

Zoom sur une initiative

TOURISME METROPOLITAIN & TERRITOIRES DES VALEURS À AJOUTER

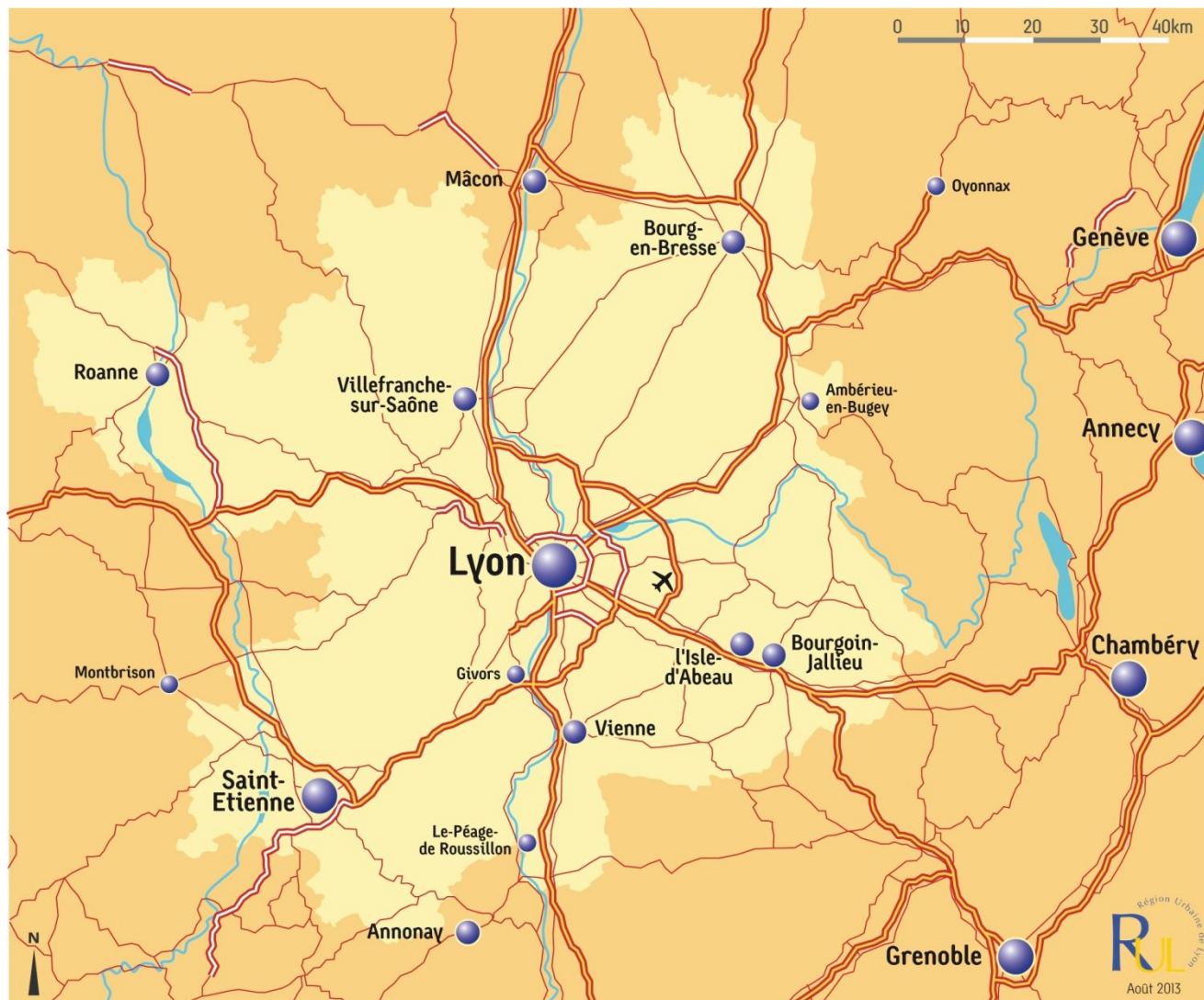
Véronique Guillot – Responsable Pôle Tourisme et Loisirs à CAP 3B

Alison Lacroix - Chargée de mission Tourisme à la Région Urbaine de Lyon



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

Le territoire de la Région urbaine Lyonnaise



2013
innov rural

VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

Région Urbaine de Lyon
RUL

Cap 3B
Bassin de Bourg-en-Bresse
nos projets prennent vie

Le territoire touristique ...



Cultivons les liens !



