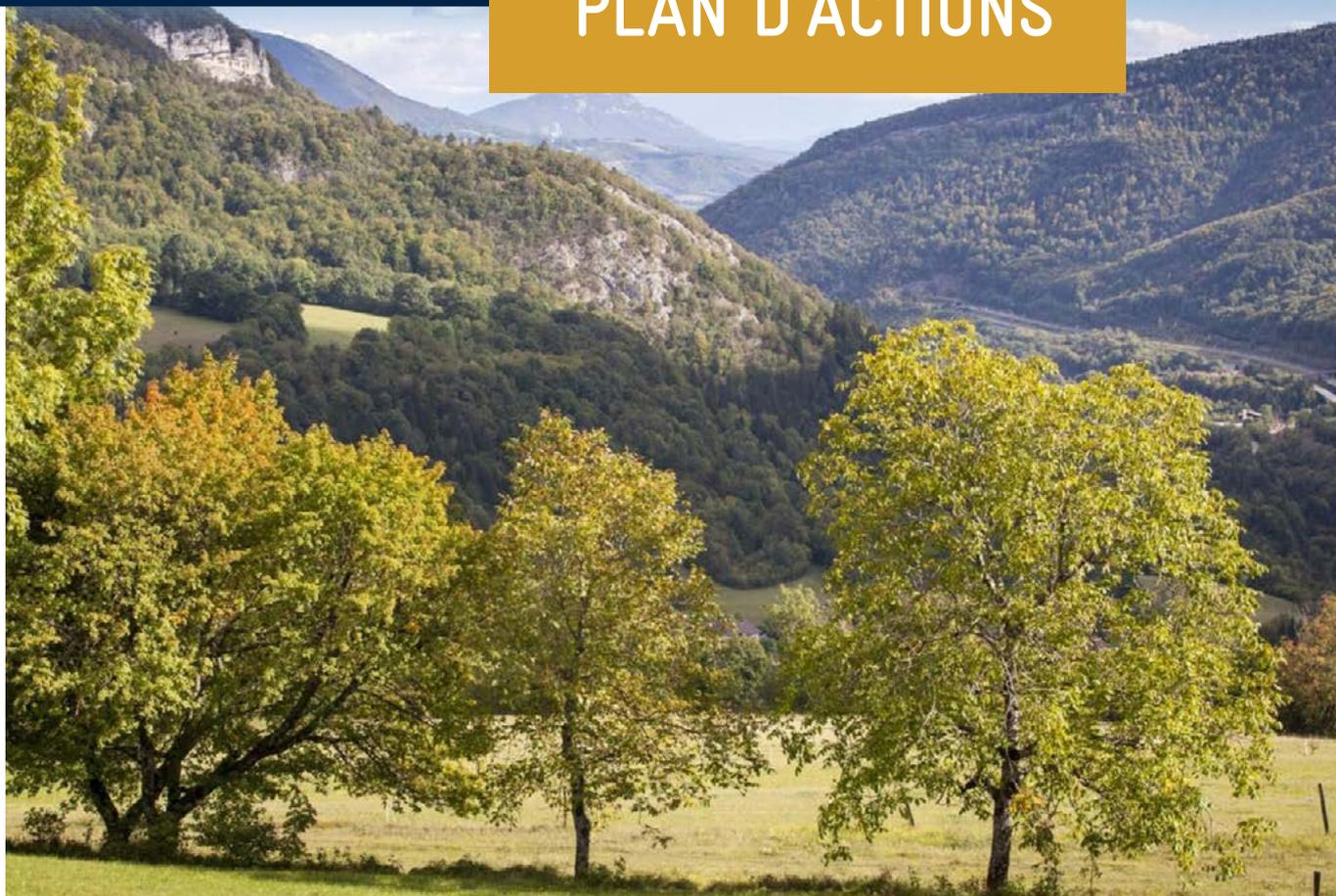


# Schéma de développement touristique 2021-2026

de la Communauté de communes  
du Pays Bellegardien

## PLAN D' ACTIONS





### Le positionnement touristique du Pays Bellegardien

Une signature touristique identique à celle initiée lors  
du précédent schéma :

« Terre Valserine,  
purement Jura »



### Une ambition réajustée pour 2026 :

Un territoire **VISIBLE** et **IDENTIFIABLE**, perçu comme une  
**DESTINATION CONNUE** et reconnue.

