



,SCHÉMA DE
DÉVELOPPEMENT
touristique durable et
des loisirs du Grand Dole
2024-2028



Un territoire pleinement investi en faveur du tourisme

« Ce schéma de développement est un acte fort qui nous permet de réaffirmer notre ambition pour notre destination touristique. Une ambition partagée par les acteurs institutionnels et privés du tourisme avec lesquels nous souhaitons poursuivre le travail initié depuis plusieurs années pour faire rayonner ce territoire aux multiples facettes.

La Communauté d'Agglomération du Grand Dole est dotée depuis 2016, d'une gouvernance commune pour la gestion de son développement touristique grâce à la création de la société publique locale Hello Dole. Ainsi, des habitants de ce territoire, de Dole, du Grand Dole, du Jura, de la Bourgogne-Franche-Comté, aux visiteurs plus lointains français et étrangers, chacun trouve dans ce « guichet unique » une réponse adéquate pour organiser réunions, séminaires, rencontres, visites ou pour tout simplement organiser un séjour sur notre destination.

Ce **schéma de développement touristique durable et des loisirs du Grand Dole** permettra à tous de mesurer le chemin parcouru et celui à parcourir pour répondre aux objectifs prioritaires fixés dans ce domaine, où nous sommes convaincus que la réussite ne peut être que collective. Avoir une stratégie ambitieuse au service du développement touristique, c'est à la fois répondre aux enjeux économiques, patrimoniaux, événementiels et environnementaux, mais aussi relever les défis afin d'assurer sur le temps long l'attractivité et le dynamisme de notre territoire.. »

Jean-Baptiste Gagnoux
Président de Hello Dole

Jean-Pascal Fichère
Président de la Communauté
d'Agglomération du Grand Dole

Avant propos

Le schéma local de développement touristique a pour but de définir et mettre en œuvre une stratégie de développement touristique du territoire. Ce document cadre permet de disposer d'un plan d'actions à court et moyen terme avec planification des projets et des dépenses. Cela donne de la visibilité à la collectivité mais également aux professionnels du tourisme qui peuvent être directement ou indirectement concernés par les actions qui

seront mises en place pour accroître la fréquentation touristique et donc les retombées économiques du tourisme sur le territoire. Il permet aussi de définir les clientèles cibles et les thématiques porteuses pour le territoire. La réflexion qui a guidée la rédaction de ce schéma a été largement nourrie lors des ateliers territoriaux « tourisme et attractivité » portés par les élus de la collectivité du Grand Dole dès 2021.

Sommaire

01

LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : UNE ŒUVRE COLLECTIVE

- **Page 3** : La Région Bourgogne-Franche-Comté : un interlocuteur incontournable
- **Page 4** : Le Conseil Départemental : partenaire clef
- **Page 5** : La Communauté d'Agglomération du Grand Dole : un projet de territoire
- **Page 6** : Pays de Dole, au cœur de la Bourgogne-Franche-Comté
- **Page 7** : Hello Dole : une marque de destination - marketing territorial
- **Page 8** : Les communes du Grand Dole : des maillons essentiels de l'hospitalité touristique

02

UNE DESTINATION TOURISTIQUE QUI S'IMPOSE

- **Page 9** : Faire de nos atouts une force

03

UNE AMBITION PARTAGÉE

- **Page 10** : Développer les atouts touristiques, les équipements de loisirs et de plein air de la CAGD

04

LA GOUVERNANCE ET LES AXES STRATÉGIQUES

- **Page 11** : Schéma de gouvernance
- **Page 12** : Les axes de développement et les actions

05

MISE EN ŒUVRE ET ÉVALUATION

- **Page 13** : Le système de suivi

06

ANNEXES

- **Page 14** : Définition de l'identité Hello Dole
- **Page 15** : Définition d'une stratégie digitale Schéma Diagnostic numérique Hello Dole et Dole Tourisme
- **Page 16** : Les partenaires du SDTDL 2024-2028 de la CAGD
- **Page 17** : Les grands événements de la CAGD en 2024
- **Page 19** : Les 4 AXES stratégiques et les 16 familles d'actions en résumé
- **Page 20** : Exemples de fiches actions
- **Page 23** : Le territoire
- **Page 24** : Un territoire entre forêts (Chaux et Serre) et rivières (Doubs et Loue)

La Région Bourgogne-Franche-Comté : un interlocuteur incontournable

Le SRDTL 2023 – 2028 s’articule autour d’un défi transversal, le tourisme responsable et de trois enjeux

- Un enjeu environnemental : adaptation aux conséquences du changement climatique, prise en compte de la problématique de l’eau (disponibilité, qualité), développement des mobilités douces et de l’intermodalité, mesure de l’impact environnemental du tourisme,...
- Un enjeu économique : mise en place d’éco conditions des aides, renforcement du tourisme de proximité...
- Un enjeu éthique (intégrer des critères moraux dans le développement et le fonctionnement) : partager une éthique de responsabilité avec les acteurs du tourisme, les habitants et les touristes, engager des concertations avec les territoires et les populations locales sur les grands projets ...

À partir du défi transversal décrit ci-contre, il est proposé d’identifier **3 axes stratégiques** qui se déclineront chacun dans les 4 axes du SDTLD 2024-2028 de la CAGD (à retrouver pages 12).

A. EXCELLENCE : Développer les filières stratégiques régionales (soutien de l’investissement, structuration de l’offre, animation)

