

Publié le 19 décembre 2014

Hermitage-Tournonnais (Drôme) : la création comme promotion touristique

En réunissant ses deux offices de tourisme dans la Spl Hermitage-Tournonnais, la communauté de communes s'est engagée pour faire de son territoire une véritable destination touristique. Une promotion innovante s'est mise en place à travers des courts métrages et autres initiatives originales comme ces hôtesses à la rencontre des visiteurs en gyropode.



C'est une nouvelle stratégie de développement pour les 26 communes du Pays de l'Hermitage et du Tournonnais, au cœur de la Vallée du Rhône. Depuis le 1er janvier 2014, les deux communautés de communes historiques ont fusionné pour créer une nouvelle intercommunalité. Dans la dynamique, les deux offices de tourisme, jusqu'à présent gérées par des associations, ont été rassemblés au sein d'une [Spl](#). Objectif : mutualiser les compétences et les savoir-faire afin de doper le tourisme sur le territoire.

A la tête de cette nouvelle équipe, Christophe Bonin mise également sur l'originalité et l'innovation pour attirer les visiteurs. Des campagnes de communication sur les atouts du territoire sont ainsi relayées depuis quelques mois sur internet et les réseaux sociaux. « Ce sont des outils de promotion incontournables, mais qu'il faut savoir rendre percutants », commente le directeur. Des vidéos ont ainsi été imaginées pour interpeler les internautes et les inciter à venir sur place.

Une ambassadrice nommée Anna

Le troisième épisode des « Vacances d'Anna et Cie » a été projeté en avant-première mi décembre

sur le grand écran du cinéma local. Cette petite fille espiègle et attachante raconte ses vacances en famille, dans le Pays de l'Hermitage et du Tournonais. « Ces films promotionnels, réalisés par un cinéaste professionnel, sont associés à un clip d'environ d'une minute, qui sera diffusé sur le web et autres supports, montrant les sites et les activités remarquables du territoire », précise Christophe Bonin.

L'ambition est aussi de faire d'Hermitage Tournonais une destination oenotouristique incontournable et de la positionner comme une étape gourmande du couloir rhodanien tout comme une halte de choix pour les croisiéristes sur le Rhône. La stratégie s'appuiera sur la mise en synergie du site web de l'Office de tourisme, des réseaux sociaux, des relations presse et d'éductours réalisés pour des agences réceptives. Parmi les produits mis en avant : le Petit train des Vignes de l'Hermitage qui arpente les côteaux du printemps à l'automne à partir du centre historique de Tain, à deux pas d'une cave qui s'est dotée en novembre d'un pôle vigneron. Un circuit de visite oenotouristique y sera proposé dès mars prochain. Ces nouveautés s'ajoutent au train de l'Ardèche, au château-musée de Tournon, ou encore à la Cité du Chocolat qui a accueilli plus de 100 000 visiteurs pour sa première année d'ouverture.