**ATTRACTIF** et **AUTHENTIQUE**, **RESSOURÇANT** et **RASSURANT** :  
un territoire **REFUGE** à découvrir.

**ACCÉLÉRATEUR DE TRANSITION** pour la **DIVERSIFICATION**  
touristique : une **DESTINATION OUTDOOR** multifacettes.

# LES CLIENTÈLES CIBLES

	CIBLES ET PROFIL	MOTIVATIONS, BESOINS	PRODUITS TYPES
	<b>Les habitants du territoire</b> Familles, groupes d'amis	Sortir du cadre quotidien Se distraire dans des lieux proches, accessibles	» Balades » Découvertes » Dinoplagne » Projet Village de marques
	<b>Les habitants des grandes et moyennes agglomérations proches</b> (1h environ)	A la recherche de ressourcement et de ludique à la journée : air pur / sportif, ludique / récréatif / découverte des richesses de la nature	» Balades » produits découverte » Dinoplagne » Projet Village de marques » Evènementiel
	<b>Les clientèles en séjour sur Lyon, Mâcon, Bourg-en-Bresse</b>	A la recherche d'une excursion en dehors de la ville	» Balades » produits découverte » Dinoplagne » Projet Village de marques » Evènementiel
	<b>Les clientèles nationales en courts séjours de 2 à 5 jours</b> Familles, groupes d'amis	A la recherche d'une destination ressourçante et ludique à découvrir en famille ou entre amis	» Hébergements de charme » Balades thématiques, produits découverte » Dinoplagne » Projet Village de marques » Evènementiel
	<b>Les cyclotouristes, VTTistes et randonneurs à pied, itinérants</b> en halte 1 nuit	A la recherche d'une halte accueillante	» Hébergement pratique » Décor dépaysant » Accueil de grande qualité

## Zoom sur les clientèles hiver :

	CIBLES ET PROFIL	MOTIVATIONS, BESOINS	PRODUITS TYPES
	<b>La famille des « 1<sup>ère</sup> fois à la montagne »</b>	Une clientèle plutôt familiale à qui l'on va proposer de vivre, ensemble et en toute sécurité, des premières vacances à la montagne	» Découverte facile et accessible de la montagne et de ses activités en famille
	<b>La famille des « voyageurs découvreurs »</b>	Rejetant le tourisme « standardisé » et organisé, et venant en séjour ou en itinérance	» Découvrir des grands espaces, une nature riche et colorée » Des traditions et de l'authenticité
	<b>La famille « esprits nordiques »</b>	Loin de la ville et du stress au quotidien	» Un cadre naturel préservé et des « activités typées », qui dynamisent le corps, tout en apaisant l'esprit

# LE PLAN D' ACTIONS ET LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Trois grands axes structurés autour de l'offre, des aménagements et des services, du parcours client et de l'identité collective.



## AXE 1

### TERRE VALSERINE PUREMENT NATURE

*Renforcer notre positionnement de territoire privilégié et innovant pour la pratique des activités de pleine nature (APN) en lien avec la stratégie montagne de l'Ain*

## AXE 2

### TERRE VALSERINE ACCUEIL ET HOSPITALITÉ

*Améliorer l'accueil et l'expérience du visiteur sur notre territoire*

## AXE 3

### TERRE VALSERINE PERFORMANCE DU COLLECTIF

*Développer les synergies entre acteurs, autour de l'expertise de l'Office de tourisme*

Une déclinaison opérationnelle en **28 ACTIONS** :

## AXE 1 Terre Valserine - PUREMENT NATURE

**Renforcer notre positionnement de territoire privilégié et innovant pour la pratique des APN, en lien avec la stratégie moyenne montagne de l'Ain.**

