



COMMUNAUTE DE COMMUNES DE DINAN

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE STRATÉGIE ET PLAN D'ACTION

PARTIE 2 – FICHES ACTION

13 mai 2009



PROTOURISME

Membre du
-Géfil-

Protourisme – Attitude Conseil

Place Albert Einstein - PIBS – CP 57 - 56038 Vannes
Cedex

Tél : 02 97 47 37 27 -Fax : 02 97 54 06 46
vannes@protourisme.com
www.protourisme.com



PREAMBULE

Depuis mars 2008, la CODI - Communauté de Communes de Dinan - et l'Office de Tourisme de Dinan, Pays de Rance travaillent conjointement à l'élaboration de leur premier schéma de développement touristique ayant pour vocation la mise en œuvre d'une stratégie et d'un plan d'action touristique qui s'étendra jusqu'à l'horizon 2012.

Méthode de travail :

La CODI et l'Office de Tourisme de Dinan, Pays de Rance ont choisi de réaliser l'état de lieux et le diagnostic du territoire en interne. Cette phase a été menée via une démarche participative associant élus, professionnels du tourisme, représentants du monde associatif, culturel et économique, et techniciens des différentes institutions touristiques départementales et régionales. 9 ateliers ont ainsi eu lieu entre avril et juillet 2008.

PROTOURISME a été missionné par la CODI pour intervenir sur la seconde phase du schéma : la stratégie et le plan d'action.

Le souhait de la CODI étant de mener une démarche participative, la stratégie et le plan d'actions ont été bâtis avec les élus et les techniciens de la CODI et de l'Office de Tourisme, les acteurs du territoire et les partenaires institutionnels.

Le document ci-après présente la seconde partie de l'étude : le plan d'action.

- A. Présentation des actions
- B. Les fiches actions
- C. Le calendrier
- D. La gouvernance

SOMMAIRE PARTIE 2 – PLAN D’ACTION

A – PRESENTATION DES ACTIONS p. 5

B – LES FICHES ACTIONS p. 9

AXE 1 : AMELIORER L’ACCUEIL ET L’OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE		
Action 1.1	Réactualisation et extension du schéma de signalisation touristique, en conformité avec la directive départementale	p.10
Action 1.2	Mise en œuvre du schéma de circulation et de stationnement de Dinan	p.11
Action 1.3	Amélioration du cadre urbain de l’agglomération de Dinan	p.12
Action 1.4	Amélioration de l’accessibilité pour tous	p.13
Action 1.5	Amélioration des campings	p.14
Action 1.6	Poursuite des aménagements d’aires d’accueil pour camping-cars et réglementation de leur stationnement	p.15
Action 1.7	Développement des transports collectifs et de l’intermodalité	p.16
Action 1.8	Développement du tourisme d’affaires (colloques, séminaires ...)	p.17
Action 1.9	Sensibilisation des professionnels aux impératifs d’adaptation et de professionnalisation	p.18
Action 1.10	Etude de valorisation touristique et culturelle du château et des tours de Dinan	p.20
Action 1.11	Valorisation et interprétation du patrimoine	p.21
Action 1.12	Mise en réseau et optimisation des sites de visite, création d’un pass inter-sites et création d’une carte ambassadeur pour les habitants	p.23
Action 1.13	Développement et coordination d’un programme d’animations annuel	p.25
Action 1.14	Politique d’accueil d’événementiels	p.27
AXE 2 – STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D’ART ET L’OFFRE LOISIRS / NATURE		
Action 2.1	Finalisation du projet de Conservatoire des métiers d’arts rares	p.28
Action 2.2	Structuration de la filière métiers d’art	p.29
Action 2.3	Réactualisation du plan randonnées	p.31
Action 2.4	Mise en œuvre d’une politique vélo	p.33
Action 2.5	Développement du tourisme fluvial et des activités liées à l’eau	p.35
Action 2.6	Développement des équipements de loisirs ludiques et des animations pour les familles	p.37
Action 2.7	Renforcement des animations et événements sportifs et de pleine nature	p.38

AXE 3 – RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ		
Action 3.1	Organisation de la politique de communication	p.39
Action 3.2	Elaboration d'un plan marketing et création d'une marque et/ou d'une signature à vocation touristique	p.41
Action 3.3	Amélioration des supports et outils de communication et d'information	p.43
Action 3.4	Renforcement des actions de promotion et de commercialisation	p.44
Action 3.5	Renforcement des partenariats extérieurs	p.45
Action 3.6	Renforcement de la communication interne	p.46
AXE 4 – COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE		
Action 4.1	Recrutement d'un chargé de mission tourisme	p.48
Action 4.2	Observation de l'activité touristique	p.49
Action 4.3	Suivi et évaluation du schéma de développement touristique	p.50

C – LE CALENDRIER

p.51

D – LA GOUVERNANCE

p.56

A. PRESENTATION DES ACTIONS

AXE 1 : AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE

A – Améliorer l'accueil des visiteurs

Actions	Description
<i>Circulation / signalisation touristique</i>	
Action 1.1	Réactualisation et extension du schéma de signalisation touristique, en conformité avec la directive départementale
Action 1.2	Mise en œuvre du schéma de circulation et de stationnement de Dinan
<i>Cadre général, cadre urbain, accessibilité</i>	
Action 1.3	Amélioration du cadre urbain de l'agglomération de Dinan
Action 1.4	Amélioration de l'accessibilité pour tous
<i>Hébergements touristiques</i>	
Action 1.5	Amélioration des campings
Action 1.6	Poursuite des aménagements d'aires d'accueil pour camping-cars et réglementation de leur stationnement
<i>Transports collectifs – intermodalité</i>	
Action 1.7	Développement des transports collectifs et de l'intermodalité
<i>Clientèles spécifiques</i>	
Action 1.8	Développement du tourisme d'affaires (colloques, séminaires ...)
<i>Professionnalisation</i>	
Action 1.9	Mise en place de formations à destination des acteurs du tourisme

B – Améliorer l'offre patrimoniale et culturelle

Actions	Description
<i>Mise en tourisme et mise en scène du patrimoine</i>	
Action 1.10	Etude de valorisation touristique et culturelle du château et des tours de Dinan
Action 1.11	Valorisation et interprétation du patrimoine
<i>Mise en réseau de sites de visites</i>	
Action 1.12	Mise en réseau et optimisation des sites de visite, création d'un pass inter-sites et création d'une carte ambassadeur pour les habitants
<i>Animations culturelles et événementiel</i>	
Action 1.13	Développement et coordination d'un programme d'animations annuel
Action 1.14	Politique d'accueil d'évènementiels

AXE 2 – STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET L'OFFRE LOISIRS / NATURE

A – S'affirmer comme un pôle des métiers d'art

Actions	Description
Action 2.1	Finalisation du projet de Conservatoire des métiers d'arts rares
Action 2.2	Structuration de la filière métiers d'art

B – Faire émerger une véritable offre de loisirs / nature

Actions	Description
<i>Randonnées</i>	
Action 2.3	Réactualisation du plan randonnées
<i>Vélo</i>	
Action 2.4	Mise en œuvre d'une politique vélo
<i>Equipements de loisirs et animation</i>	
Action 2.5	Développement du tourisme fluvial et des activités liées à l'eau (activités nautiques, fluviales, piscines et points de baignades, pêche, ...)
Action 2.6	Développement des équipements de loisirs ludiques et des animations pour les familles
Action 2.7	Renforcement des animations et évènements sportifs et de pleine nature

AXE 3 – RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ

Actions	Description
Action 3.1	Organisation de la politique de communication
Action 3.2	Elaboration d'un plan marketing et création d'une marque et/ou d'une signature à vocation touristique
Action 3.3	Amélioration des supports et outils de communication et d'information
Action 3.4	Renforcement des actions de promotion et de commercialisation
Action 3.5	Renforcement des partenariats extérieurs
Action 3.6	Renforcement de la communication interne (en direction des acteurs du tourisme, des partenaires et des habitants)

AXE 4 – COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Actions	Description
Action 4.1	Recrutement d'un chargé de mission tourisme
Action 4.2	Observation de l'activité touristique
Action 4.3	Suivi et évaluation du schéma de développement touristique

B. LES FICHES ACTION

AXE 1		AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE	
Action 1.1	Réactualisation et extension du schéma de signalisation touristique, en conformité avec la directive départementale		
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer		
JUSTIFICATIF	<p>Le visiteur qui arrive sur un territoire recherche avant tout la facilité d'accès à l'information et à l'offre touristique (sites de visites, port, ateliers des métiers d'art, hébergements, ...). Plus le séjour est de courte durée, plus le besoin d'une information immédiate et adaptée est fondamental pour satisfaire le visiteur, qui souhaite se situer dans l'espace et dans le temps.</p> <p>Dans un souci d'information et d'accueil optimal des clientèles, la signalétique touristique de la CODI devra être réactualisée et harmonisée en cohérence avec la politique, en la matière, du Pays Touristique de Dinan.</p> <p>La signalétique touristique du cœur de Dinan, ancienne et peu qualitative, mérite également d'être revue.</p>		
CONTENU DE L'ACTION			
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rénover, réactualiser et harmoniser la signalisation touristique pour mieux renseigner les visiteurs sur les accès aux principaux pôles touristiques de la destination (micro-signalisation et système d'information local) et rendre plus lisibles les différents éléments de l'offre 		
DESSCRIPTIF	<p>⇒ Diagnostic de la signalisation touristique et du jalonnement des sites (pertinence, clarté, continuité, esthétique, ...); élaboration d'une charte et d'un schéma intercommunal de signalisation touristique, en complémentarité avec la signalisation directionnelle. Le schéma intercommunal devra être en cohérence avec la directive départementale, mise en oeuvre par le Pays touristique de Dinan et aura pour objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'améliorer la signalisation d'un point de vue quantitatif et qualitatif par la mise en place d'une micro-signalisation touristique et d'un jalonnement continu des sites touristiques (système d'information local), des stationnements, des services et des commerces disponibles dans les communes et dans le cœur de la ville de Dinan en particulier : jalonnement des principaux pôles avec une hiérarchie selon l'importance de leur potentiel d'attractivité, jalonnement des pôles secondaires, utilisation de symboles et de codes couleurs en fonction de l'activité ou du site (hébergement, restaurants, patrimoine et sites de visite, commerces, métiers d'art) • De mettre à jour la signalisation touristique avec un objectif qualitatif (élimination des panneaux doublons, obsolètes ou mal intégrés) • De prendre en compte le nouveau schéma de circulation de la Ville de Dinan 		
SECTEURS CONCERNES	Ensemble du territoire de la CODI		
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION			
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI et communes		
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI et communes, sociétés spécialisées		
PARTENAIRES	Pays touristique de Dinan / CDT / Office de Tourisme DDE des Côtes d'Armor / Conseil Général		
CALENDRIER	Court terme (1 an) : réactualisation du schéma Moyen terme (3 ans) : mise en place		
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Réalisation d'un schéma global de signalisation touristique : mission d'étude de 20 à 30 K€ ■ Mise en œuvre du schéma : chiffrage global à réaliser une fois le schéma de signalisation touristique élaboré 		
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Visite de constat de l'amélioration de l'esthétique visuelle le long des principales voies d'accès ; suivi régulier de manière à éviter les dérives (affichage et signalisation « sauvages ») ■ Enquête de satisfaction de la clientèle : questions relatives à l'information et la signalisation 		