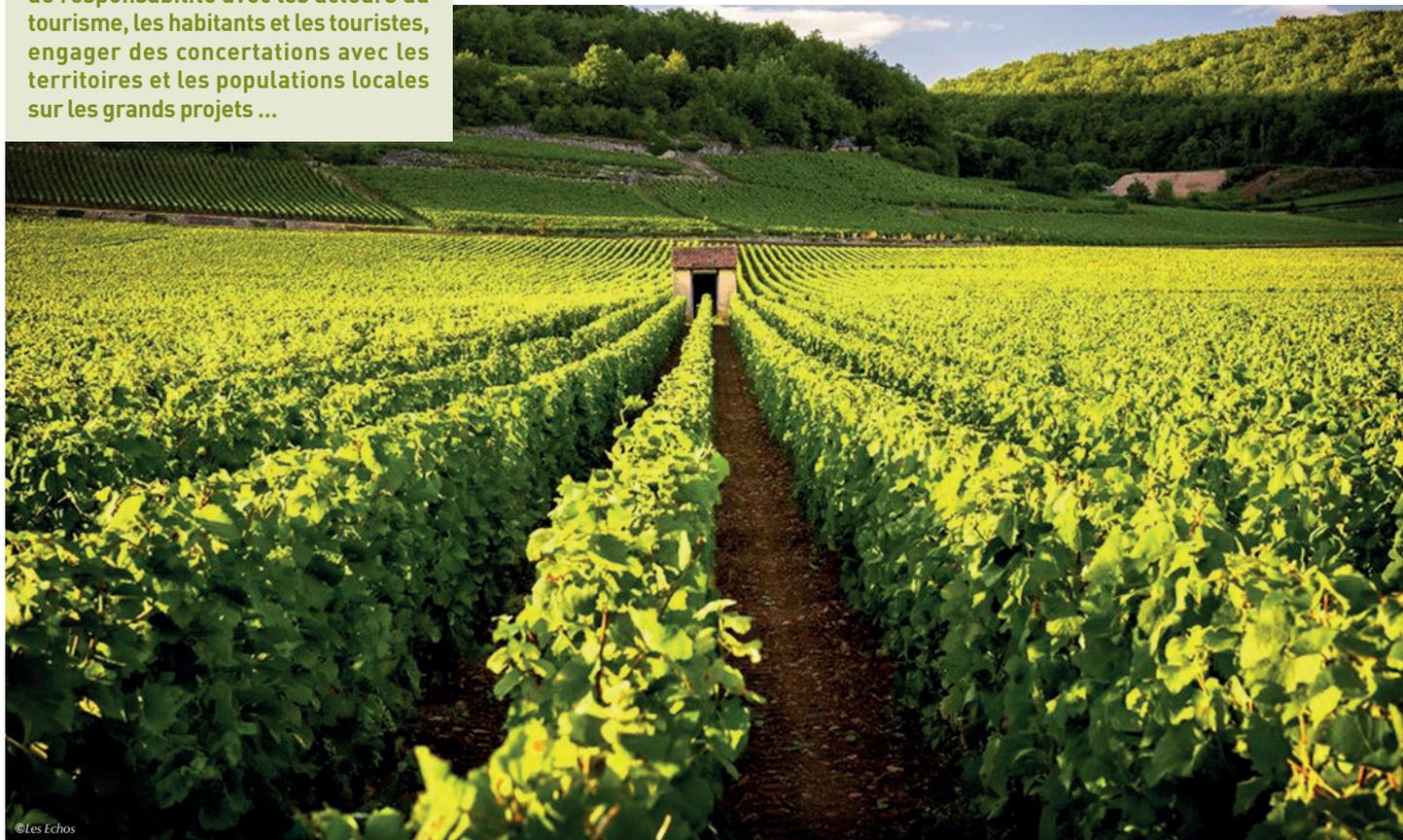
- Mise en œuvre d’une nouvelle politique en direction des sites de nature incluant la transition climatique de la montagne.
- Soutenir et développer les filières d’excellence (Itinérance, fluvial, œnotourisme et gastronomie, patrimoine, tourisme d’affaires).
- Poursuivre le développement sélectif et la montée en gamme des hébergements en lien avec les filières et les territoires.

B. ATTRACTIVITÉ : Renforcer l’attractivité touristique régionale

- Poursuivre le développement de l’attractivité de nos destinations et de nos territoires (marque de territoire, tourisme de proximité, attractivité résidentielle).
- Travailler l’attractivité des métiers du tourisme et la professionnalisation
- Renforcer l’attractivité de l’économie touristique (prospection des investisseurs, modernisation des équipements, accompagnement en ingénierie).

C. COOPÉRATION PUBLIC-PRIVÉ : Développer la coopération et l’ingénierie

- Renforcer la coopération entre les acteurs publics et privés.
- Améliorer les outils au service du tourisme (règlements d’intervention, observation, numérique, data).



©Les Echos

01 - LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : UNE ŒUVRE COLLECTIVE

UNE SYNERGIE INSTITUTIONNELLE AU SERVICE DES DESTINATIONS



ZOOM



Jura Tourisme

L'agence départementale du tourisme

Outil du Conseil départemental pour le développement touristique au service de l'attractivité du Jura et de la performance des acteurs, Jura Tourisme est créé pour élaborer et mettre en œuvre la politique départementale. Elle est membre du réseau national ADN Tourisme et reconnue par l'Assemblée des départements de France.

Elle participe à dynamiser et stimuler l'offre touristique, en favorisant l'innovation et la qualité.

Le véritable enjeu de l'ADT repose sur l'attractivité du Jura, la notoriété et l'image du territoire. Elle œuvre à faciliter l'accès à l'offre du Jura pour le client.

Plusieurs filières et thématiques sont valorisées : le tourisme durable, la randonnée, l'Echappée Jurassienne, l'œnotourisme, le Jura à Vélo, le Trail, la thématique hiver.

Ce nouveau schéma doit permettre également d'accompagner les EPCI dans leur stratégie d'attractivité touristique via l'Agence Départementale d'Ingénierie avec l'appui technique du CDT.

Le Conseil départemental : partenaire clef

Schéma départemental du Tourisme et des Loisirs 2022-2028 :

Cadre stratégique de référence à l'échelle du Jura pour adapter l'offre et le modèle de développement touristique, expression d'une œuvre collective co-construite avec les territoires et les acteurs dont la politique du conseil départemental et du CDT constitue un des volets.

3 grands AXES et 10 familles d'actions :

A. L'enjeu de l'offre DURABLE et ÉCO RESPONSABLE : Résilience Équilibre et Qualité

1. Réussir la reconversion, la transformation des grands sites d'intérêt départemental.
2. Accompagner et valoriser une sélection de sites locaux dans le domaine du tourisme patrimonial, du savoir-faire, du bien-être et de l'aqualudique.
3. Assurer la mise en tourisme Jura vélo (PDIPR et grands itinéraires).
4. Soutenir l'offre culturelle, événementielle, sportive et gastronomique toute l'année.
5. Préserver le capital nature du Jura.

B. L'enjeu du marketing territorial Jura et de l'attractivité

6. Capitaliser sur la marque Jura.

C. L'enjeu de la Gouvernance et de l'Ingénierie pour mieux accompagner l'offre et les territoires

7. Missions du CDT avec l'agence d'ingénierie (convention d'objectifs et de partenariat).
8. Améliorer l'accueil, la satisfaction clients et la relation habitants-touristes.
9. Mobilité, accessibilité, transport et signalétique. Transition et usages numériques.
10. Observation et évaluation.



