

2019 - Compte Rendu réunion No 1

Objet : Réunion Club Adhérents

"temps d'échanges sur vos attentes et projets au sein d'un territoire commun"

Référence	OT	CB/LCB/IE	CR	1	CB	04	03	19
	Site	Auteur	Type	Numéro	Révision	Jour	Mois	Année

Date	04/03/2019		
Heure	15h		
Lieu	Château de Suze-La-Rousse		
Présents	Société	Nom	Initiales
	OTIDSP	Céline Bal	CB
	OTIDSP	Laura Combrié	LCB
	OTIDSP	Isabelle Erard	IE
	S2L Location de linge-blanchisserie	Fabien Racodon	
	Camping de la Colline	Marie-Claude Cantone	
	Baume Vé'Loc	Hervé Martinat	
	Le Comptoir de Mathilde	Sandra Alignan	
	Les Amis du Vieux Donzère	M. et Mme Brunel	
	Le Musée de la Figurine	Marc Rousseau	
	Le Temps des Jardins	Sylvie Baland et Sophie Massard	
	Les Rouvières / Trufficulture / OTI DSP / C.A	Pierre Barnier	
	Châteaux de la Drôme	Florent Turello et Pierre Guiral	
	Université du Vin	Lisa Vanon	
	OTI DSP / C.A	Denis Prunier	
Excusés	Le Mas Théo	Laurent Clapier	
	Lodges en Provence	Richard Cavalezy	
	Domaine d'Eyguebelle	Caroline Courtaliac	
	Moult Anim	Noëlle Raoux	
	Palais des Bonbons et du Nougat	Sébastien Monteillet	
Préparé / Vérifié			
Distribution	<i>Participants</i>		

	Article	Action par	Date
1		LCB	

	<p>Atelier « commercialiser aujourd'hui »</p> <p>Présents à l'atelier : Hervé Martinat (Baume Véloc'), Florent Turello (Châteaux de la Drôme), Lisa Vanon (Université du Vin), Pierre Barnier (Les Rouvières), Denis Prunier (Maison de la Truffe et du Tricastin), Nathalie Cantone (Camping de la Colline)</p> <p>Ensemble des participants pour une cohésion et une cohérence territoriales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Volonté générale d'échanger/de collaborer avec les différents acteurs du tourisme locaux (Drôme Sud Provence) et régionaux (Drôme Provençale). - Trouver comment capter la clientèle de la Ferme aux Crocodiles (familles) et la rediriger vers les autres sites du territoire (et inversement). - Professionnels partants pour trouver une identité commune afin d'axer une partie de leur communication et leurs produits touristiques sur une thématique précise et un public ciblé. Public des familles régulièrement cité. <p>Commercialisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Problématique de la vente de séjours packagés soulignée (plusieurs prestations assemblées). Réponse claire : pas de vente possible si structure pas immatriculée Atout France. - Volonté générale de travailler en collaboration avec l'OTI afin d'intégrer des offres packagées. - Question de la création d'offres packagées au niveau de la région Drôme Provençale. Problème quant à la lisibilité des offres à la vente : l'association Destination Drôme Provençale n'a pas vocation à vendre des séjours. Problématique en cours de réflexion entre les 5 OT et Destination Drôme Provençale. <p>Attentes des adhérents envers l'OTI :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offrir plus de visibilité notamment via les nouveaux outils de communication développés. - Impulser une interactivité entre les différents acteurs touristiques du territoire notamment via des échanges et rencontres. 		
2	<p>Atelier « actions mutualisées »</p> <p>Présents à l'atelier : Sandra Alignan (Le Comptoir de Mathilde), Sylvie Baland et Sophie Massard (Le Temps des Jardins), Marc Rousseau (le Musée de la Figurine).</p> <p>Synthèse :</p>	CB	

	<p>Besoins exprimés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en réseau des adhérents de l'OTI - Accompagnement au développement - Relai d'information sur les événements du territoire et inclure les associations - Promotion/Animation du territoire <p>Difficultés rencontrées</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visibilité inégale des différentes communes du territoire, ex : Tulette éloignée de l'autoroute - Trouver des contacts à propos de certaines thématiques (ex : bourse aux dépliant) - Manque d'identification > problème de signalétique <p>Idées d'actions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en réseau <ul style="list-style-type: none"> o Création d'une plateforme/intranet pour centraliser les informations/contacts utiles et faciliter les échanges entre les adhérents o Organiser des temps de rencontres : ateliers, réunions... o Créer un lieu d'échange - Accompagnement au développement <ul style="list-style-type: none"> o Communication digitale des adhérents (site web et réseaux sociaux) avec redirection vers autres adhérents dans rubrique « aux alentours » - Relai d'information <ul style="list-style-type: none"> o Forum des associations : pas d'activités et peu de relai de la part des mairies o Remonter les informations des manifestations au niveau régional - Promotion/Animation du territoire <ul style="list-style-type: none"> o Créer des circuits o Proposer des éductours aux guides et autocaristes o Imaginer des événements thématiques dans les grandes villes sur les ailes de saison afin de dynamiser le territoire pendant la saison creuse (ex : Le Fascinant Week End) o Référencement web performant (devant DDP) 		
3	<p>Atelier « cohésion et identité du territoire »</p> <p>Participants : Fabien Racodon, M et Mme Guy Brunel, Pierre Guiral</p> <p>Synthèse :</p> <p>Ne pas créer une identité unique mais différents thèmes sur plusieurs zones du territoire</p> <ul style="list-style-type: none"> . Jouer la complémentarité avec les sites extérieurs au territoire (mais limitrophes) . Trouver des caractéristiques, mettre en place des circuits thématiques . Identifier les différentes catégories de tourisme (culturel, vert, sport loisirs....) en s'adaptant au territoire 	IE	



Office de Tourisme Drôme Sud Provence

	<ul style="list-style-type: none">. Proposer des circuits avec arrêts chez partenaires-adhérents des différents villages tu territoire (type randonnées gustatives, apéritifs regroupant différents prestataires). Vendre une qualité de vie (alliage vin/truffe par exemple)		
	Fin de la réunion à 16h30		
	<p style="text-align: center;">Prochaine réunion :</p> <p style="text-align: center;"><u>A définir</u></p>		

Vérfifié : CB