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.2	Mise en œuvre du schéma de circulation et de stationnement <i>pour mémoire, action en cours de réalisation</i>
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	Des difficultés de circulation et de stationnements dans Dinan, surtout en été, rendent l'accessibilité à la ville difficile pour les visiteurs et ternissent son image en termes de qualité d'accueil. Les problèmes de circulation, en période de forte fréquentation, sont aussi vécus comme une contrainte par les habitants.
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Améliorer les conditions de circulation pour les touristes et les habitants ■ Améliorer les stationnements
DESCRIPTIF	⇒ Application du nouveau schéma de circulation et de stationnement par la Ville de Dinan ⇒ Amélioration de la signalisation et optimisation des parcs de stationnement
SECTEURS CONCERNES	Ville de Dinan
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Ville de Dinan
MAITRISE D'ŒUVRE	Services techniques de la Ville de Dinan Société spécialisées (signalisation)
PARTENAIRES	CODI Autres communes de l'agglomération
CALENDRIER	Court terme (1 an)
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Visite de constat de l'amélioration de la circulation et du stationnement ■ Enquête de satisfaction de la clientèle : questions relatives à la circulation et au stationnement

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.3	Amélioration du cadre urbain de l'agglomération de Dinan
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Les entrées de l'agglomération de Dinan sont peu représentatives de l'image, du caractère patrimonial de la ville (giratoires d'entrées peu qualitatifs, multiplication des pré-enseignes et panneaux publicitaires, faible intégration des zones commerciales à l'entrée de l'agglomération, ...).</p> <p>Leur mise en valeur (urbanistique, paysagère, esthétique ...) apparaît nécessaire, d'autant plus que les premières images et impressions restent ancrées dans les mémoires et influent sur le jugement que les clientèles portent sur la ville entière, et ce malgré la bonne notoriété et l'image plutôt positive de Dinan.</p> <p>Le patrimoine architectural de la ville de Dinan, ses remparts, son port sont des atouts majeurs en termes de visite et de cadre de vie. Des efforts de mise en valeur restent à faire, notamment pour libérer du stationnement certains espaces emblématiques.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Valoriser les entrées de ville de Dinan ■ Poursuivre la mise en valeur patrimoniale de la cité de Dinan ■ Faire se réapproprier certains espaces par les piétons
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Entrées de ville : traitement de l'esthétique des entrées de l'agglomération de Dinan, notamment l'accès ouest (route de Caulnes) ⇒ Place Du Guesclin : mise en valeur de l'ancien carré des promenades et aménagement d'un espace piéton et de détente (implantation de bancs) et interdiction de stationnement aux camping-cars ⇒ Place Saint-Sauveur : suppression des stationnements sur la place, dans le but de la repositionner en tant que cœur de la cité et de l'utiliser comme un lieu de vie et d'animation ⇒ Place du Château : réorganisation du stationnement et création d'une zone tampon autour du monument pour éviter le stationnement « ventouse » (mise en place de plots en bois pour interdire le stationnement des véhicules) ⇒ Rue des Rouairies et rue de Brest : enfouissement des réseaux aériens ⇒ Remparts : traitement des ruptures, pour un aménagement complet du tour des remparts
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Communes de l'agglomération de Dinan
MAITRISE D'ŒUVRE	Services techniques des communes de l'agglomération de Dinan Entreprises secteur BTP, paysagistes, ...
PARTENAIRES	CAUE / Architecte des Bâtiments de France DDE / Conseil Général
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Travaux d'aménagement à définir, les coûts pouvant varier sensiblement selon le parti pris d'aménagement adopté
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Montant des mesures et travaux engagés en faveur de la requalification des entrées et traversées de ville, ainsi qu'en faveur de la mise en valeur globale de la Ville de Dinan ■ Visites critiques de constat des améliorations liées aux actions de requalification urbaine

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.4	Amélioration de l'accessibilité pour tous
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>La Bretagne se positionne en tant que destination touristique accessible à tous. L'ambition est d'offrir une accessibilité, sinon totale, au moins optimale de l'espace touristique breton, des lieux et des services proposés.</p> <p>Le label national « Tourisme & Handicap », label d'accueil et d'accessibilité qualifiant les hébergements, sites et lieux de visite à caractère touristique, est retenu comme élément structurant de la démarche régionale.</p> <p>La destination Dinan, Pays de Rance se doit de s'inscrire dans cette démarche nationale et régionale d'accessibilité pour tous.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Améliorer l'accessibilité des sites et équipements du territoire ■ S'inscrire dans les démarches nationale et régionale d'accessibilité pour tous
DESCRIPTIF	<p>Lancé en mai 2001 par le Ministère du tourisme, le label prend en compte 4 déficiences (mentale, auditive, visuelle et moteur). Il est attribué pour 5 ans (pour 1 ou plusieurs handicaps) aux professionnels répondant aux exigences d'un cahier des charges et adhérant à une charte. Sont susceptibles de le recevoir : tous les types d'hébergement et établissements de restauration, les sites naturels et les équipements culturels et de loisirs, les offices de tourisme et syndicats d'initiative, les zones de baignade, les itinéraires de promenade et sentiers de randonnée, les compagnies de croisières maritimes et fluviales, les points de pêche, ...</p> <p>La CODI devra donc intervenir en matière de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Sensibilisation des professionnels et des communes au label Tourisme & Handicap ■ Incitation aux candidatures pour la demande du label Tourisme & Handicap ■ Promotion de l'offre labellisée Tourisme & Handicap <p>Par ailleurs, elle devra prendre en compte les critères d'attribution du label Tourisme & Handicap pour la mise en œuvre de certaines des actions du schéma de développement touristique</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI, communes, équipements et hébergements, publics comme privés
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI, communes, équipements et hébergements
PARTENAIRES	CDT, CRT, Pays touristique de Dinan, Office de Tourisme
PLANNING	Court, moyen et long termes
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Travaux d'aménagement à définir, les coûts pouvant varier sensiblement selon le parti pris d'aménagement adopté
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombre d'hébergements, d'équipements et de sites labellisés ■ Visites techniques de constat des améliorations liées à l'accessibilité

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.5	Amélioration des campings
Action secondaire	Nouvelle action
JUSTIFICATIF	<p>Le niveau d'exigence des clientèles de l'hôtellerie de plein air s'est fortement accru au cours des dernières années.</p> <p>Bien qu'il s'agisse, pour une part importante, d'une clientèle de passage, les usagers sont en droit d'espérer un certain nombre d'amélioration de l'offre, notamment en ce qui concerne le camping municipal de Dinan.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adapter, d'un point de vue qualitatif, l'hôtellerie de plein air aux nouvelles attentes des clientèles touristiques ■ Augmenter la fréquentation des campings et la durée de séjours ■ Favoriser un allongement de la saison touristique
DESSCRIPTIF	<p>⇒ Camping municipal de Dinan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réflexion globale sur le camping municipal de Dinan, pour améliorer son offre et son fonctionnement. Le positionnement du camping devra rester celui d'un camping d'étape municipal, 2 étoiles - 50 emplacements, sans prestations d'animation, dédié en grande partie à l'accueil de camping-cars. <p>Eléments à prendre en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les aménagements paysagers - la réfection du bâtiment sanitaire et de l'accueil - l'accueil des camping-cars - l'accessibilité pour tous - le mode de gestion <p>⇒ Autres campings</p> <ul style="list-style-type: none"> • La réflexion paysagère à mener sur le camping de Dinan, pourrait également être étendue aux autres campings de la CODI, sous forme de charte paysagère (cf. nouvelle réglementation en matière d'insertion paysagère des campings) • Développement des services aux randonneurs itinérants (vélo, équestre) • Développement des services et équipements pour les familles (aires de jeux, prêt de vélo, ...)
SITES CONCERNES	Campings publics (Dinan, Saint-Samson, Taden) ou privés (simple incitation)
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Propriétaires publics ou privés
MAITRISE D'ŒUVRE	Services techniques des communes concernées et propriétaires privés
PARTENAIRES	CODI, Pays touristique de Dinan
CALENDRIER	Moyen terme : 2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Etude de requalification camping de Dinan : 10 K€ H.T ■ Etudes paysagères autres camping : 3 à 5 K€ H.T / terrain ■ Investissements à définir à l'issue de ces études
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evolution de la fréquentation des campings ■ Enquêtes de satisfaction auprès des clientèles

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.6	Poursuite des aménagements d'aires d'accueil pour camping-cars et réglementation de leur stationnement
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Les camping-caristes contribuent à une certaine désaisonnalisation, génèrent des retombées économiques (dans les restaurants, les commerces, ...) et constituent une clientèle qui tend à se développer fortement.</p> <p>Afin de limiter le stationnement sauvage des camping-cars (souvent source de conflits), il s'avère important de gérer l'accueil de cette clientèle et de lui proposer des services de qualité.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apporter des services de qualité aux camping-caristes et donner l'image d'une destination accueillante ■ Eviter la "pollution" visuelle du centre ville de Dinan et de certains sites ■ Eviter la dégradation de milieux naturels sensibles
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Réglementation du stationnement dans la ville de Dinan, avec une interdiction de stationnement sur les espaces à fort caractère patrimonial (Place du Guesclin en particulier) ou qui méritent qu'y soient préservés des angles de vision (paysages, bâti de caractère, perspectives, ...) ⇒ Création de 2 à 3 aires de services et de stationnement supplémentaires dans les communes rurales, ainsi que des aires urbaines dans Dinan ou à proximité, avec éventuelle mise en place de navettes (clientèle française, mais aussi italienne, espagnole ...) ⇒ Mise en place d'une information (panneaux en entrée de la ville de Dinan et sur les bords de Rance ; localisation des aires sur les différentes cartes du territoire ; ...) mentionnant l'ensemble des campings et aires de services pouvant les accueillir afin de limiter le stationnement « sauvage » de ces véhicules pendant la période estivale notamment ⇒ Inscription dans les guides tels que Etapes Camping-car ...
SITES CONCERNES	<ul style="list-style-type: none"> ■ Notamment Bobital ou Le Hinglé (environs du Guinefort), St Hélen (proximité forêt de Coëtquen), ...
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI (signalisation directionnelle) et communes concernées (aménagement des aires)
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI et communes concernées
PARTENAIRES	<p>Conseil Général / CDT / DDE</p> <p>Pays touristique de Dinan / Office de Tourisme / Assoc. de camping-caristes</p>

CALENDRIER	Moyen terme (3 ans)
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Signalisation d'une aire de camping-car : 1.000 € HT ■ Création d'une nouvelle aire : 40.000 € à 90.000 € HT suivant le nombre de places et les équipements de service ■ Travaux d'amélioration d'aires existantes : à définir
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Diminution du stationnement « sauvage » des camping-cars sur la CODI, et dans le centre ville de Dinan ■ Fréquentation des aires de services et de stationnement pour les camping-cars

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.7	Développement des transports collectifs et de l'intermodalité
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	Le territoire de la CODI mérite d'être mieux desservi par les transports en commun ; il y a peu de liaisons en train et en autocars, les trains ne sont pas directs et les correspondances pas synchronisées. Or l'accessibilité plus ou moins aisée d'un territoire conditionne en partie sa fréquentation touristique, notamment en ce qui concerne les clientèles de tourisme d'affaires (congrès, séminaires), les jeunes, les clientèles urbaines (Ile de France en particulier), les seniors.
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Améliorer et faciliter l'accessibilité du territoire, en particulier à Dinan, par bus et train ■ Améliorer les liaisons avec les autres grands sites touristiques de la proche région ■ Développer les liaisons internes par les transports collectifs et contribuer au désengorgement de Dinan
DESRIPTIF	<p>⇒ Actions de lobbying et travail en partenariat avec la SNCF, les Conseils Régionaux de Bretagne et de Basse-Normandie, les Conseils Généraux 22 et 35 et les sociétés de transport pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une adaptation des horaires de correspondances concernant les arrivées des trains et les dessertes par autocars - le développement de l'intermodalité - le développement des dessertes entre sites touristiques (Mont-Saint-Michel, Saint-Malo, Fréhel, Dinan, ...) <p>⇒ Mise en place de transports collectifs à l'échelle du territoire, adaptés à la fréquentation touristique</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI, communes de l'agglomération de Dinan
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI, communes de l'agglomération de Dinan
PARTENAIRES	Conseil Général 22, Conseil Général 35 Région Bretagne, Région Basse Normandie Association Axe ferroviaire Bretagne Nord SNCF Sociétés de transport
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Constats sur l'augmentation des liaisons et l'amélioration des correspondances, de l'intermodalité. ■ Enquête de satisfaction auprès des clientèles touristiques : question relative à l'accessibilité de Dinan