La Communauté d'Agglomération du Grand Dole : un projet de territoire

Le territoire du Grand Dole dispose d'une localisation stratégique et doit valoriser son rôle à proximité du carrefour entre Paris, le couloir rhénan, le couloir rhônalpin et la Suisse. À mi-chemin entre Dijon, Besançon et Lons-le-Saunier, le Grand Dole et la ville de Dole marquent le Nord Jura de leur influence, grâce à une bonne accessibilité, un réseau complet d'infrastructures de transport, un ancrage économique solide et diversifié, une offre d'équipements, commerces et services plus dense qu'ailleurs.

En plus de profiter d'un positionnement idéal au carrefour d'un nœud autoroutier, il dispose d'un réseau de routes de qualité, d'une offre ferrée nationale et régionale pour relier les deux ex-capitales régionales franc-comtoise et bourguignonne, d'un aéroport

régional à rayonnement international pour des vols touristiques, de la traversée de l'Eurovelo 6, axe cyclable européen majeur, et d'un port fluvial à Dole, le long du Canal du Rhône au Rhin.

Le territoire de la Communauté d'Agglomération du Grand Dole associe également les qualités d'un cadre de vie exceptionnel aux ressources variées. Entre Dole, ville - centre et Ville d'Art et d'Histoire, une faune et une flore variées, des talents et savoirs-faire reconnus, des infrastructures de qualité, un patrimoine remarquable et un terroir aux mille gourmandises, le Grand Dole est le théâtre de toutes les envies, et offre des atouts essentiels d'une destination touristique majeure.

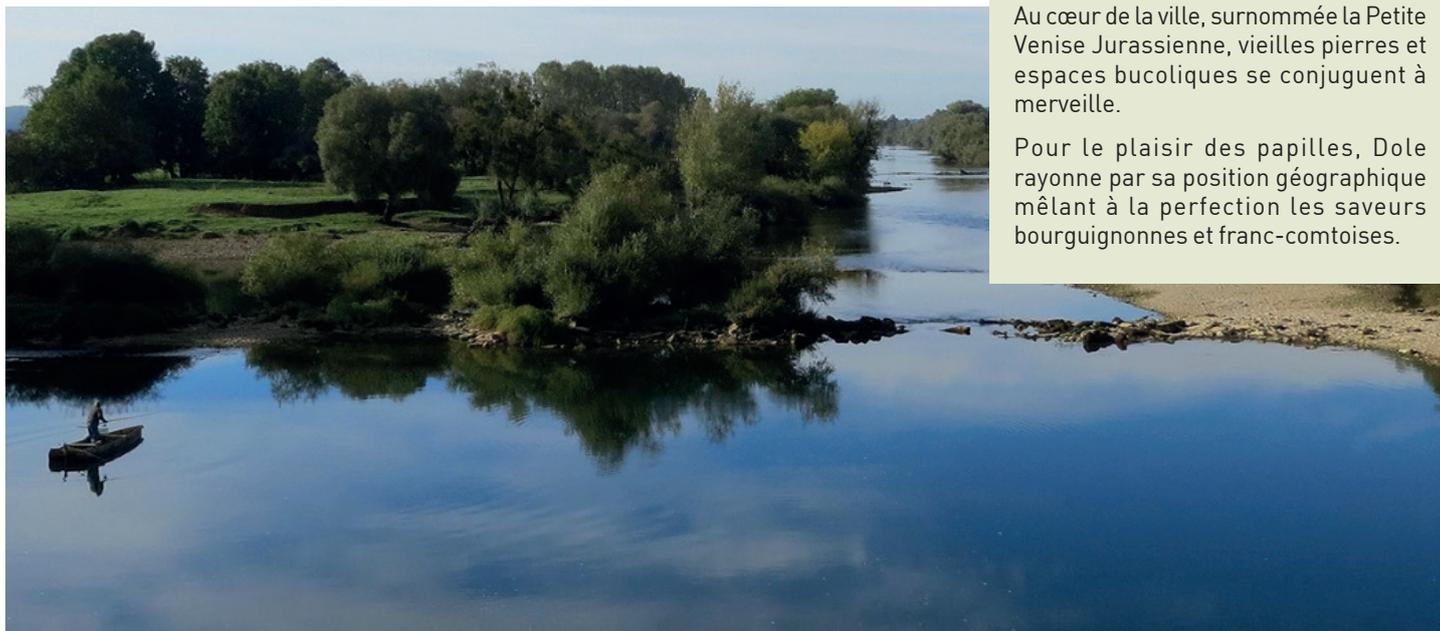
ZOOM



Porte d'entrée du Jura, Dole offre un territoire d'accueil remarquable

Dotée d'un patrimoine d'exception et ponctuée d'une nature préservée, Dole constitue une destination idéale, un véritable écrin entre culture et nature. Au cœur de la ville, surnommée la Petite Venise Jurassienne, vieilles pierres et espaces bucoliques se conjuguent à merveille.

Pour le plaisir des papilles, Dole rayonne par sa position géographique mêlant à la perfection les saveurs bourguignonnes et franc-comtoises.



Projet de territoire et actions proposées dans le cadre des ateliers territoriaux de 2021 des communes du Grand Dole

7 priorités 2024-2028 :

1. Encourager un tourisme doux et responsable dans les sites naturels du Grand Dole (Massif de Chaux et de la Serre, Ile du Girard) dans une logique responsable et tenant compte des impératifs environnementaux. Aménagements et réhabilitations des parcours santé et des aires de jeux dans les communes.

2. Développer les filières d'excellence, métiers d'arts, artisanat, industrie et gastronomie (Dole à Croquer, Week-end Gourmand du Chat Perché, Parcours des talents et des savoirs-faire).

3. Développer les services et équipements liés à l'intermodalité, à l'hébergement marchand et à une meilleure mise en valeur du patrimoine

4. Affirmer Dole comme une destination d'affaires (MIE = Meeting, Incentive, Events) - préciser la stratégie et accentuer la communication pour les Congrès. Développer l'offre d'hébergement de grande capacité et mixte, attirer des investisseurs privés, créer un pôle d'investissement, sans détruire la ressource locale.

