



Le projet de la Vallée de la Gastronomie®, a pour vocation de fédérer les professionnels du tourisme autour d'une destination touristique gourmande expérientielle d'intérêt mondial allant de Dijon à Marseille. Riche de ses gastronomies régionales authentiques et à la recherche permanente de l'excellence, cette destination offrira des expériences gourmandes à partager, dans un environnement patrimonial de grande qualité.



1 Opportunité : Faire de la reconnaissance Unesco du « Repas gastronomique des Français » un levier de développement économique.

1 Objectif : *Créer une destination gourmande qualitative d'intérêt mondial basée sur l'expérience poly sensorielle*



Vallée de Dijon à Marseille - Projets situés à 45 minutes maximum d'une sortie d'autoroute A6/A7

Le positionnement : « *Le Partage de la Passion et de l'Excellence* »

Les objectifs de cette nouvelle destination :

- ✓ **Fédérer le réseau d'acteurs :** Mobiliser l'écosystème autour de portes d'entrée structurantes, mutualiser les moyens et les flux de visiteurs (renvoi d'un site à l'autre, diffusion sur le territoire).
- ✓ **Dynamiser une attractivité 360 ° :** mise en cohérence de l'offre (au-delà des frontières administratives) pour bâtir une véritable vitrine valorisant les territoires et les savoir-faire et révélant les spécificités des différents terroirs de la destination.
- ✓ **Renouveler l'offre gourmande :** Répondre aux aspirations des visiteurs avec de nouvelles offres plus personnalisées et une approche participative.
- ✓ **Renforcer l'envergure internationale :** Être identifiable à l'international y compris sur les cibles lointaines



Les valeurs de la Vallée de la Gastronomie :

- ✓ Qualité et authenticité des produits / services proposés
- ✓ Fierté : d'appartenance au territoire (du patrimoine, des paysages, des produits, des savoir-faire, etc)
- ✓ Pédagogie et partage avec les visiteurs (relations humaines riches, création de liens)
- ✓ Convivialité et confiance : condition d'un accueil sincère
- ✓ Générosité des produits et de l'accueil

La stratégie de la destination est construite sur 2 volets :

- **Un socle d'offres existantes et qui peuvent, sur demande, être agréées Vallée de la gastronomie** (sous réserve de quelques critères – en construction)
- **Une collection d'expériences remarquables** à vivre une fois dans sa vie, et qui rendront la destination unique. Il s'agit surtout d'aller chercher de nouvelles offres. Cette collection constituera la vitrine de la destination et son caractère différenciant au niveau international.



Cibles clientèles

Cibles prioritaires

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

Cibles secondaires :

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



Membres du comité de pilotage au 09/05/2019

- Atout France.
- Région Bourgogne-Franche-Comté, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme, Dijon Métropole, Groupe Bernard Loiseau, Destination Dijon
- Région Auvergne-Rhône-Alpes, Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Institut Paul Bocuse, Métropole de Lyon, Only Lyon Tourisme, Valence en Gastronomie, Groupe PIC,
- Région Sud-Provence-Alpes-Côte d'Azur, Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme, Provence Tourisme, Vaucluse Provence Attractivité, Avignon Tourisme