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.8	Développement du tourisme d'affaires
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Le cadre exceptionnel, la présence du CREC et le bon niveau de l'hôtellerie doivent permettre à Dinan de s'imposer comme une destination privilégiée pour les séminaires d'un ou plusieurs jours ou pour des manifestations professionnelles de types petits congrès (250 à 300 personnes maximum), colloques, assemblées générales, conférences, programmes de formation,...</p> <p>Le tourisme d'affaires repose sur une offre, des prestations et infrastructures de qualité. Il s'appuie, enfin, sur une prise en charge privilégiée très professionnelle (qualité du service, bon rapport qualité/prix,...) pour faciliter au mieux toutes les phases du séjour des groupes professionnels. L'image perçue de la destination est aussi un des motifs de venue ; une bonne image donnera nécessairement plus envie de venir organiser une manifestation.</p> <p>Un touriste d'affaires dépense en moyenne trois fois plus par jour qu'un touriste « loisirs ».</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Imposer Dinan comme une destination privilégiée pour du tourisme d'affaires de qualité et améliorer la communication ■ Poursuivre le développement de la fréquentation hors saison estivale et augmenter les retombées économiques liées au tourisme d'affaires
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promotion de l'offre existante et mise en réseau, par l'action du nouveau club (Dinan Tourisme d'Affaires) ■ Accompagnement des professionnels (agences réceptives) dans l'élaboration et la promotion de produits forfaitisés « spécial clientèle affaires » ■ Renforcement de la communication, avec une déclinaison de la nouvelle marque et/ou signature touristique pour le tourisme d'affaires (cf action 3.2) ■ Renforcement de la communication interne sur le club Dinan Tourisme d'affaires et les activités du CREC (cf action 3.6) ■ Renforcement des actions de prospection de nouveaux marchés ■ Optimisation de l'utilisation du CREC (tourisme affaires / activités culturelles) ■ Etude technique pour l'extension de l'auditorium du CREC à 300 places
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	Office de tourisme / CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	Professionnels au travers de Dinan Tourisme d'Affaires / agence réceptive
PARTENAIRES	Ville de Dinan, CREC, hébergeurs, traiteurs et autres prestataires
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombre de clients d'affaires accueillis, et analyse de leur provenance et types de manifestations suivies ■ Evaluation du poids économique du tourisme d'affaires (cf action 4.2) ■ Résultats de la mise en marché (fréquentation)

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.9	Sensibilisation des professionnels aux impératifs d'adaptation et de professionnalisation
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>L'accueil, au sens large du terme, joue un rôle déterminant pour attirer, retenir et fidéliser la clientèle. Le visiteur ou consommateur est de plus en plus « zappeur » et, face à ce comportement, la qualité de l'accueil est un critère important de satisfaction et de fidélisation.</p> <p>Les professionnels de la CODI, en particulier les hôteliers, restaurateurs et commerçants doivent poursuivre leurs efforts en s'engageant dans une démarche qualité globale pour s'adapter aux attentes et exigences des clients.</p> <p>Des efforts particuliers devront être consentis en direction de la clientèle étrangère, professionnelle et des familles.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Renforcer la compétitivité des entreprises touristiques en incitant les professionnels à se regrouper autour d'objectifs communs (niveau de qualité, nature des prestations offertes, ...). ■ Sensibiliser les prestataires touristiques à la nécessité d'adapter leur offre aux différentes clientèles (étrangère, professionnelle, familiale) ■ Satisfaire les clientèles en répondant parfaitement à leurs attentes et besoins
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ■ Poursuite des opérations de sensibilisation des hôteliers, restaurateurs et commerçants, mais également de l'ensemble des prestataires touristiques, au suivi de démarches qualité, à l'adaptation de l'offre et aux enjeux qui en découlent en matière de professionnalisme (amélioration de la qualité, optimisation de l'action commerciale, langues, E.tourisme ...), ainsi qu'à la labellisation (Tourisme et Handicap, ...) ou encore à l'adhésion à des groupements. ■ Mise en place de rencontres thématiques annuelles entre prestataires locaux ainsi que de formations-actions courtes dont le contenu pédagogique pourra être pris en charge par un organisme de formation (organisme privé spécialisé, chambres consulaires, autres opérateurs publics ou privés, ...). ■ Mise en place de mini-éducteurs internes et externes destinés à « aller voir ce qui se fait ailleurs » ■ Incitation au suivi des formations déjà proposées par différents organismes (chambres consulaires notamment). Recueil et diffusion de l'information sur les aides existantes destinées à soutenir l'adaptation de l'offre touristique locale.
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	Organismes de formation, chambres consulaires...
PARTENAIRES	Chambres consulaires, Pays touristique de Dinan, Office de Tourisme, CDT, OPCA

CALENDRIER	A partir de 2009
COUTS	Formations-actions : 4.000 € HT / an sur la base de 4 journées (10 à 15 participants), hors frais de déplacement et de repas des participants. Financement possible des formations par la Région en complément des OPCA.
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none">■ Nombre de journées de formation dispensées.■ Fidélisation des participants.■ Enquêtes de satisfaction auprès de la clientèle touristique

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.10	Etude de valorisation touristique et culturelle du château et des tours de Dinan
Action secondaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Les sites de visites, et le château de Dinan en particulier, connaissent une baisse de fréquentation, les muséographies répondant de moins en moins aux attentes des clientèles.</p> <p>Concernant, le château de Dinan, les conditions de conservation des collections sont inadaptées en raison d'un taux d'hygrométrie trop élevé et de problèmes d'infiltration.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Revaloriser les sites pour développer la fréquentation et l'attractivité ■ Protéger les collections
DESCRIPTIF	<p>⇒ Mener une réflexion globale sur l'ensemble des monuments et sites de visites de la ville de Dinan : Château, Tour de l'horloge, autres tours et remparts, en vue de leur valorisation touristique et culturelle</p> <p>Eléments à prendre en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le château : <ul style="list-style-type: none"> - positionnement et vocation du château (valorisation de l'époque médiévale ou musée d'art et histoire ?) - principes de scénographie - valorisation des extérieurs, en particulier l'entrée • Autres sites : en fonction des choix en matière de valorisation du château (compte tenu, notamment, des contraintes techniques), la réflexion pourra s'étendre à d'autres sites de la ville pour l'accueil et la mise en valeur des collections du musée, actuellement dans le château
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Ville de Dinan
MAITRISE D'ŒUVRE	Service du patrimoine de la Ville de Dinan
PARTENAIRES	DRAC
CALENDRIER	Moyen et long termes
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Etude de repositionnement et valorisation 15.000 à 25.000 € HT ■ Etude scénographique : à définir ultérieurement
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evolution de la fréquentation touristique du château de Dinan et de la tour de l'Horloge ■ Enquêtes de satisfaction auprès de la clientèle touristique (questions relatives à l'accueil, aux sites de visite, ...) ■ Evaluation des retombées économiques, touristiques, ... (cf. suivi de tableaux de bord)

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.11	Valorisation et interprétation du patrimoine
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Le patrimoine architectural, historique et naturel du territoire est tout à fait exceptionnel, mais c'est un patrimoine qui ne se « livre pas ». Les clés de lecture offertes au public pour mieux comprendre l'histoire, le patrimoine et l'environnement naturel, sont encore inexistantes (comme par exemple en ce qui concerne l'extraction et le travail du granit) ou insuffisantes.</p> <p>Des visiteurs peuvent ainsi traverser pour la première fois la ville de Dinan sans se rendre compte de la qualité et de l'intérêt de la cité. La ville ne cherche pas suffisamment à attirer l'attention des visiteurs et à se mettre en scène.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Répondre aux attentes des publics, et leur donner des clés de lecture pour mieux comprendre et apprécier le patrimoine historique, architectural et naturel ■ Apporter à la clientèle une vision globale du patrimoine par la création d'une « porte d'entrée » ■ Valoriser les espaces naturels, historiques et urbains, voire économiques ■ Attirer l'attention des visiteurs en capitalisant sur la thématique « patrimoine »
DESSCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Création d'une Maison du Granit au Hinglé : projet en cours de réflexion, incluant une exposition permanente, une salle d'animation, un espace documentaire, des animations ... ⇒ Création d'un circuit d'interprétation des anciennes carrières de granit et d'un circuit d'interprétation sur le canal de la Rance ⇒ Création d'un parcours d'interprétation du patrimoine dans le cœur de ville de Dinan, le port et la petite cité de caractère de Léhon. Le parcours créé devra raconter une histoire, créer un fil conducteur pour la visite ⇒ Pavoisement du patrimoine architectural médiéval emblématique de la ville de Dinan et de certains sites du territoire de la CODI, dans l'esprit de la Fête des Remparts Eléments principaux à mettre en ambiance : <ul style="list-style-type: none"> - la porte Saint-Louis - le Château et la Tour de l'Horloge - la rue Sainte-Claire, porte d'entrée de la cité médiévale depuis la Place Duguesclin - la rue du Jerzual - la cité de Léhon (château, abbaye, rues piétonnes) - le manoir de la Grand'Cour à Taden, ...
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI et communes concernées
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI, Service du patrimoine de la Ville de Dinan, autres communes concernées
PARTENAIRES	DRAC, ABF Associations, notamment culturelles (ex. : Peuple des Carrières / CHAC, ...) Maison de la Rance
CALENDRIER	Court et moyen termes

Action 1.11 (suite)	Valorisation et interprétation du patrimoine
----------------------------	-----------------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
-------------------------------------------------	--

COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Parcours interprétation : 50.000 € / 70.000 € HT par parcours ■ Pavoisement : 40.000 € à 60.000 € HT (+ budget annuel de renouvellement de l'ordre de 20 %)
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Analyse de l'évolution de la fréquentation touristique générale ■ Enquêtes de satisfaction auprès de la clientèle touristique (questions relatives à l'accueil, aux sites de visite) ■ Evaluation des retombées économiques, touristiques, ... (cf. suivi de tableaux de bord) ■ Fréquentation des circuits (comptages ponctuels)