5. Affirmer notre identité : logos, appellation partagée (Dole à Croquer, Dole du Jura,

Pays Dolois -Pays de Pasteur). Valoriser nos portes d'entrées multimodales : gare - aéroport - signalétique - autoroutes. Travailler et rénover la signalétique

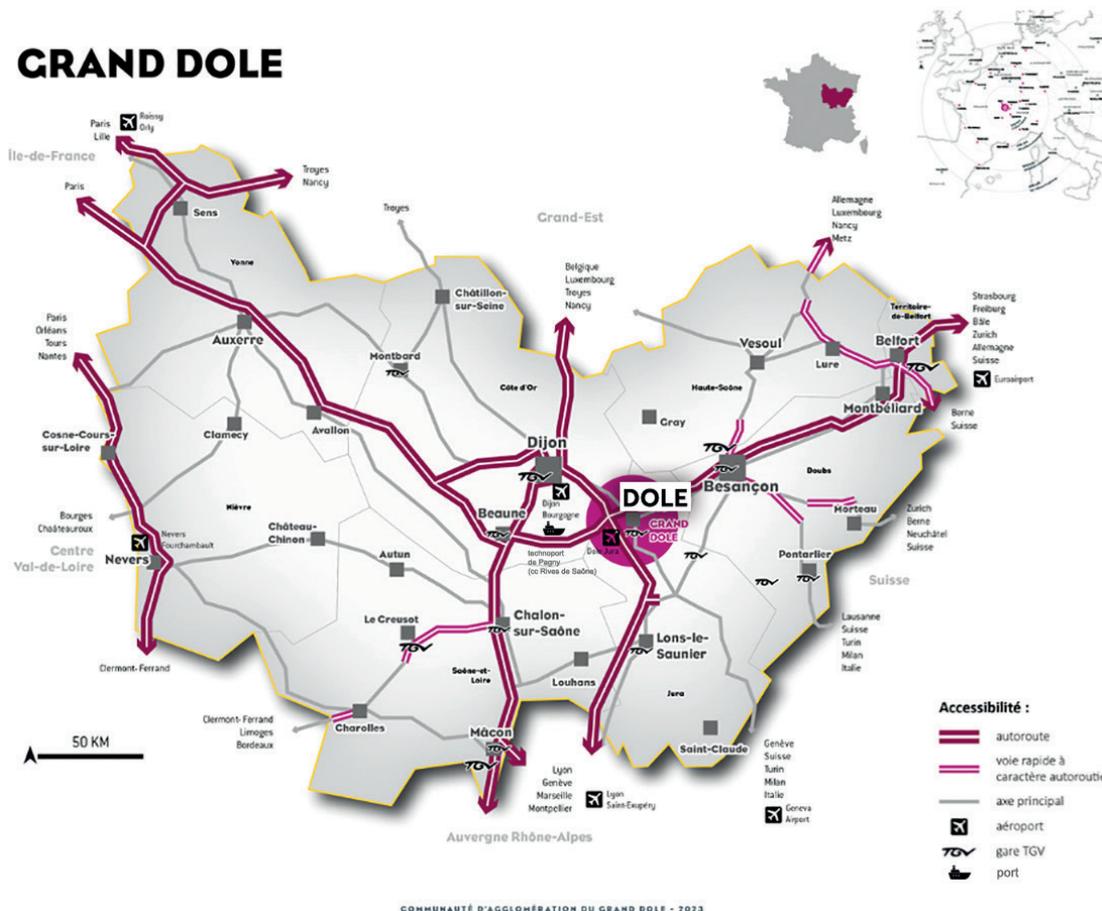
6. Définition et développement d'une stratégie digitale touristique intégrée du territoire. Études et développements cohérents des supports existants.

7. Développer le tourisme industriel et de savoir-faire

01 - LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : UNE ŒUVRE COLLECTIVE

Pays de Dole, au cœur de la Bourgogne-Franche-Comté

GRAND DOLE



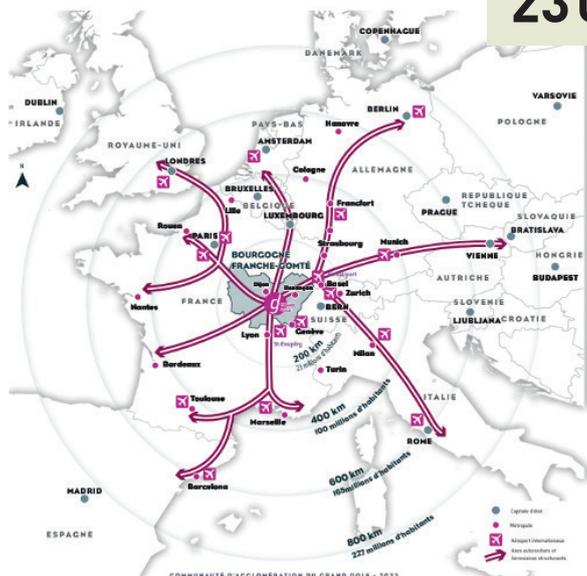
Le territoire en chiffre

sources : Insee et Décidata données CCI-CMA

47 COMMUNES
56 342 HABITANTS
20 872 ACTIFS
23 091 EMPLOIS

Temps de trajets

PARIS :
 4h en voiture, 2h en train
LYON :
 2h 15 en voiture, 2h 45 en train
DIJON :
 45 min en voiture, 23 min en train
BESANÇON :
 45 min en voiture, 30 min en train
AÉROPORTS INTERNATIONAUX
 à 2h : Lyon Saint-Exupéry,
 Bâle-Mulhouse, Genève Cointrin



La Bourgogne-Franche-Comté naturellement européenne.

Hello Dole : Une marque de destination - marketing territorial

Le choix de la marque touristique traduit la volonté des acteurs institutionnels et privés de s'identifier individuellement et collectivement et d'intégrer ainsi une stratégie de communication commune, partagée et développée.



HELLO DOLE
ÉVÉNEMENTIELS & TOURISME



La SPL Hello Dole

Société Publique Locale pour le tourisme et l'événementiel créé en avril 2016 par le Grand Dole et la Ville de Dole, elle se décline en quatre entités : Dole Tourisme, La Commanderie, Dolexpo et Locodole.

Des services...

Pour le compte de ses actionnaires et sur leur territoire exclusivement, la société œuvre pour la gestion, l'animation et la promotion touristique et événementielle du territoire, notamment pour :

- l'élaboration, la révision et la mise en œuvre de la politique de promotion et de développement du territoire ;
- la gestion et l'organisation de l'accueil et l'information touristique au sein des bureaux d'informations touristiques implantés sur le territoire ;
- la gestion d'équipements culturels et événementiels ;
- le développement d'une politique de tourisme d'affaires (organisation de colloques, séminaires, congrès...), la coordination des différents acteurs du tourisme implanté sur le territoire ;
- la commercialisation de forfaits et produits touristiques, la billetterie et la boutique de produits locaux dans les conditions applicables à un organisme local de tourisme.

