à Marseille
  - ✓ Jusqu'à 45 min d'une sortie d'autoroute A6/A7





## RAPPEL DE LA STRATEGIE

*POSITIONNEMENT : «LE PARTAGE DE LA PASSION ET DE L'EXCELLENCE »*

➤ **VALEURS DE LA MARQUE :**

- ✓ Exigence et qualité
- ✓ Transmission et partage
- ✓ Convivialité et générosité
- ✓ Authenticité et plaisir
- ✓ Traditions et savoir-faire
- ✓ Découvertes et itinérance

➤ **OBJECTIFS :**

- ✓ Mettre en lumière l'exceptionnelle diversité de ce territoire
- ✓ Explorer la richesse des terroirs et gastronomies régionales
- ✓ Rencontrer des hommes et des femmes passionnés
- ✓ Proposer une sélection d'offres gourmandes et remarquables
- ✓ Mettre en valeur des savoir-faire locaux



## RAPPEL DE LA STRATEGIE

### LES CLIENTÈLES CIBLES

#### ➤ PRIORITAIRES

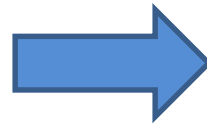
- ✓ Touristes de proximité
- ✓ Touristes franciliens
- ✓ Touristes européens de périphérie
- ✓ Touristes « long courrier »

#### ➤ SECONDAIRES

- ✓ Groupes
- ✓ Touristes d'affaires
- ✓ Jeunes « foodies »

#### ➤ UNE FORTE AMBITION INTERNATIONALE

- ✓ A moyen et long terme (d'ici 2025)
- ✓ Marchés prioritaires : UK, Belgique, Suisse, USA, Japon



#### ➤ ENJEUX :

- ✓ Elargir le panel d'offres et d'expériences
- ✓ Devenir un spot touristique français incontournable
- ✓ Rendre la destination accessible à **tous types de visiteurs**, que ce soit en terme de budget ou de profil (*familles, couples sans enfants, jeunes actifs, retraités...*)





## DES OFFRES ADAPTÉES À TOUS LES BUDGETS ET TOUTES LES ATTENTES



Une  
**collection  
d'expériences  
gourmandes remarquables,**  
à vivre au moins une fois  
dans sa vie

### Un socle riche d'offres gourmandes éligibles

- ▶ Restaurants et Auberges
- ▶ Caves et Domaines viticoles
- ▶ Producteurs et Artisans
- ▶ Évènements gourmands et Marchés de producteurs
- ▶ Lieux de visite
- ▶ Activités vins et gastronomie



## LES CRITÈRES DE SELECTION

### OFFRES GOURMANDES

- Activité touristique
- Valorisation produits locaux et/ou savoir-faire liés à la gastronomie, aux vins et aux produits du terroir
- Dans le périmètre
- Label - Réseau - Guide



### EXPÉRIENCES REMARQUABLES

- Activité touristique
  - Valorisation produits locaux et/ou savoir-faire
  - Dans le périmètre
  - Label - Réseau – Guide
- +
- Emotion / Poly sensorialité
  - Rencontre/Partage / Histoire
  - Immersion / Apprentissage
  - Personnalisation / Unique
  - Anglais



## LE COMITÉ D'AGRÉMENT

### ➤ **MISSION :**

- ✓ Sélection des expériences remarquables
- ✓ Sélection des offres gourmandes sans label : food tours, cours de cuisine, marchés/évènementiels

### ➤ **FONCTIONNEMENT :**

- ✓ Jury de 4 personnes tirées au sort
- ✓ Composition du jury inconnu avant et après délibération
- ✓ Présentation anonyme des offres
- ✓ 2 à 3 sessions par an : 1<sup>er</sup> Comité d'Agrément - Janvier 2020 / Prochain Comité - Avril 2020

### ➤ **COMPOSITION DU JURY (4 collègues) :**

- ✓ Professionnels du tourisme (hors thématique de la gastronomie)
- ✓ Agences de communication / événementiel
- ✓ Journalistes, auteurs, critiques gastronomiques
- ✓ Divers : enseignement, recherche, sites culturels, etc

43

→ **COMPOSITION** : plusieurs collègues en cours de définition mais hors thématique de la gastronomie



## CALENDRIER

- **24 Juin 2019** : lancement institutionnel auprès des professionnels
- **A date, nombre d'offres agréées :**
  - ✓ **30 expériences** remarquables : 10 par région
  - ✓ + de **200 offres gourmandes** (toutes catégories confondues) dont **60%** en Auvergne-Rhône-Alpes
- **En cours :**
  - ✓ Signature des contrat de sous-licence : offres gourmandes, expériences remarquables, organismes de promotion
  - ✓ Mise à disposition d'un kit de communication : logo + guide de marque + visuels génériques
- **1<sup>er</sup> semestre 2020**
  - ✓ Développement et qualification de l'offre : réunions territoires / Bourg-en-Bresse & Vienne
  - ✓ Conception des outils et supports de communication grand public : site web, contenus photos et vidéos....
- **2<sup>nd</sup> semestre 2020**
  - ✓ Actions de promotion-communication grand public : France/international
  - ✓ Relations presse
  - ✓ Accueils influenceurs



## FOCUS - ARDECHE HERMITAGE TOURISME

- **Office de Tourisme** : signature du contrat de sous-licence + mise à disposition du kit de communication
- **Moteur dans la destination** : groupes de travail, réunions d'information, qualification des offres...
- Offres agréés sur le territoire :
  - **Restaurants** : Le Tournesol, Du jardin à l'assiette, Auberge Monnet, Aux Sablettes
  - **Domaines viticoles** : Maison Chapoutier, Domaine Michelas St-Jemms, Cave de Tain
  - **Fêtes et manifestations** : Brigdefood sur le Rhône, Salon des Vins de Tain l'Hermitage
  - **Lieux de visite** : Cité du Chocolat Valrhona
  - **Activités vins & gastronomie** : Balade en buggy avec Terres de Syrah, Les Canotiers (Tournoi des 2 Rives)
- + **2 expériences remarquables** : Atelier vendanges- Michelas St Jemms & Matinée Travaux de la Vigne- Terres de Syrah
- Candidatez directement sur le site Internet [www.valleedelagastronomie.com](http://www.valleedelagastronomie.com) : « [Devenez<sup>45</sup> acteurs](#) »



**VALLÉE** DE  
LA  
**GASTRONOMIE**  
FRANCE

## CONTACTS

Offre – recrutement – déploiement :

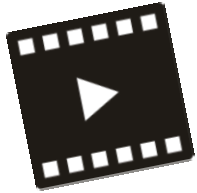
**Mélanie BARACHET**

[m.barachet@auvergnerhonealpes-tourisme.com](mailto:m.barachet@auvergnerhonealpes-tourisme.com)

Coordination-pilotage de la destination

**Fatima FASKA**

[fatima.faska@auvergnerhonealpes.fr](mailto:fatima.faska@auvergnerhonealpes.fr)



## Projection des nouvelles vidéos



Ces vidéos sont à la disposition de **tous les professionnels du territoire.**

Elles ont été réalisées en collaboration avec la **société Fargo.**

# Merci pour votre attention