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.12	Mise en réseau et optimisation des sites de visite, création d'un pass inter-sites et création d'une carte ambassadeur pour les habitants
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Le territoire de le CODI est clairement identifié comme une destination patrimoniale. L'offre en sites de visite est riche, pourtant elle n'est pas suffisamment mise en réseau.</p> <p>Il ressort également un problème d'adaptation et de carences de l'offre pour les familles (manque d'activités et d'équipements à destination des enfants) et peu de synergie et de travail en commun entre les professionnels.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Développer une meilleure synergie entre les différents sites de visite et prestataires loisirs / culture de la CODI ■ Proposer et promouvoir une offre adaptée aux clientèles et en particulier aux familles, commercialement intéressante ■ Poursuivre et renforcer la politique active d'accueil et de fidélisation des clientèles ■ Inciter les habitants à devenir des ambassadeurs de leur territoire
DESCRIPTIF	<p>⇒ Réflexion sur l'optimisation et la gestion des sites</p> <p>⇒ Sensibilisation des sites de visite à l'intérêt et l'avantage de la mise en réseau</p> <p>⇒ Sensibilisation des professionnels à l'adaptation de leur offre aux besoins des familles</p> <p>⇒ Mise en place d'un groupe de travail chargé, avec l'Office de Tourisme, de concevoir et mettre en œuvre un « pass'inter-sites » : définition des critères d'adhésion des partenaires, niveau de qualité requis, contenu du « pass inter-sites », mode de fonctionnement, de commercialisation et de promotion, prix du forfait, ...</p> <p>La réussite du projet sera directement liée à la mobilisation des sites de visite à l'échelle de la CODI (intégration possible de sites hors CODI), à leur complémentarité et à l'étendue des avantages apportés, qui devront offrir aux consommateurs un réel « bénéfice » pour susciter l'adhésion</p> <p>Le « pass » doit nécessairement être évolutif afin d'ajuster le concept au fil du temps, en fonction de l'adhésion de nouveaux partenaires au « produit », mais également pour que celui-ci reste en parfaite concordance avec les attentes des visiteurs</p> <p>⇒ Mise en place d'une carte ambassadeur offrant la gratuité ou un tarif réduit aux habitants accompagnants des amis ou de la famille, et renforçant le sentiment d'appartenance à un territoire "d'exception"</p>
SITES CONCERNES	Sites de visites de la CODI, publics et privés
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	Office de Tourisme, sites de visites
MAITRISE D'ŒUVRE	Office de Tourisme
ACTEURS ASSOCIES	Sites de visite et prestataires loisirs / culture de la CODI (+ éventuels partenaires hors CODI) Autres professionnels

Action 1.12 (suite)	Mise en réseau des sites de visite, création d'un pass inter-sites et création d'une carte ambassadeur pour les habitants
----------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
CALENDRIER	Mobilisation des partenaires : dès 2009 (2 ^{ème} semestre) Définition du produit « pass-tourisme » et création de la carte ambassadeur : 2010 Mise en marché du premier « pass-tourisme » : 2011
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mobilisation des partenaires : pour mémoire ■ Coût du pass, de la carte ambassadeur et de la mise en marché : à déterminer.
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombre de pass vendus ■ Nombre d'entrées enregistrées avec la carte ambassadeur

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
ACTION 1.13	Développement et coordination d'un programme d'animations annuel
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Si l'offre d'animation présente sur un territoire n'est pas toujours déterminante dans le choix de la destination de vacances, en revanche elle contribue à donner l'image d'une destination dynamique et vivante et permet d'attirer, de satisfaire et, donc, de fidéliser les clientèles touristiques.</p> <p>Sur leurs lieux de vacances, les touristes ont besoin d'échanges, de convivialité et d'être immergés dans une ambiance au travers de contacts avec la population, de fêtes, d'événements, d'animations, leur permettant de vivre la ville ou le territoire.</p> <p>Le territoire intercommunal mérite d'être davantage animé, avec une meilleure répartition tout au long de l'année et sur l'ensemble de l'intercommunalité.</p> <p>Mieux adapter cette offre, en quantité et surtout en termes de qualité, aux goûts et aux désirs des clientèles touristiques, dans le respect du contexte local, constitue donc un enjeu important car pouvant « faire la différence » par rapport à d'autres destinations touristiques.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Faire vivre et animer la destination toute l'année ■ Créer des ambiances propices à la convivialité, aux émotions partagées ■ Fidéliser les clientèles en répondant à leurs attentes en termes d'animations et d'évènements de bonne qualité et diversifiées
DESSCRIPTIF	<p>⇒ Mise en place d'un programme annuel coordonné d'animation sur l'ensemble du territoire</p> <p>Types d'animations à créer ou à renforcer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • petit évènementiel tout au long de l'année sur l'ensemble du territoire (cabaret, culture bretonne, musique traditionnelle, ...) • animations nocturnes en été (Port de Dinan, Place Saint-Sauveur, bords de Rance, carrières du Hinglé ou de Bobital ...) • animations grand public en été, notamment autour du médiéval • animations et activités spécialement dédiées aux enfants • animations faisant vivre le patrimoine (repas médiévaux, expositions d'artistes, animations de théâtre, découverte des personnalités de Dinan, ...) • animations ou évènements autour des métiers d'art (salons, foires, journées des métiers d'art) • manifestations autour de l'Art : expositions de jeunes artistes, journée des peintres amateurs • animations ou manifestations autour de la nature comme « un dimanche au canal », organisation de randonnées thématiques ou de manifestations sportives, ... ayant pour but de valoriser le patrimoine naturel au travers de la pratique de loisirs ou d'activités sportives <p>⇒ Renforcement des politiques communales et de la politique intercommunale en matière de soutien financier aux principales manifestations locales, et soutien des initiatives émanant des associations de quartiers et des Unions des commerçants pour la création d'animations</p>
SITES CONCERNES	Ensemble du territoire
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI et communes
COORDINATION, MAITRISE D'OEUVRE	Service culture de la CODI

Action 1.13 (suite) Développement et coordination d'un programme d'animations annuel

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
PARTENAIRES	Office de Tourisme, tissu associatif et culturel
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mise en œuvre du programme local d'animation : à définir en fonction des événements et animations, de leur gratuité ou non, des recettes de sponsoring ou mécénat, ...
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fréquence et fréquentation des manifestations. ■ Mise en place d'outils d'évaluation des animations afin de mieux connaître le degré de satisfaction et les attentes des publics

AXE 1	AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE
Action 1.14	Politique d'accueil d'évènementiels
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Il n'y a qu'un seul évènement phare sur l'intercommunalité : la Fête des Remparts, tous les deux ans. Le festival des Terres Neuva de Bobital, en raison de difficultés financières, a cessé d'être organisé (un nouveau festival, moins ambitieux, pourrait toutefois voir le jour).</p> <p>La destination touristique a besoin d'un coup de projecteur médiatique ponctuel, que seuls les grands évènements peuvent apporter.</p> <p>Dinan a aussi besoin de rénover son image de ville patrimoniale et de s'affirmer dans une dynamique plus moderne et plus contemporaine.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asseoir et renforcer la notoriété du territoire ■ Rénover et valoriser l'image de Dinan
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Mise en place d'un groupe de réflexion chargé d'explorer les pistes d'évènementiels. Pour être complémentaire de la Fête des Remparts (valorisant la cité de Dinan et le patrimoine historique), un grand évènement gagnerait à valoriser les autres traits identitaires de la destination - la nature et l'art -, dans une dimension plus contemporaine, et plutôt en avant saison (mai-juin) pour créer un effet de levier économique plus important ⇒ Rédaction d'un cahier des charges et appel à projets (associatifs ou agences spécialisées en évènementiels) ⇒ Conception et organisation d'un évènement majeur, ponctuel, organisé tous les 2 ans en alternance avec la Fête des Remparts, complété par de petits évènementiels, plus locaux mais de bonne qualité
SITES POTENTIELS	Les espaces naturels, les bords de Rance, les carrières du Hinglé ou de Bobital ...
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	Communes concernées, associations organisatrices, prestataires privés (agences spécialisées en évènementiels)
PARTENAIRES	<p>Membres du groupe de réflexion</p> <p>Communes</p> <p>Personnes et organismes ressources divers : historiens, associations ...</p> <p>Milieux économiques</p>
CALENDRIER	<p>Mise en place d'un groupe de réflexion : 2^{ème} semestre 2009</p> <p>Création évènementiel : moyen terme</p>
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Groupe de réflexion : pour mémoire ■ Evènementiels : à définir en fonction des choix effectués
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fréquentation du (des) évènement(s) ■ Médiatisation ■ Enquêtes d'image et de notoriété

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.1	Finalisation du projet de Conservatoire des métiers d'art rares
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>La Mairie de Dinan, sous l'impulsion de professionnels des métiers rares de la commune, a pour projet de créer, dans l'Hôtel particulier Bazin (ancien tribunal d'instance), un conservatoire des métiers d'art rares.</p> <p>Ce projet, unique en France, s'inscrit comme le projet structurant de la filière métiers d'art, capable de positionner Dinan comme un pôle des métiers d'art, à l'échelle nationale voire européenne, et contribuer ainsi au renforcement de sa notoriété et son attractivité.</p> <p>Les métiers d'art constituent en effet une ressource économique en termes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • d'attractivité du territoire et comme élément de différenciation • de marché, par l'excellence et la créativité des produits • de formation pour les jeunes publics, les publics en reconversion ou en perfectionnement
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<p>Le Conservatoire des métiers d'art rares a pour vocation de devenir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un lieu d'exercice professionnel - un lieu de formation aux métiers rares - un espace d'information (documentation, recherche, ...) - un conservatoire des outillages et des pratiques - un espace d'exposition ouvert au grand public
DESCRIPTIF	<p>⇒ Finalisation des études pour la création du Conservatoire des métiers d'art rares : étude sur le montage juridique de l'opération et son fonctionnement</p> <p>⇒ Aménagement du Conservatoire</p> <p>⇒ Animation du Conservatoire, pour en faire un pôle structurant de la filière métiers d'art, mais aussi un lieu vivant, et un point d'attractivité pour attirer de nouveaux artisans des métiers rares sur le territoire</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Ville de Dinan
MAITRISE D'ŒUVRE	Ville de Dinan, professionnels des métiers rares
PARTENAIRES	<p>CODI</p> <p>SEMA Bretagne, Fédération Française des conservateurs-restaurateurs, DRAC</p> <p>Conseil Régional, Conseil Général</p> <p>CRMAB, Ministères de l'Education Nationale, de la Culture et de l'Economie</p>
CALENDRIER	Court terme : 2009 /2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Etude financière et juridique : 12.000 à 20.000 € HT
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombre d'artisans adhérents au Conservatoire et d'installations de nouveaux professionnels sur le territoire ■ Evolution de la fréquentation et des activités du Conservatoire

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
--------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

Action 2.2	Structuration de la filière métiers d'art
-------------------	--------------------------------------------------

Action prioritaire	Action nouvelle
---------------------------	------------------------

JUSTIFICATIF	<p>Les métiers d'art contribuent à l'enrichissement culturel que recherchent les clientèles, et pas seulement les clientèles de « spécialistes ». Ils ont même le vent en poupe, grâce :</p> <ul style="list-style-type: none"> - au développement du temps libre et des loisirs - à l'émergence d'une économie des loisirs liés aux métiers d'art - à l'engouement pour le patrimoine - à la recherche des loisirs de proximité de la part des clientèles urbaines - à l'intérêt du public pour les produits de loisirs dérivés des métiers d'art <p>Par contre, la filière souffre d'une grande atomisation et d'une insuffisante organisation. Les professionnels ont besoin de se faire connaître ou de trouver de nouveaux débouchés économiques et de travailler en réseau.</p> <p>Bien que très riche, l'offre en métiers d'art sur le territoire de la CODI est encore peu lisible et sous-exploitée, alors qu'elle constitue un véritable élément de différenciation du territoire.</p> <p>Il semble donc intéressant d'aller encore plus loin dans le développement et la structuration de cette filière, et d'accompagner le projet de Conservatoire des métiers d'art rares qui va donner à Dinan toute sa légitimité de pôle des métiers d'art.</p>
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

CONTENU DE L'ACTION	
----------------------------	--

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Positionner Dinan comme un véritable pôle des métiers d'art, et étendre ce pôle au territoire de la CODI ■ Fédérer les professionnels ■ Renforcer les animations et évènements ■ Créer de nouveaux produits autour des métiers d'art, pour susciter des séjours
------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