... à la gestion d'équipements

1 événement :
3 Sites, 3 ambiances



La Commanderie, structure contemporaine, entièrement végétalisée, à proximité immédiate du centre-ville, en bordure du Doubs. 3 000 places assises ;



Dolexpo, friche industrielle rénovée en Parc des expositions équipé, offrant jusqu'à 12 000 m² couverts + parkings ;



Locodole, espace moderne et chaleureux, plus intime à deux pas de la gare et du centre historique. espace de coworking, 3 espaces

modulables (accueil = 120 personnes en format conférence, 150 personnes en format cocktail) + 7 poste nomades (WIFI et connexion filaire) + espace détente.

ZOOM



Le rôle de Dole Tourisme

- Un guichet d'entrée des porteurs de projets touristiques mettant à disposition des outils ;
- le maître d'ouvrage de l'hospitalité touristique.

La marque Hello Dole

Un outil de développement fédérateur faisant de notre territoire un lieu unique. La marque Hello Dole existe déjà, elle est déposée à l'INPI et présente l'avantage de pouvoir capitaliser sur le travail de référencement engagé.

01 - LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : UNE ŒUVRE COLLECTIVE

Les communes du Grand Dole : des maillons essentiels de l'hospitalité touristique

• Valoriser notre activité et travailler en réseau :

Les communes du Grand Dole participent à façonner la destination de demain par leurs actions en matière d'aménagement, de préservation, de valorisation et de développement de l'offre touristique, culturelle et sportive, d'amélioration de cadre de vie, d'accueil de porteurs de projets, de qualification de l'offre par le biais de labels.

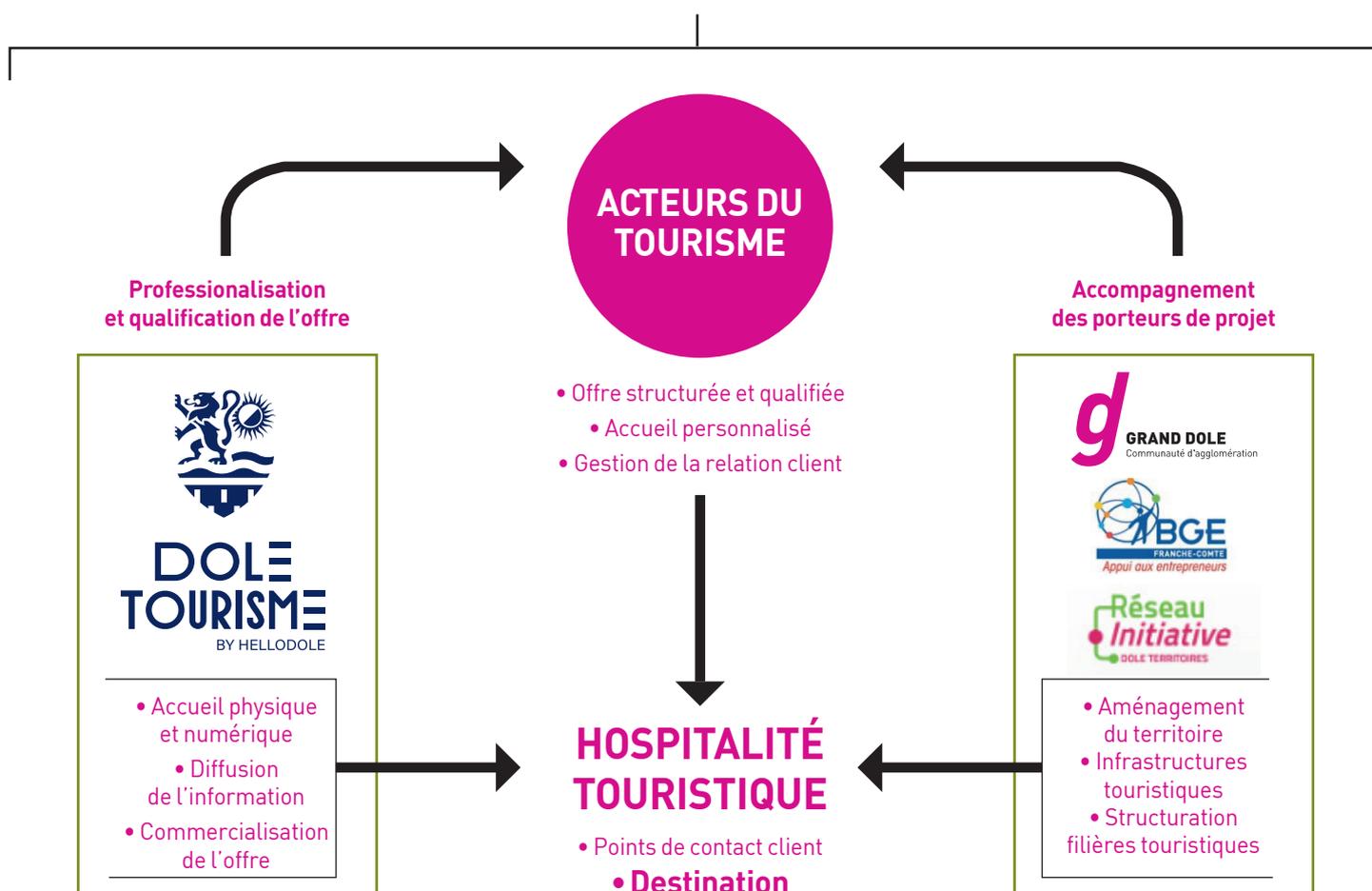
• **S'inspirer les uns les autres** à travers des initiatives et projets portés par la collectivité ou des privés (Conférence des Maires, Conseil de Développement du Pays Dolois), etc.

• **Les projets d'aménagement et d'équipements** doivent s'inscrire dans une logique de développement responsable suivant les orientations du SDTLD 2024-2028 : ils profitent aussi bien à la population locale qu'aux visiteurs et sont vecteurs d'attractivité.

• **Une marque touristique, en cours de refonte, partagée** par l'ensemble des communes du Grand Dole, tous les socio-professionnels du tourisme.

AMÉLIORATION CONTINUE DE L'HOSPITALITÉ TOURISTIQUE

Mise en œuvre du SDTLD



01 - LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE : UNE ŒUVRE COLLECTIVE

Faire de nos atouts une force

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE :



- **Un territoire dynamique et accessible** avec une mobilité douce développée (EV6, Échappée Jurassienne, boucles vélos, fluvial).