La démarche Tourisme Métropolitain

OBJECTIFS:

Favoriser l'interconnaissance et co-produire des offres touristiques métropolitaines innovantes et différenciantes, en s'appuyant sur les caractéristiques propres et la grande diversité des territoires qui forment la région urbaine lyonnaise

EMERGENCE:

2002: Forum « Des loisirs de proximité au tourisme »

→ Continuum entre loisirs de proximité et tourisme et importance de la clientèle de proximité

2003-2005: Forum « Les territoires qui font la métropole »

→ Mettre en avant les sites, lieux, projets qui contribuent au rayonnement de la région urbaine de Lyon : tourisme/patrimoine/événement culturel

2005: Lancement produit touristique Utopies Réalisées (opération pilote)

→ Intérêts de la mise en réseau: dépasser la simple juxtaposition, raconter une nouvelle histoire, mutualisation, accroître la visibilité...



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



Partenaires - Enjeux et intérêts

QUI ?

Menée en étroite collaboration avec la Mission d'Ingénierie de Rhône-Alpes Tourisme, le démarche réunit: les Offices de tourisme du territoire et les services Tourisme des collectivités partenaires

Grand Lyon, St Etienne Métropole, Vienn'agglo, Bourg-en-Bresse Agglomération, Roannais, Villefranche Beaujolais, Monts et Coteaux du Lyonnais

QUEL EST (OU QUELS SONT) LES ENJEUX?

- Diversité et complémentarité
- Démarche innovante et de progrès pour chaque territoire
- Bénéficiaire et faire bénéficier des flux de clientèles
- Un frein : réussir à faire passer le message de l'intérêt de cette échelle de coopération et de mutualisation



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



Méthodologie: une démarche en 3 temps

1^{ER} SÉMINAIRE – avril 2011

- ✓ Objectif : mettre en exergue le potentiel touristique d'un espace métropolitain
- ✓ Résultats : 150 idées exprimées et création d'un cadre de référence sur les valeurs du territoire

2ND SÉMINAIRE – novembre 2012

- ✓ Objectif : poursuivre et affiner le travail de créativité autour de 4 thématiques caractéristiques (la gastronomie, l'eau, le textile et le chocolat)
- ✓ Résultats : 20 idées d'offres touristiques à partir desquelles 3 projets ont été conçus pour être mis en œuvre prochainement...

3^{ÈME} SÉMINAIRE - déc 2013

- ✓ Objectifs : mise en œuvre opérationnelle des 3 projets d'offres touristiques en rassemblant les potentiels porteurs de projet du territoire



Présentation des 3 projets



Explorer d'une manière singulière des milieux aquatiques inconnus, inattendus dans une région fortement urbanisée, comme les îles, les zones humides ou les gravières.

Découvrir le secteur du transport fluvial de marchandises et favoriser la rencontre et l'échange avec les professionnels de ce milieu.



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



Bourg en Bresse et le Calendrier gourmand ...



Proposer des découvertes sensibles et singulières des produits de terroir, au fil des saisons. L'expérience couvrira les différentes facettes de la vie du produit (production, transformation, dégustation, valorisation) et sera ré-enchantée par une interprétation artistique du produit.

BOURG-EN-BRESSE ET SES TERROIRS...

Une longue histoire avec la gastronomie, une A.O.C. Volaille de Bresse, d'où la volonté de s'appuyer sur des événements connus et reconnus « Les Glorieuses » de Bresse pour s'inscrire dans le calendrier des expériences gourmandes. Pour réussir pleinement cette démarche il faut réussir le travail en cours sur l'hybridation qui passe aussi par la créativité.



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !



Les enseignements « villes-campagnes »

Contribution de l'action au lien urbain-rural

- Valorisation des terroirs : Bresse, Dombes, Revermont.....
- Complémentarité des différents acteurs, intégration dans le projet de partenaires :
 - ✓ Fermandises, Etik'table
 - ✓ Les temps chauds
 - ✓ Les vins du Bugey, l'œnologie

Bénéfices de l'action sur les dynamiques de coopération urbain-rural ?

- Réel effet levier pour ajouter des « contenus », du lien et de la cohésion, renouveler l'offre



VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !





Développement rural
Rhône-Alpes

www.caprural.org

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

TOURISME METROPOLITAIN & TERRITOIRES DES VALEURS À AJOUTER

Véronique Guillot – Responsable Pôle Tourisme et Loisirs à CAP 3B

Alison Lacroix - Chargée de mission Tourisme à la Région Urbaine de Lyon



2013
innov rural

VILLES - CAMPAGNES
Cultivons les liens !