DESCRIPTIF	<p>⇒ Organisation, coordination et soutien de la filière</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recensement des artistes et artisans d'art • Animation-coordination de la filière, via la mise en place d'un groupe de travail avec la CODI, les professionnels des métiers d'art et artistes • Adhésion au Label Ville et Métiers d'Art • Politique immobilière destinée à favoriser l'installation d'ateliers d'artistes et d'artisans d'art sur l'ensemble des communes de la CODI, sous forme d'aides financières, de mise à disposition de locaux, d'invitation temporaire d'artistes, ... <p>⇒ Développement des animations</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identification et/ou aménagement de salles d'expositions artistiques permanentes et temporaires sur le territoire de la CODI (Abbaye de Léhon, Manoir de la Grand'Cour, ...) et dans la ville de Dinan (réflexion sur la réaffectation des anciennes chapelles en lieux d'exposition : Chapelles des Augustines, des Bénédictines, des Dominicaines) • Renforcement du programme d'expositions et d'animations autour des métiers d'art et création d'une manifestation culturelle originale et d'envergure autour des métiers d'art (notamment contact à prendre avec Produits en Bretagne, en recherche de partenariats autour de la création design) <p>⇒ Développement des activités et stages</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recensement et identification de lieux de pratiques artistiques et de personnes ressources sur le territoire de la CODI, permettant d'accueillir des stages de pratiques artistiques • Mise en place d'un programme de stages artistiques destinés à un public extérieur et commercialisation de cette offre • Finalisation du projet global de valorisation de la Maison de la Grande Vigne et réhabilitation de l'ancien hangar à fagots en un atelier de pratiques artistiques
-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Action 2.2 (Suite)	Structuration de la filière métiers d'art
---------------------------	--------------------------------------------------

CONTENU DE L'ACTION	
SITES CONCERNES	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ensemble du territoire de la CODI ■ Maison de la Grande Vigne, à Dinan ■ Chapelles de Dinan (Chapelles des Augustines, Bénédictines, Dominicaines) ■ Manoir de la Grand'Cour, Abbaye de Léhon, ...
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI (organisation de la filière), Ville de Dinan (Maison de la Grande Vigne), communes
MAITRISE D'ŒUVRE	Services tourisme et culture de la CODI, Services culture et patrimoine de la Ville de Dinan Autres communes concernées
PARTENAIRES	Professionnels (artisans d'art et artistes) SEMA DRAC Chambre des Métiers Office de Tourisme
CALENDRIER	Organisation de la filière : 2009 (2 ^{ème} semestre) Aménagement salle exposition : 2010 / 2011 Aménagement ateliers : 2010 / 2011 Développement des animations à partir 2010 / 2011
COUTS	A définir, pour ce qui est de l'aménagement des lieux et salles et de leur fonctionnement ; pour mémoire pour le reste
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evolution du nombre d'ateliers des métiers d'art ■ Fréquentation des évènements et manifestations créés ■ Nombre de stages effectués ■ Evolution de l'image du territoire

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.3	Réactualisation du plan randonnées
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Les activités de pleine nature, et spécifiquement la randonnée, sont des activités de plus en plus pratiquées par les touristes, à la recherche de « naturalité ».</p> <p>La CODI offre de nombreuses possibilités de randonnée. Or, si des sentiers de randonnée existent sur la CODI, l'amélioration des conditions de pratique, la structuration des circuits existants, la recherche de thématiques, la création de liaisons, ... sont nécessaires pour capitaliser sur cet atout permettant de valoriser l'ensemble du territoire, en particulier les espaces naturels, la Rance, le secteur du Guinefort et le patrimoine rural.</p> <p>Au vu des attentes de plus en plus fortes des clientèles et des potentialités du territoire, la CODI doit aller encore plus loin dans le développement et la structuration de l'offre randonnée.</p>
CONTENU DE L'ACTION	

<p>OBJECTIFS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Valoriser les différents itinéraires de petite randonnée et de balade, en privilégiant la qualité et la cohérence des itinéraires plutôt que la quantité ■ Faire de cette valorisation un enjeu économique, et un nouvel élément d'attractivité du territoire
<p>DESCRIPTIF</p>	<p>⇒ Réactualisation du plan randonnées dans un objectif d'amélioration des itinéraires, de leur entretien, de leur signalisation et balisage</p> <p>Actions à mener :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recensement / requalification des chemins • Coordination de leur entretien, balisage, ... • Contrôle annuel de leur état • Hiérarchisation des circuits de randonnées, selon le niveau d'intérêt et de difficulté • Sélection de différents itinéraires et vérification des propriétés et servitudes de passage (inscription de certains chemins au PDIPR) • Création d'itinéraires thématiques : <ul style="list-style-type: none"> - boucles familiales, accessibles aux personnes handicapées et poussettes sur le chemin de halage - sentiers d'interprétation (à l'exemple de ceux mis en place par la Maison de la Nature et l'ONF en forêt de Coëtquen) sur la Rance, entre le port de Dinan et Léhon (sur le thème de l'histoire du canal), le long du Guinefort (sur le thème de la nature et du granit), ... • Balisage et signalétique • Aménagement de quelques aires de départ jouant également le rôle d'aires de détente, situées à des endroits stratégiques (qualité du site, proximité immédiate d'un axe routier, accessibilité aisée, ... Ces points de « ralliement » devront proposer des services et équipements tels que : <ul style="list-style-type: none"> - des parkings pour les vélos et des possibilités de stationnement des véhicules à proximité, - un panneau spécifique présentant l'offre de circuits de randonnée et de balade de la CODI, - une aire de pique-nique agréable, bien entretenue, ombragée et pré-signalée, - des toilettes en nombre suffisant et d'une propreté irréprochable, - une aire de jeux pour les enfants.
<p>SITES CONCERNES</p>	<p>Ensemble du territoire de la CODI</p>

Action 2.3 (suite)	Réactualisation du plan randonnées
ORGANISATION ET COÛT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI et communes
MAITRISE D'ŒUVRE	<p>Aménagement, entretien et balisage des sentiers de petite randonnée et de balade : Communes / CODI avec l'aide d'associations de randonnées (pédestres, équestres, vélos)</p> <p>Aménagement des points de départ de sentiers : services techniques communaux</p> <p>Création de circuits d'interprétation : CODI/ Office de Tourisme, avec le soutien de la Maison de la Rance, d'associations locales de protection et de mise en valeur de l'Environnement, et du Conseil Général</p> <p>Actions de sensibilisation : CODI / Office de Tourisme</p> <p>Création de produits « randonnée » : Office de Tourisme</p>
PARTENAIRES	<p>Office de Tourisme, Pays touristique de Dinan</p> <p>Conseil Général</p> <p>Comité départ. de Randonnée Pédestre, CDTE/ACECA, Comité départemental de cyclotourisme ...</p> <p>Associations locales</p>
CALENDRIER	<p>Réactualisation du plan randonnées : 2010</p> <p>Sentiers interprétation : 2011</p>
COÛTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Amélioration du balisage des itinéraires de balade et de petite randonnée ; création de circuits d'interprétation. A titre indicatif : <ul style="list-style-type: none"> - Coût panneau de présentation des sentiers : environ 2.500 € HT l'unité - Coût panneaux en bois, au point de départ des sentiers : 300 € HT l'unité - Coût des panneaux explicatifs sur sentiers d'interprétation : 600 € HT l'unité - Travaux d'aménagement de nouveaux itinéraires et entretien : pour mémoire - moyens existants (services techniques municipaux ou intercommunaux avec l'aide éventuelle d'associations locales) ■ Conception et édition d'un document support : 3 à 8 K€ HT selon le type, le nombre et la qualité des supports ■ Aménagement de lieux de départ de circuits (à titre indicatif) ; de 55 K€ à 70 K€ HT par lieu de départ, sur la base des équipements suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Signalisation : environ 3 à 4 K€ HT - Signalisation du point de départ des sentiers : 900 € HT (trois panneaux) - Mise en place d'un panneau de présentation des sentiers : environ 2.500 € HT l'unité - Coût petits panneaux en bois, indiquant les points de départ secondaires des sentiers : 150 € HT l'unité - Aménagement d'une aire de pique-nique (sur la base de quatre tables de pique-nique + deux poubelles) : 4 K€ HT - Aménagement d'une aire de jeux pour enfants « typée » : 20 K€ HT - Toilettes (de type « sanivertes ») : 25 K€ à 35 K€ / HT (selon options) - Création de parkings pour vélos : environ 500 € HT par support en bois (pour 8 vélos). - Paysagement : 2 à 5 K€ HT par site
ÉLÉMENTS DE CONTRÔLE ET D'ÉVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombre de kilomètres et, surtout, qualité des itinéraires entretenus et/ou mis en service au niveau de la CODI ■ Fréquentation des itinéraires (possibilité d'utiliser un éco-compteur - environ 1.200 €/unité)

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.4	Mise en œuvre d'une politique vélo
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>La pratique du vélo connaît un important regain d'intérêt, en particulier depuis la mise en place des politiques vélos dans les grandes villes. Ce véritable phénomène social est en voie de se répercuter sur les lieux de vacances.</p> <p>La Bretagne a initié une véritable politique vélo avec 800 km d'itinéraires, sur 8 grands itinéraires, voies vertes qui vont de la Manche à l'Océan Atlantique, en traversant la Bretagne de part et d'autre. La CODI est traversée par 2 voies vertes la V2 et la V3, au départ de Saint-Malo, vers la presqu'île de Rhuys, d'une part, et Arzal via Rennes, d'autre part.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Accroître l'offre d'activités de pleine nature ■ Améliorer la qualité de l'offre de la filière vélo
DESCRIPTIF	<p>⇒ Politique Vélo</p> <p>Mise en œuvre de la politique vélo autour des voies vertes V2, V3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'un panneau d'information Vélo à la gare de Dinan et à l'Office de Tourisme • Création de points de services vélos <p>Identification d'un lieu d'accueil sur le port de Dinan (problématique des contraintes réglementaires et architecturales de site classé). La localisation idéale serait le site de la Maison de la Rance (facilité d'accès, visibilité, point d'information sur la nature et l'environnement, espace vert pouvant être utilisé comme lieu de détente, proximité avec la rue du Jerzual, point de départ pour une visite à pied sans vélo)</p> <p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> - consigne ou garage fermé pour les vélos (pour permettre aux cyclistes une visite libre de la cité de Dinan, sans vélo) - service de location de vélos (des prestataires privés sont actuellement à la recherche d'un local sur le port de Dinan) - autres services : point d'eau, pompe à air, petites réparations, lavage - aires de détente et pique-nique, sanitaires <ul style="list-style-type: none"> • Création et balisage de boucles familiales, notamment à partir du chemin de halage, et dans le cadre du plan randonnées (cf. action 2.3) <p>⇒ Hébergements</p> <p>Sensibilisation des communes et hébergeurs à l'accueil d'une clientèle vélo avec mise en place de services spécifiques : stationnement (racks à vélo) et services pour les hébergeurs (prêts de vélo, garage à vélo, point eau pour nettoyage vélos, fourniture de paniers pique-nique, etc.)</p>
SITES CONCERNES	Communes et hébergements, en particulier ceux situés près des V2 et V3
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	Communes, partenaires privés
PARTENAIRES	Pays touristique de Dinan, Conseil Régional / CRT, Conseil Général / CDT, Office de Tourisme, Comité départemental de cyclotourisme, Maison de la Rance

Action 2.4 (suite)	Mise en œuvre d'une politique vélo
---------------------------	-------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
-------------------------------------------------	--

CALENDRIER	Court terme : 2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Panneaux d'information : 2.000 à 4.000 € HT (2 panneaux) ■ Points services vélos : 2.000 à 3.000 € + investissements privés
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Installation de loueurs de vélo, nombre de vélos loués, comptages ...