- **Une zone de chalandise** de plus de + 700 000 habitants à 1 heure de : Chalon, Beaune, Dijon, Besançon.

- Une tendance qui s'affirme **"Sortez chez vous"** (BFC).

- **Un office de tourisme impliqué et reconnu** dans le Jura et en BFC par les institutionnels.



- **Gouvernance confirmée** (SPL Hello Dole) mais une compétence tourisme faiblement appréhendée par les acteurs. Une culture touristique qui doit encore s'affirmer.



- **Une forte concurrence touristique** avec la proximité de Dijon, Beaune, Besançon, Châlon, Arbois, Poligny, Salins et le Haut Jura.

- **Une identité** non affirmée.

OFFRE TOURISTIQUE :



- **Les atouts d'une ville dans un poumon vert et bleu** avec leurs activités liées : Massif de la Serre, Forêt de Chaux, Mont-Roland, le Golf Val d'Amour, Réserve naturelle de l'Île du Girard, Doubs, Loue et confluence, pêche, espaces aquatiques, Canal du Rhône au Rhin, Canal Charles Quint. Un réseau d'itinéraires de promenades et de randonnées, balisé et doté d'une bonne signalétique, un réseau de boucles cyclables qui maille le Pays de Dole.

- **Des métiers de bouche diversifiés** et reconnus avec une bonne mise en tourisme depuis presque 10 ans (Dole à croquer, Vallée de la Gastronomie, Week-end Gourmand du Chat Perché, ...).

- **Des itinéraires structurants de notoriété** : EV6, Canal du Rhône au Rhin, l'Échappée Jurassienne.

- **Des musées de qualité** : Beaux-Arts, Pasteur, Musée des Sapeurs Pompiers et Maison du Patrimoine.

- **Des équipements MICE de bon niveau** : Locodole, Dolexpo et La Commanderie.

- **Une offre patrimoniale existante** qui doit tendre vers l'excellence (Centre d'Interprétation et d'Animation du Patrimoine, Chapelle Saint-Jérôme et cloître, La Visitation, Les Cordeliers, Médiathèques, Canal des Tanneurs, Collégiale...).



- **Une itinérance affirmée**, mais une intermodalité à construire, avec des activités fluvestres insuffisamment développées.

- **Une offre d'hébergement** non marchande importante (résidence secondaire 43% en 2023) et assez diversifiée malgré les difficultés récurrentes à loger les groupes, avec une progression assez fulgurante des Airbnb.



- **Un déficit d'hébergement hôtelier pour les groupes.**

- **Absence d'un site "Tour Eiffel"** de nature à créer de l'attractivité et de la notoriété.

OPPORTUNITÉS À SAISIR :

Destination Gastronomique
Destination Nature
Destination Vélo
Destination Pasteur
Destination Patrimoine



- Une appétence des clientèles **pour le patrimoine, la gastronomie et l'itinérance**. Une logique **de guichet unique** particulièrement adaptée au MICE.

- **Organiser un rebond avec Beaune, Dijon, Besançon et Cœur du Jura** (1 journée à ...). • **Promouvoir la filière gastronomie et soutenir les filières professionnelles (gastronomie, métiers de bouche, arts et artisanats, talents et savoirs-faire).**



- **Développer les activités fluvestres** et trouver davantage d'acteurs (associatifs, privés...).



- **Déficit de notoriété**, mais bonne surprise une fois sur place pour des activités nautiques, forêt etc...

- **Soutien au développement de l'aéroport** à saisir.

- **Une identité** à affirmer.

03 - UNE AMBITION PARTAGÉE

Développer les atouts touristiques, les équipements de loisirs et de plein air de la Communauté d'Agglomération du Grand Dole

Activités Dole Tourisme

22 871 VISITEURS
4 846 APPELS
TÉLÉPHONIQUES
1 091 E-MAILS



©Montagne du Jura

Fréquentation des équipements aquatiques

AQUAPARCISIS :
61 219 entrées
ESPACE TALAGRAND :
164 091 entrées
LÉO LAGRANGE :
14 163 entrées



Fréquentation Voie Grévy :

114 PASSAGES / JOUR
129 PASSAGES / WEEK-END



©Voix du Jura

Fréquentation Eurovéloroute 6 :

SAINT-YLIE :
211 PASSAGES / JOUR
BAVERANS :
227 PASSAGES / JOUR



©Dole Tourisme

Fréquentation 2023 aéroport Dole-Jura :

125 141 PASSAGERS
+ 25% par rapport à 2022



©Voix du Jura

Capacités de

5804 LITS TOURISTIQUES
(cf détail page 23)

LITS MARCHANDS (53%)