### »»»» ORGANISER LES LIEUX DE PRATIQUES EN FONCTION DE LEURS SPÉCIFICITÉS AFIN DE PROPOSER UNE OFFRE D'EXCELLENCE ET UNE EXPÉRIENCE À VIVRE

- 1 - Ouverture du site de Dinoplagne
- 2 - Structuration de l'offre VTT
- 3 - Développement de pratiques ludiques autour du VTT à Giron\*
- 4 - Développement de pratiques ludiques autour du VTT à Menthnières\*
- 5 - Structuration et soutien aux événementiel de l'offre trail & marche nordique
- 6 - Rénovation du parcours de Course d'Orientation existant\*
- 7 - Lancement d'une étude de faisabilité pour la création de parcours de CO thématiques
- 8 - Participation au réseau Montagnes de l'Ain sur la structuration d'autres activités de pleine nature
- 9 - Intégration à la démarche sur le développement des activités d'eaux vives portée par Rivières Sauvages\*
- 10 - Accompagnement des privés pour la structuration de la filière vol libre et qualification des espaces de pratique
- 11 - Recqualification des parkings des entrées de stations et des équipements de base\*
- 12 - Gestion et valorisation des aires de repos le long de l'axe départemental RD 1084\*

### >>>> RENFORCER LA DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE EN ITINÉRANCE

- 13 - Développement de l'offre d'itinérance autour de la Via Rhôna
- 14 - Développement de l'offre d'itinérance autour de la Via Valserina
- 15 - Liaison lac de Nantua-Valserhône\*
- 16 - Création de nouveaux itinéraires de sentiers de randonnée
- 17 - Poursuite de l'entretien des sentiers de randonnée
- 18 - Poursuite de la valorisation des points de vue majeurs

## AXE 2 Terre Valserine - ACCUEIL ET HOSPITALITÉ

### *Améliorer l'accueil et l'expérience du visiteur sur notre territoire*

#### >>>> INNOVER DANS LES SERVICES PROPOSÉS AUX VISITEURS

- 19 - Développement de supports d'interprétation patrimoniaux
- 20 - Aménagement du sentier d'interprétation d'Arlod au belvédère des Lades

#### >>>> METTRE EN SCÈNE LE TERRITOIRE

- 21 - Soutien aux événements et animations en accord avec le positionnement et les APN
- 22 - Développement de la connaissance de l'offre touristique par les habitants

## AXE 3 Terre Valserine - PERFORMANCE DU COLLECTIF

### *Développer les synergies entre acteurs, autour de l'expertise de l'Office de tourisme*

#### >>>> POURSUIVRE LE TRAVAIL DE POSITIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME, LIEU RESSOURCE POUR LE TERRITOIRE

- 23 - Proposition d'éducteurs à destination des professionnels et des partenaires
- 24 - Configuration nouveaux locaux OT
- 25 - Accueil Hors les Murs : Mise en œuvre OT mobile
- 26 - Accueil Hors les Murs : Capitaliser sur l'ouverture du Village des marques

#### >>>> DÉVELOPPER LES OUTILS COMMUNS OFFICE / SOCIO-PROFESSIONNELS

- 27 - Création d'offres partenariales\*

#### >>>> ÉVALUER LES ACTIONS DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- 28 - Mise en place d'un observatoire territorial

---

\*action portée par un partenaire de la CCPB

## NOUS CONTACTER



Communauté de communes du Pays de Bellegarde  
35 rue de la poste, Châtillon-en-Michaille  
01200 VALSERHÔNE  
+33(0)4 50 48 19 78 // [info@ccpb01.fr](mailto:info@ccpb01.fr)  
[www.ccpb01.fr](http://www.ccpb01.fr)



94 impasse de la Roselière, ZA du Terraillet  
73 190 SAINT-BALDOPH  
04 79 65 24 07 // [contact@atemia.org](mailto:contact@atemia.org)  
[www.atemia.org](http://www.atemia.org)