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.5	Développement du tourisme fluvial et des activités liées à l'eau
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Le patrimoine fluvial lié à la Rance constitue l'un des principaux points forts de la CODI en termes d'attractivité touristique. La Région Bretagne a pour ambition de valoriser le tourisme fluvial et ses canaux ; dans le cadre de cette politique, Dinan constitue une ville étape majeure. La Rance est également intéressante car elle constitue le lien entre le littoral et l'intérieur, Dinan se situant aux confins de ces deux espaces, entre terre et mer.</p> <p>Ce patrimoine fluvial demeure néanmoins encore sous-exploité, sous-animé, et le thème de l'eau mérite d'être mieux valorisé.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Valoriser le patrimoine fluvial et développer les itinéraires le long de la Rance ■ Animer les bords de Rance ■ Favoriser le développement du « tourisme pêche » ■ Améliorer les activités de baignade
DESCRIPTIF	<p>⇒ Tourisme fluvial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'accueil des plaisanciers en escale (pontons ou mouillages visiteurs, services, information touristique ...) • Valorisation du chemin de halage et des bords de Rance : <ul style="list-style-type: none"> - signalétique (valoriser la promenade pédestre : port de Dinan / Léhon par le chemin de halage) - raccordement de boucles de randonnée, depuis le chemin de halage (cf. fiche 2.3) - aménagement de points de départ de randonnées, d'aires de détente et de station vélo (cf. fiches 2.3 et 2.4) - valorisation et renforcement de l'accessibilité du chemin de halage avec la création d'une boucle accessible à tous (cf. fiche 2.3) - création de sentiers d'interprétation du patrimoine valorisant le patrimoine historique et naturel (cf. fiche 2.3) • Adhésion des ports de Dinan / Lanvallay à l'association « Escales d'une rive à l'autre » (comme La Vicomté / Saint-Samson) <p>⇒ Animation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement de petits événements, sportifs ou culturels autour du thème de la nature, l'art et la Rance (manifestations sportives, randonnées guidées, « A dimanche au canal », évènementiel sur l'art et la nature, ...) <p>⇒ Pêche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorisation de l'activité pêche (hébergements adaptés, aménagement spécifiques, communication ...) sur l'ensemble du territoire, notamment sur la Rance, la rivière et le plan d'eau du Guinefort, le Pays de Dinan étant un site pilote à l'échelle départementale pour le développement de la filière <p>⇒ Piscines</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réflexion sur la rénovation des piscines de la CODI, dans une optique d'adaptation de l'offre aux nouvelles attentes des publics locaux et touristiques
SITES CONCERNES	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bords de Rance ■ Plan d'eau du Guinefort et autres rivières ■ Communes (piscines)

Action 2.5 (suite) Développement du tourisme fluvial et des activités liées à l'eau

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	Communes, ICIRMON
PARTENAIRES	Maison de la Rance Office de Tourisme Pays touristique de Dinan Association des communes Escales d'une rive à l'autre CDT Conseil Général Région Bretagne Fédération pêche, APPMA Loueurs de bateaux Associations de plaisanciers
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	A déterminer : amélioration conditions d'accueil des plaisanciers, aménagements pour les pêcheurs, rénovation des piscines ...
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Recensement du nombre d'animations et de manifestations ■ Enquête de satisfaction de la clientèle (pêcheurs, plaisanciers, randonneurs et promeneurs ...) ■ Nombre d'escales de plaisanciers ■ Vente de cartes de pêche ■ Etc ...

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.6	Développement des équipements de loisirs ludiques et des animations pour les familles
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>La diversité des activités praticables par l'ensemble des membres de la tribu familiale est un réel atout en termes d'attractivité touristique car la peur de s'ennuyer en vacances est une véritable préoccupation, particulièrement en ce qui concerne le milieu rural.</p> <p>Le territoire de la CODI a, en la matière, des lacunes, l'offre en équipements et activités de loisirs pour les clientèles familiales étant faible.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Améliorer l'accueil des familles ■ Fidéliser la clientèle en proposant une offre diversifiée à l'ensemble des membres d'une « tribu »
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ouverture des animations de type ANIMA'VAC au public touristique, et renforcement des actions de communication en direction des publics touristiques ⇒ Développement des animations à destination des enfants et familles, en complément de celles de la Maison de la Rance ⇒ Appui technique aux porteurs de projets pour la création d'équipements ludiques (ex : activité accrobranche, labyrinthe) ... ⇒ Définition de réserves foncières ou de zonages loisirs dans le cadre des PLU et du SCOT en cours d'élaboration
SITES CONCERNES	Ensemble du territoire de la CODI
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI / Office de tourisme / Maison de la Rance / Professionnels et associations
PARTENAIRES	Pays touristique de Dinan CDT, Conseil général Communes
CALENDRIER	Animations du type Anima'Vac : 2010 Maison de la Rance : 2010
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fréquentation par les touristes / excursionnistes des animations Anima'Vac ■ Enquête de satisfaction de la clientèle : questions relatives à l'accueil des familles et aux activités pour enfants ■ Création d'équipements et fréquentation de ces équipements

AXE 2	STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE
Action 2.7	Renforcement des animations et évènements sportifs et de pleine nature
Action secondaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Le territoire de Dinan est identifié pour son patrimoine architectural et historique, notamment les cités de Dinan et Léhon, il est beaucoup moins identifié pour son patrimoine naturel et ses paysages.</p> <p>Les espaces naturels méritent d'être valorisés au travers de la pratique d'activités et loisirs de pleine nature. Les évènements et animations sportives sont un bon moyen de mettre en valeur cette offre.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Animer le territoire ■ Valoriser le territoire en tant que lieu de pratiques d'activités sportives et de loisirs de pleine nature ■ Faire « parler » du territoire
DESRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ■ Développement des animations sportives de pleine nature et d'une manifestation sportive de grande ampleur, soit sur le thème du cyclisme (très bien ancré sur le territoire de la CODI), soit rassemblant diverses disciplines (course pédestre, cyclisme, VTT, équitation, canoë-kayak, aviron, y compris disciplines handisport, ...) ■ Participation renforcée aux manifestations existantes comme la « Journée de la randonnée »,... ■ Soutien technique aux organisateurs de manifestations sportives
SITES CONCERNES	Tout le territoire
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'OUVRAGE	Associations sportives et de loisirs, collectivités
MAITRISE D'ŒUVRE	Associations sportives et de loisirs, collectivités
PARTENAIRES	<p>CODI (coordination), communes</p> <p>Office de Tourisme</p> <p>DDJS / Fédérations sportives</p> <p>Conseil Général</p>

CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none">■ Nombre de manifestations et nombres de participants■ Retombées médiatiques

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.1	Organisation de la politique de communication
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Un constat est fait sur le déficit de communication de la CODI, mais également de la Ville de Dinan.</p> <p>Les atouts du territoire sont incontestables mais pas suffisamment communiqués. Dinan a aussi besoin de rénover son image en tant que ville dynamique, authentique et commerçante, et pas seulement comme cité médiévale ; par ailleurs le reste du territoire a besoin d'exister auprès de la cité de Dinan.</p> <p>De nombreux acteurs de l'animation ont aussi fait part de leur besoin d'être assistés et conseillés en matière de communication.</p> <p>Aujourd'hui, ni la CODI, ni la Ville de Dinan n'intègrent une compétence communication « tourisme » dans leurs équipes.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Améliorer la performance de la communication touristique ■ Développer la notoriété du territoire et affirmer son identité ■ Accompagner les professionnels
DESSCRIPTIF	<p>⇒ Missions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration, mise en place et suivi d'un plan média et de communication intégrant les domaines du tourisme, de la culture et de l'économie, sous le pilotage de l'OT pour ce qui concerne la communication touristique • Suivi du travail de création d'une marque et/ou d'une signature pour la promotion touristique du territoire, en cohérence avec les autres niveaux de territoires (Département, Région, Pays) • Coordination des actions de communication CODI / Ville de Dinan / Office de Tourisme / associations de commerçants et secteur économique • Suivi et gestion du budget communication • Suivi, conception et création de supports de communication, et organisation de leur diffusion • Constitution d'une photothèque • Relations presse (accueil de presse, conférences, rédaction des communiqués et dossiers de presse, mailings presse) • Veille sur les informations publiées dans les guides touristiques • Conseil et assistance technique aux acteurs privés et associatifs du secteur de l'animation, de l'évènementiel, du tourisme <p>Missions confiées à un chargé de communication en interne ou à un prestataire extérieur</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI / Office de Tourisme
PARTENAIRES	Acteurs professionnels et associatifs CDT / CRT (étude image et étude identitaire en cours de réalisation)

Action 3.1 (suite)	Organisation de la politique de communication
---------------------------	------------------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
-------------------------------------------------	--

CALENDRIER	2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Salaire et charges : à définir en fonction de l'ensemble des missions affectées au poste, sachant que le volet tourisme ne représentera qu'une partie de ce coût ■ Budget de communication : à définir
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evaluation des retombées presse ■ Enquêtes d'image et de notoriété

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.2	Elaboration d'un plan marketing et création d'une marque et/ou signature à vocation touristique
Action prioritaire	Action nouvelle
JUSTIFICATIF	<p>Le territoire de la CODI ne constitue pas une destination touristique en tant que telle, et l'image et l'identité du territoire restent floues, avec des confusions entre Dinan, Pays de Rance, Pays touristique de Dinan ...</p> <p>Aujourd'hui c'est Dinan qui est identifiée comme une destination touristique ou la Côte d'Emeraude, mais pas le territoire intercommunal (qui n'a d'ailleurs pas vocation à l'être).</p> <p>La CODI doit engager une réflexion de fond sur son image touristique (actuelle, à développer, ...), ainsi que le positionnement et la stratégie de communication à adopter à partir de thèmes de différenciation identifiés, en cohérence avec les autres niveaux territoriaux.</p> <p>Ainsi, le plan marketing devra intégrer la stratégie des différents émetteurs d'un territoire élargi et notamment « Terres Emeraude », les « Cités d'Art en Bretagne », le CDT et le CRT, identifiés comme des partenaires de promotion.</p> <p>D'autre part, l'ensemble des acteurs du développement touristique du territoire doivent s'attacher à coordonner leurs actions en matière de communication afin d'en accroître l'impact et les retombées. Les actions seront d'autant plus efficaces que tout le monde parlera d'une même voix et que les différents acteurs agiront de manière concertée.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Positionner le territoire dans l'esprit des prospects (les publics potentiels qui ne connaissent pas encore le territoire et son environnement), leur délivrer une image incluse dans une image plus large de destination touristique en s'obligeant à faire des choix et à hiérarchiser les différents et nombreux éléments d'attractivité touristique du territoire : on ne peut pas communiquer sur tout, au risque de véhiculer une image brouillée et de ne pas pouvoir transmettre une identité réelle, personnalisée et légitime ■ Obtenir une réelle coordination des actions de communication / promotion des différents acteurs, à partir du positionnement retenu (charte graphique, ...)
DESRIPTIF	<p>⇒ Consultation d'une agence spécialisée en marketing et communication chargée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de définir le positionnement, la politique et le programme de communication touristique, à partir du positionnement retenu, incluant un travail sur une appellation touristique, l'élaboration d'un logo, d'une accroche, d'une signature, ainsi que de la charte graphique en découlant (ceci en cohérence avec les positionnements actuels ou futurs de la Région, du Département, du Pays) ; la nouvelle communication devra intégrer le volet tourisme d'affaires • d'élaborer un plan d'action commerciale sur trois ans (détermination des objectifs, définition des publics cibles et produits-marchés, politique de prix, modes de distribution, politique promotionnelle, méthodes de suivi et d'évaluation, ...) <p>⇒ Réflexion sur une démarche de station touristique</p> <p>⇒ Mise en œuvre et suivi des actions du plan marketing</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI, en partenariat avec l'Office de Tourisme
MAITRISE D'ŒUVRE	<ul style="list-style-type: none"> ■ Elaboration du plan marketing et de communication : agence spécialisée en marketing et communication touristique ■ Mise en œuvre et suivi : CODI, en partenariat avec l'Office de Tourisme

Action 3.2 (suite)	Elaboration d'un plan marketing et création d'une marque et/ou signature à vocation touristique
---------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
PARTENAIRES	CDT / CRT (étude image et étude identitaire en cours de réalisation) Pays Touristique de Dinan / Terres Emeraude / Cités d'Art de Bretagne Acteurs professionnels du tourisme
CALENDRIER	2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mission agence de communication : 20 à 25 K€ HT. ■ Mise en œuvre et suivi du plan marketing : à définir ultérieurement.
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Enquêtes d'image et de notoriété ■ Mise en place d'un tableau de bord permettant la mesure des retombées (fréquentations) ■ Bilan annuel : mesure des écarts entre objectifs fixés et résultats enregistrés, retombées estimées ...