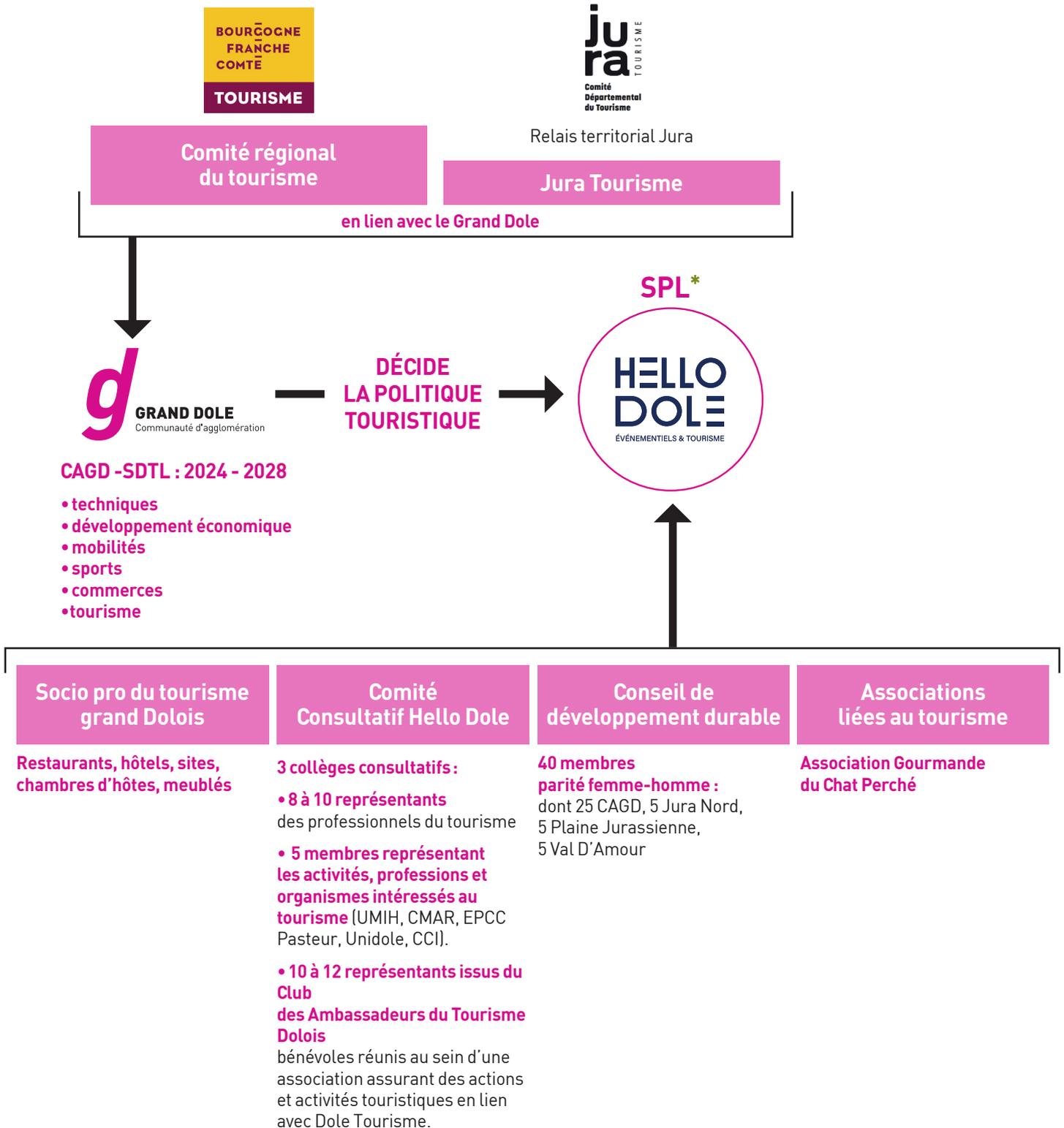
soit **3079 :**
844 (hôtels)
1 440 (hôtellerie plein air)
680 (hébergement locatif)
115 (hébergement collectif)

LITS NON MARCHANDS (47%) :
2 725 résidences secondaires



04- LA GOUVERNANCE ET LES AXES STRATÉGIQUES

Schéma de gouvernance (2024-2028)



*Hello Dole, manager de l'hospitalité touristique

Les deux missions phares de Hello Dole, sont :

1. Fédérer tous les acteurs du tourisme (lien avec Office de commerce) autour de ces sites phares : eau-air-terre-culture-loisirs

L'espace Pierre Talagrand, l'Aquaparc Isis, Léo Lagrange de Tavaux, la Base Nautique de Canoë et Aviron, la pêche, aéroport et aérodrome, Montgolfière, la piste BMX de Tavaux, terrain de motocross Mont-Roland, Musée des Pompiers de Saint-Aubin, Croix pattées et Golf Bluegreen du Val D'amour.

2. Renforcer l'attractivité de la destination

Logique de guichet unique : réflexion en cours sur un nouvel espace d'accueil touristique intégrant la dimension numérique avec des services optimisés (proche des flux naturels, accessible, grande boutique, services vélo...)

04- LA GOUVERNANCE ET LES AXES STRATÉGIQUES

Les axes de développement et les actions

L'IDENTITÉ DOIT ÊTRE AFFIRMÉE ET SE DÉCLINER DANS TOUS LES AXES :

AXE 1 :

Développer un tourisme vert et bleu responsable en phase avec les valeurs et l'image du Jura

AXE 2 :

Talents et savoirs-faire, gourmandise et gastronomie : votre pause gourmande conviviale entre Bourgogne et Jura

AXE 3 :

Valoriser le Patrimoine et les grands événements

AXE 4 :

Conforter une notoriété régionale pour prétendre à une ambition nationale

Il conviendra d'affirmer l'identité de la destination et notamment de valoriser nos portes d'entrées, gare, aéroport, autoroutes, voies navigables et vertes et la signalétique comme levier d'attractivité. Une mise en valeur particulière du périmètre Prélôt, Pasquier, Pasteur apparaît comme un enjeu primordial.

La requalification et le développement du secteur (touristique, ludique, sportif...) en lien avec la Rive gauche constitue le moteur de ce schéma. Conformément au projet de territoire, la stratégie digitale du territoire et le développement du tourisme numérique doivent guider les 4 axes ci-dessous.

Ces axes se développent en 16 actions indispensables à l'offre touristique. Elles répondent à un besoin et seront progressivement mises en œuvre.

AXE 1 :

Action 1.1

Privilégier le déplacement doux sur la destination à travers nos itinéraires d'Excellence (équipements et infrastructures).

Action 1.2

Dole : objectif destination fluvestre 2026 (vélo, campings-cars, fluvial) et poumon vert.

Action 1.3

Proposer un maillage complet de l'offre en milieu urbain, périurbain et rural :

Massif de Chaux, Massif de Serre, Île du Girard, parcours de santé, aire de jeux dans les communes, Mont-Roland, Parc des Vernaux, Parc Urbain (en cours de réalisation), Jardins et potagers circuits courts, Labyrinthe de maïs, Doubs, Canal du Rhône au Rhin, piscines, étangs, sources et fontaines...

AXE 2 :

Action 2.1

Déclinaison de Dole à Croquer et du Circuit des talents et savoirs-faire, développer et exploiter nos marqueurs d'identité.

Action 2.2

Articulation avec événements gourmands des communes du Grand Dole : notion de réseau, en s'appuyant sur le Week-end Gourmand du Chat Perché.

Action 2.3

Création d'une spécialité culinaire doloise (en complément de celles existantes) en lien avec les acteurs de bouche locaux en impliquant les entreprises agro alimentaires (Bouvard Alina, Clavière, Bel...).

Action 2.4 :

Lien gastronomique en phase avec le développement de l'oenotourisme en Bourgogne et dans le Jura.

AXE 3 :

Action 3.1

Continuer à le rendre le patrimoine bâti accessible au public.

Mieux le mettre en tourisme (confirmer les labels, CIAP) (prévoir davantage de concertation avec service animation du patrimoine).

Action 3.2

Surfer sur les grandes personnalités locales et les grands événements.

Action 3.3

Savoirs-faire : organiser des parcours touristiques.

Action 3.4

Tourisme industriel : un enjeu important mais des difficultés car les entreprises ne sont pas conçues pour accueillir des touristes.