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.3	Amélioration des supports et outils de communication et d'information
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>La stratégie de communication adoptée (cf. action 3.2) débouchera nécessairement sur la réalisation de nouveaux outils de communication.</p> <p>Ces supports devront bien évidemment véhiculer le positionnement retenu et être adaptés aux cibles de communication.</p> <p>D'autres outils d'information sont aussi à améliorer pour optimiser la communication sur les animations (nécessité de créer un effet dynamique).</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Développer la notoriété de la destination avec de nouveaux supports d'information et de promotion ■ Améliorer la communication sur les animations ■ Améliorer l'accueil des visiteurs et la diffusion sur l'ensemble du territoire avec de nouveaux supports d'information
DESCRIPTIF	<p>⇒ Création de nouveaux supports de communication et de promotion valorisant la nouvelle marque / signature de destination, en cohérence avec les politiques départementale et régionale</p> <p>⇒ Amélioration du guide des animations à l'échelle de la CODI (avec coordination de la collecte des informations)</p> <p style="padding-left: 20px;">Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • informations permanentes : liste des restaurants, commerces et marchés, sites de visites et de loisirs ; horaires d'ouverture • informations ponctuelles : liste des animations, évènements, fêtes, visites guidées et sorties nature ; horaires <p style="padding-left: 20px;">Diffusion : hebdomadaire ou par quinzaine en haute saison, mensuelle le reste de l'année</p> <p>⇒ Mise en place de panneaux d'affichages institutionnels permanents sur l'ensemble des communes de la CODI, pour diffuser l'information sur les évènements et manifestations festives et culturelles du territoire (au centre des bourgs et sur les principaux lieux de passage des habitants et touristes)</p>
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI, communes, Office de Tourisme
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI, communes, Office de Tourisme
PARTENAIRES	Professionnels et associations culturelles CDT / CRT
CALENDRIER	2010
COUTS	A définir en fonction des choix opérés
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Enquêtes de notoriété ■ Enquête auprès des clientèles (questions relatives à l'information et la communication touristique) ■ Evolution de la fréquentation des sites majeurs et des animations

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.4	Renforcement des actions de promotion et de commercialisation
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Le plan marketing (cf. action 3.2) devra intégrer des actions en matière de promotion et de commercialisation.</p> <p>Le vente de produits touristiques fait déjà partie des actions réalisées par l'Office de Tourisme, mais la mise en œuvre du schéma de développement touristique permettra de dégager de nouvelles opportunités en la matière.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Développer la fréquentation grâce à la mise en œuvre d'une stratégie pluriannuelle et cohérente, en matière de promotion et de commercialisation, établie à partir du positionnement touristique retenu ; cette stratégie devra fixer les objectifs, choisir les moyens, préciser les actions et permettre de les évaluer. ■ Créer des produits touristiques identitaires (métiers d'art, nature, pêche ...) à même, naturellement, d'être vendus directement, mais également à même de servir de vitrine au territoire (donner des idées, montrer les richesses et la diversité ...)
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Mise en place d'un outil de commercialisation (logiciel) proposant la gestion instantanée des stocks de produits, le paiement en ligne, ... en coordination avec le CRT, dont la plateforme de commercialisation doit être réorganisée (réflexion en cours sur une plate-forme de réservation en ligne partagée) ⇒ Sensibilisation des prestataires touristiques (parfois réfractaires aux commissionnements, allotements ...) ⇒ Développement des référencements de produits touristiques auprès des distributeurs (tours opérateurs, agences réceptives, coffrets cadeaux, ...) ⇒ Développement des partenariats avec les centrales de réservation des structures institutionnelles (CDT, Formule Bretagne, Resinfrance, ...) ⇒ Démarche active auprès des autocaristes de proximité pour le développement des excursions ⇒ Développement des actions de promotion (salons et autres) en partenariat avec les autres structures concernées (CRT, CDT, Pays, Terres Emeraude ...)
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Office de tourisme
MAITRISE D'ŒUVRE	Office de tourisme
PARTENAIRES	CDT, CRT (projet de réorganisation de la commercialisation régionale), Terres Emeraude, professionnels
CALENDRIER	<ul style="list-style-type: none"> ■ A compter de 2010
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mise en place d'un budget de promotion en fonction du plan marketing défini ■ Investissement informatique : à définir
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evolution du CA de la centrale de réservation et du nombre de produits vendus ■ Evolution des référencements auprès des intermédiaires ■ Nombre d'actions de promotion partenariales

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.5	Renforcement des partenariats extérieurs
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>Pour exister par rapport à l'évolution actuelle du tourisme (entre autres les facilités de déplacement à l'échelle européenne et au-delà), la plupart des territoires touristiques doivent s'appuyer sur leur appartenance à un territoire géographique de plus en plus large et / ou à une identité territoriale de plus en plus marquée et / ou sur des complémentarités d'offres touristiques.</p> <p>Face à cette évolution, la CODI doit continuer de s'inscrire dans un territoire touristique qui dépasse ses propres « frontières administratives » intégrant le Mont Saint-Michel, Saint-Malo, Dinard, et le Cap Fréhel, ce afin de proposer une offre plus fournie, d'améliorer sa notoriété, sa lisibilité et accroître ainsi sa fréquentation.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Développer la notoriété et la spécificité du territoire de la CODI au sein d'une destination touristique plus large ■ Développer la fréquentation de l'ensemble des communes de la CODI en créant des synergies entre les communes, les acteurs et territoires environnants
DESSCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Poursuite de la participation au groupement Terres Emeraude et aux Cités d'Art de Bretagne ⇒ Mise en place d'une communication spécifique (vitrine) à l'aéroport de Dinard (en direct ou via Terres Emeraude) ⇒ Renforcement des partenariats avec le CDT et CRT (en matière de communication et de commercialisation de produits touristiques), ainsi qu'avec le Pays touristique de Dinan, en évitant les doublons (clarification des rôles)
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	Office de Tourisme / CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	Office de Tourisme / CODI
PARTENAIRES	Terres Emeraude, Cités d'art de Bretagne CDT, CRT Pays touristique de Dinan
CALENDRIER	Court, moyen et long termes
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nombres d'actions partenariales ■ Enquête auprès des clientèles

AXE 3	RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ
Action 3.6	Renforcement de la communication interne
Action secondaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>La poursuite du développement touristique de l'ensemble des communes de la CODI ne pourra être réelle, harmonieuse et durable, que si tous les acteurs touristiques en comprennent les enjeux et agissent en ce sens.</p> <p>Pour cela, il est nécessaire, d'une part, de mieux définir le « qui fait quoi » (organisation, fonction, répartition des rôles et des compétences, ...) au sein du territoire et, d'autre part, de renforcer l'information et les échanges entre les différents acteurs qui oeuvrent (de manière directe ou indirecte) au développement touristique de la CODI.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Favoriser la mise en œuvre d'actions de cohésion entre les acteurs du développement touristique local (les habitants en faisant partie) ■ Créer une dynamique nouvelle de développement touristique en fédérant et en sensibilisant l'ensemble des acteurs locaux, dont les habitants, à l'enjeu économique que représente le tourisme pour les communes de la CODI ■ Faciliter le rôle des professionnels locaux et des habitants en tant que relais de l'information et prescripteurs du territoire
DESCRIPTIF	<p>⇒ Communication / sensibilisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campagne de communication sur les atouts et retombées du tourisme pour les communes de la CODI • Rédaction d'une note explicative sur le positionnement « communication touristique » choisi et sur le plan d'action marketing défini ; diffusion auprès de tous les acteurs du développement touristique local (y compris les habitants) via, notamment, le bulletin intercommunal • Mise en place d'une carte ambassadeur (cf. action 1.10) <p>⇒ Mise en réseau / coordination</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poursuite de l'organisation régulière de réunions thématiques associant les communes, l'Office de Tourisme, les commerçants, les habitants et/ou les associations, dans un but d'échanges, mais également pour mettre sur pied certaines des nouvelles actions très concrètes du schéma, en particulier dans le domaine de l'animation et des évènementiels • Mise en place de mini-éductours, de journées portes ouvertes, ..., à destination plus particulièrement des professionnels locaux, dans le but d'améliorer la cohésion et d'enrichir la connaissance touristique (prospective touristique) <p>⇒ Commerces / restaurants</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication sur les horaires d'ouverture des commerces et restaurants au travers du guide (hebdomadaire ou mensuel) des animations • Renforcement de la communication auprès des nouveaux commerçants sur la charte des publicités et enseignes du secteur sauvegardé <p>⇒ Club tourisme affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement de la communication sur le club Dinan Tourisme d'Affaires et également sur les activités du Centre de Rencontres Economiques et Culturelles (CREC)
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
COORDINATION	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI / communes / Office de Tourisme
PARTENAIRES	Professionnels, milieu associatif Résidents

Action 3.6 (suite)	Renforcement de la communication interne
---------------------------	-------------------------------------------------

ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION (suite)	
-------------------------------------------------	--

CALENDRIER	Action permanente
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Publications effectives (bulletin CODI, bulletins municipaux ...) ■ Nombres de réunions organisées et niveau de participation ■ Enquêtes auprès des clientèles ■ Etc ...

AXE 4	COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
Action 4.1	Recrutement d'un chargé de mission tourisme
Action prioritaire	Action déjà engagée à poursuivre et/ou à renforcer
JUSTIFICATIF	<p>De nombreux acteurs touristiques se sont impliqués dans la mise en œuvre et la réussite du plan de développement touristique de la CODI. Il faut maintenant capitaliser sur cette mobilisation, rassembler les énergies, générer des synergies, des effets de levier, des économies d'échelle, ...</p> <p>Cela nécessite que soit renforcé le service tourisme de la CODI par la pérennisation du poste de chargé de mission, créé pour l'élaboration de la stratégie touristique.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Assurer l'animation du développement de l'économie touristique de la CODI, en partenariat avec l'ensemble des acteurs locaux du tourisme ■ Coordonner la mise en œuvre et le suivi du plan d'action de développement touristique
DESCRIPTIF	<p>⇒ Création d'une fonction « suivi et coordination du développement touristique » pour assurer la mise en œuvre du plan de développement touristique de la CODI, en lien avec les élus locaux, l'Office de Tourisme, les différents acteurs et opérateurs touristiques du territoire intercommunal</p> <p>Missions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • suivi et évaluation du schéma de développement touristique • observation de l'activité touristique • mise en œuvre et suivi de la politique de communication, en partenariat avec l'Office de Tourisme • réalisation d'enquêtes auprès des clientèles en collaboration avec l'Office de Tourisme • appui technique aux porteurs de projets en collaboration avec ACTOUR 22 • montage de dossiers pour l'accession aux labellisations du territoire communautaire • ...
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI
PARTENAIRES	Office de Tourisme
CALENDRIER	Pérennisation du poste à compter d'avril 2009
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Coût du poste : <ul style="list-style-type: none"> • Salaires et charges • Charges liées au poste (fonctionnement)
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bilan annuel à réaliser avec la structure hiérarchique

AXE 4	COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
Action 4.2	Observation de l'activité touristique
Action prioritaire	Action partiellement engagée à développer
JUSTIFICATIF	<p>Le tourisme constitue un important levier de développement économique pour la CODI, mais son poids économique réel n'est pas toujours aisément appréhendé par les décideurs, les professionnels et les habitants. Une réactualisation de l'étude des retombées économique du tourisme est nécessaire.</p> <p>Cette étude permettra également de justifier certains investissements préconisés dans le cadre du schéma au regard des retombées économiques attendues.</p> <p>Les enquêtes clientèles, qui sont par ailleurs obligatoires dans le cadre de la démarche qualité de l'Office de Tourisme, permettent de vérifier le niveau de perception et d'attentes des clientèles et doivent être développées à l'échelle du territoire.</p>
CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Appréhender le poids économique du tourisme sur le territoire de la CODI ■ Analyser le niveau de satisfaction des clientèles
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Elaboration et suivi des outils permettant de mesurer et de suivre l'évolution de la fréquentation touristique et de son impact économique à partir d'indicateurs tangibles (retraits bancaires, évolution du CA des hébergeurs, commerces et prestataires divers, vente de séjours ...), ainsi qu'à partir des modélisations usuelles (sur la base des nuitées et des dépenses par nuitée) ⇒ Sensibilisation des prestataires à l'importance de l'observation ⇒ Suivi de la taxe de séjour ⇒ Enquêtes de satisfaction auprès des clientèles
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI / Office de Tourisme
MAITRISE D'ŒUVRE	CODI / Office de Tourisme
PARTENAIRES	<p>CDT, CRT (observatoires)</p> <p>Acteurs économiques et touristiques</p> <p>UDOTSI</p>
CALENDRIER	<p>Mise en place des tableaux de bord fin 2009</p> <p>Enquêtes annuelles</p>
COUTS	Pour mémoire
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mise en place effective des outils et présentation de résultats pertinents et commentés ■ Mise en place des actions correctives suite aux enquêtes de satisfaction

AXE 4	COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
Action 4.3	Suivi et évaluation du schéma de développement touristique
Action prioritaire	Action nouvelle
JUSTIFICATIF	Issu de la volonté de la CODI, et accompagné par l'Office de Tourisme et les autres partenaires locaux du tourisme, ce programme de développement touristique implique que soient maintenus la mobilisation de ces acteurs ainsi qu'un dispositif permanent de coordination, mais également que soient opérés des évaluations régulières et d'éventuels ajustements.
■ CONTENU DE L'ACTION	
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pouvoir présenter régulièrement l'état d'avancement et les résultats du programme, en toute clarté, aux acteurs locaux du tourisme et aux différents partenaires ■ En tirer d'éventuelles conséquences ■ Rassembler à cette occasion l'ensemble des acteurs
DESCRIPTIF	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Rédaction d'un bilan annuel de la mise en œuvre du programme (actions réalisées, engagées et non engagées ; incidences budgétaires ; résultats enregistrés ; difficultés rencontrées ; propositions de réorientation ; etc. ...) ⇒ Présentation de ce bilan au cours d'un séminaire réunissant la CODI, les communes, l'Office du Tourisme, les différents acteurs locaux du tourisme et les partenaires, institutionnels, associatifs ou privés. Eventuellement travaux en ateliers sur des aspects particuliers et/ou interventions de personnalités extérieures ou d'invités ⇒ Réalisation et présentation d'un bilan détaillé à mi-parcours
ORGANISATION ET COUT DE L'ACTION	
MAITRISE D'OUVRAGE	CODI
MAITRISE D'ŒUVRE	Service tourisme de la CODI et Office de Tourisme
PARTENAIRES	Professionnels et acteurs du tourisme Pays touristique de Dinan CDT CRT
CALENDRIER	Un séminaire par an Bilan à mi-parcours (fin 2011)
COUTS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Organisation du séminaire : à définir (éventuelle participation d'intervenants extérieurs à rémunérer, location de matériel spécifique, duplication du rapport présentant le bilan, pot final ou repas)
ELEMENTS DE CONTROLE ET D'EVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Implication des partenaires dans l'élaboration des bilans ■ Perception des bilans par les participants et destinataires ■ Nombre de participants aux séminaires

C. LE CALENDRIER

Les tableaux ci-après présentent le calendrier des actions :

ACTIONS	1er semestre 2009	2ème semestre 2009	1er semestre 2010	2ème semestre 2010	2011	2012
AXE 1 – AMELIORER L'ACCUEIL ET L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE						
A – Améliorer l'accueil des visiteurs						
<i>Circulation / signalisation touristique</i>						
Action 1.1 - Réactualisation et extension du schéma de signalisation touristique, en conformité avec la directive départementale		Réactualisation schéma Mission agence spécialisée			Mise en place schéma	
Action 1.2 - Mise en œuvre du schéma de circulation et de stationnement de Dinan						
<i>Cadre général, cadre urbain, accessibilité</i>						
Action 1.3 - Amélioration du cadre urbain et des entrées de villes			Etudes techniques	Travaux		
Action 1.4 – Amélioration accessibilité pour tous						
<i>Hébergements touristiques</i>						
Action 1.5 - Amélioration des campings			Etude requalification camping Dinan Etude paysagère		Travaux d'amélioration	
Action 1.6 - Poursuite des aménagements d'aires d'accueil pour camping-cars et réglementation de leur stationnement			Etudes techniques		Travaux	
<i>Transports collectifs – intermodalité</i>						
Action 1.7 – Développement des transports collectifs et de l'intermodalité						
<i>Clientèles spécifiques</i>						
Action 1.8 – Développement du tourisme d'affaires (colloques, séminaires)						
<i>Professionnalisation</i>						
Action 1.9 – Sensibilisation des professionnels aux impératifs d'adaptation et de professionnalisation						

Action à poursuivre et/ou à renforcer	Action partiellement engagée à développer	Action nouvelle	Action prioritaire	Action secondaire
----------------------------------------------	--------------------------------------------------	------------------------	---------------------------	--------------------------

ACTIONS	1er semestre 2009	2ème semestre 2009	1er semestre 2010	2ème semestre 2010	2011	2012
AXE 1 – AMELIORER L’ACCUEIL ET L’OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE						
B – Améliorer l’offre patrimoniale et culturelle						
<i>Mise en tourisme et mise en scène du patrimoine</i>						
Action. 1.10 - Etude de valorisation touristique et culturelle du château et des tours de Dinan			Etude repositionnement	Etude scénographie		Travaux
Action 1.11 - Valorisation et interprétation du patrimoine		Théâtralisation, mise en scène patrimoine Recherche financement centre interprétation patrimoine	Etude projet maison du granit	Lancement travaux centre interprétation patrimoine	Création circuits interprétation patrimoine Réalisation maison granit	
<i>Mise en réseau de sites de visites</i>						
Action 1.12 - Mise en réseau et optimisation des sites de visite, création d’un pass inter-sites et création d’une carte ambassadeur pour les habitants		Mobilisation des professionnels	Définition du produit	Mise en marché pass et carte ambassadeur		
<i>Animations culturelles et événementiel</i>						
Action 1.13 - Développement et coordination d’un programme d’animations annuel						
Action.1.14 - Politique d’accueil d’évènementiels		Mise en place groupe réflexion		Création nouvel évènementiel		

<i>Action à poursuivre et/ou à renforcer</i>	<i>Action partiellement engagée à développer</i>	<i>Action nouvelle</i>	<i>Action prioritaire</i>	<i>Action secondaire</i>
----------------------------------------------	--------------------------------------------------	------------------------	---------------------------	--------------------------

ACTIONS	1er semestre 2009	2ème semestre 2009	1er semestre 2010	2ème semestre 2010	2011	2012
AXE 2 – STRUCTURER LES FILIERES STRATEGIQUES : LES METIERS D'ART ET L'OFFRE LOISIRS / NATURE						
A – S'affirmer comme un pôle des métiers d'art						
Action 2.1 – Finalisation du projet de conservatoire des métiers d'art rares		Etude financière et juridique		Création conservatoire		
Action 2.2 – Structuration de la filière métiers d'art		Organisation de la filière		Aménagement salles expositions et ateliers Développement animations et stages		
B – Faire émerger une véritable offre loisirs / nature						
Randonnées						
Action 2.3 - Réactualisation du plan randonnées	Réactualisation plan randonnées				Création sentiers interprétation	
Vélo						
Action 2.4 - Mise en œuvre d'une politique vélo		Programmation politique vélo		Mise en place équipements		
Equipements de loisirs et animation						
Action 2.5 - Développement des activités liées à l'eau (activités nautiques, fluviales, piscines et points de baignades, pêche, ...)						
Action 2.6 - Développement des équipements de loisirs ludiques et des animations pour familles			Renforcement programme animation (animavac, Maison de la Rance)			
Action 2.7 - Renforcement des animations et évènements sportifs et de pleine nature						

Action à poursuivre et/ou à renforcer	Action partiellement engagée à développer	Action nouvelle	Action prioritaire	Action secondaire
----------------------------------------------	--------------------------------------------------	------------------------	---------------------------	--------------------------

ACTIONS	1er semestre 2009	2ème semestre 2009	1er semestre 2010	2ème semestre 2010	2011	2012
AXE 3 – RENFORCER LA COMMUNICATION ET LES ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ						
Action 3.1 – Organisation de la politique de communication						
Action 3.2 - Elaboration d'un plan marketing, communication et création d'une marque et/ou d'une signature à vocation touristique						
Action 3.3 - Amélioration des supports et outils de communication et d'information		Amélioration programme animation et diffusion	Création panneaux affichages	Elaboration nouveaux supports communication		
Action 3.4 - Renforcement des actions de promotion et de commercialisation						
Action 3.5 - Renforcement des partenariats extérieurs						
Action 3.6 - Renforcement de la communication interne (en direction des acteurs du tourisme, des partenaires et des habitants)						
AXE 4 – COORDONNER, SUIVRE ET EVALUER LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE						
Action 4.1 - Recrutement d'un chargé de mission tourisme						
Action 4.2 – Observation de l'activité touristique						
Action 4.3 - Suivi et évaluation du schéma de développement touristique						
<i>Action à poursuivre et/ou à renforcer</i>	<i>Action partiellement engagée à développer</i>	<i>Action nouvelle</i>	<i>Action prioritaire</i>	<i>Action secondaire</i>		

D. GOUVERNANCE

Définition

La gouvernance est l'ensemble des arrangements formels et informels des acteurs privés et publics à partir desquels sont mises en œuvre des décisions.

Objectifs de la gouvernance

- ⇒ Définir la structuration du tourisme au sein de l'intercommunalité
- ⇒ Répartir les compétences entre l'OT et la CODI
- ⇒ Définir la mise en œuvre du schéma touristique

Répartition des compétences

Le schéma ci-après propose une répartition des compétences entre les deux principaux acteurs du développement touristiques de l'intercommunalité :

- La CODI, représentée par son service tourisme
- L'Office de Tourisme de Dinan, Pays de Rance, à vocation communautaire

REPARTITION DES COMPETENCES