Promouvoir la destination auprès des professionnels prospectés par les entreprises locales ou en prospection géographique (cf. Paris je te quitte)

AXE 4 :

Action 4.1

Mieux structurer/ou développer et inventorier l'offre existante.

Action 4.2

Donner une meilleure visibilité à tous les équipements.

Action 4.3

Construire une démarche collective permettant une meilleure mise en marché de l'offre.

Action 4.4

Valoriser l'accessibilité objective de la destination : gare, autoroutes, aéroport... réfléchir à la question du dernier kilomètre (en lien avec les modes doux).

Action 4.5.1

Fédérer les entreprises du Grand Dole autour des actions touristiques et d'attractivité résidentielle.

Action 4.5.2

Mieux communiquer auprès des organisateurs de MICE sur la possibilité de les accompagner.



Le système de suivi

Le système de suivi et d'évaluation permet de :



Les outils de suivi d'évaluation :



la gouvernance



les enquêtes de satisfaction



les enquêtes de fréquentation



RÉDACTEURS : Peggy Besançon /Stéphane Triboulet

CONTRIBUTEURS : Philippe Corrotte, Bruno Lonchamp, Jacques Pechinot, Kevin Muzic, Elen Ledet, Charles Fontaine, André Gibey, Didier Dejean

1 - Définition de l'identité Hello Dole



En 2016, la Société Publique Locale (SPL) Hello Dole devenait le nouvel acteur en charge de la promotion touristique, de la programmation événementielle ainsi que de la gestion et l'entretien des équipements dont elle a la responsabilité sur le territoire dolois et au-delà. Aujourd'hui, s'appuyant sur le travail réalisé, elle redéfinit son identité visuelle par le biais d'un nouveau pictogramme en devenant « Hello Dole ».

Les objectifs

Unifier les marques autour d'Hello Dole pour créer une image commune, reconnaissable par tous et partout, tel est l'objectif de cette rénovation graphique. Cette dernière appuie la politique de marketing territorial engagée précédemment et tournée autant en interne vers les habitants ou les entreprises du territoire, qu'en externe pour informer et attirer des touristes, des acteurs économiques et des nouveaux habitants.

Comment a été définie la marque Hello Dole ?

Pour que le public s'approprié une marque et s'en revendique, il est indispensable de créer une émotion commune et fédératrice autour d'elle. Cependant, créer un sentiment d'appartenance, cela ne se décrète pas, cela se construit ! À cet égard, le futur pictogramme « Hello Dole » devait répondre à un double impératif :

- faire en sorte que le public identifie les structures concernées au premier coup d'œil,
- être le représentant du territoire et de ses communes, sur lequel elle intervient.



DOLE
TOURISME
BY HELLODOLE



DOLEXPO
BY HELLODOLE



LA
COMMANDERIE
BY HELLODOLE



LOCODOLE
BY HELLODOLE

Dans ce cadre, la réflexion est allée puiser dans l'élément collectif partagé par tous : l'Histoire... Et plus précisément, l'héraldisme. Sur les quarante-sept communes composant le Grand Dole, dix-huit d'entre elles disposent d'un blason. Une étude a été menée sur ces dix-huit blasons. Six éléments récurrents ont pu être identifiés : le lion, les billettes, les fascés ondées, l'oblique, le soleil et les couleurs azur et gueules. Après avoir été extraits, ils ont fait l'objet d'un travail de modernisation graphique, afin de donner naissance à un pictogramme identitaire. Celui-ci s'est vu adjoindre un corpus écrit (avec une typographie créée spécialement pour l'occasion) composé du nom de la structure concernée, « événementiel et tourisme » ou d'une signature « By Hello Dole » dès lors que l'intervention est faite sur le territoire, « Jura » pour les actions nationales et internationales.

Facteur d'unité, ce pictogramme sera déclinable non seulement au sein des sites gérés par la SPL Hello Dole mais également sur tout type de support (banderoles, drapeau, goodies, vêtements...). Ces démarches permettant notamment de disposer d'outils professionnels communs pour les équipes, s'inscriront dans un souci de bonne gestion des stocks et d'économie financière.

**Avec sa nouvelle identité visuelle,
Hello Dole invite à écrire l'avenir ensemble !**

2 - Définition d'une stratégie digitale : Schéma Diagnostic numérique Hello Dole et Dole Tourisme

DIAGNOSTIC NUMÉRIQUE HELLO DOLE



DÉPENDANCE NUMÉRIQUE DOLE TOURISME (Fibre à flot depuis 2021 : vrai confort client et personnel)



2023 : Politique de lien à préciser, améliorer le référencement naturel

ENJEU 2024-2028 :

- **DEFINIR UNE STRATEGIE NUMERIQUE COMMUNE** et **RATIONALISER TOUS LES OUTILS**
- **FAVORISER LES ÉCHANGES INTER SERVICES** en vue de **RÉALISER** davantage d'efficacité et de fortes économies.

3 - Les partenaires du SDTDL 2024-2028 de la CAGD



4 - Les grands événements de la CAGD en 2024

DATE	GRANDS ÉVÉNEMENTS	LIEU	SITE
26 au 30 janvier	Les Journées de l'Habitat	Dole	Dolexpo
2 et 3 mars	Salon vins et saveurs	Champvans	Salle des fêtes
7 au 10 mars	Pixel Fest	Dole	Dolexpo
3 au 7 avril	Journées Européennes des Métiers d' Art	Dole	Chapelle des Carmélites Ateliers en Centre-ville
5 et 6 avril	Zomby Night	Mont-sous-Vaudrey	
6 au 13 mai	Festival de la broderie	Dole	Dolexpo
18 mai	La nuit des musées	Dole	
18 et 19 mai	Cirque & Fanfares Festival sur les arts de la rue	Dole	
25 et 26 mai	Texte et Bulle Festival du livre et de la BD	Damparis	Gymnase Auguste Delaune
31 mai et 1 ^{er} juin	Rockalissimo Festival de musique actuelle	Saint Aubin	Rue de la Goulotte
14 ou 15 juin	Marché des artisans	Saint Aubin	
21 juin	Fête de la Musique	Dole	
21 juillet	Ruralissimo Fête des battages, exposition artisanale et métiers anciens	Saint Aubin	
5 juillet	Marché des artisans - nocturne	Dole	
5 au 7 juillet	Championnat de France triathlon - aquathlon	Dole	
27 juillet	Critérium Cycliste International Du Grand Dole Colruyt	Dole	
9 au 11 août	No Logo Festival de reggae	Fraisans	
10 août	Marché des artisans	Dole	Cours Saint-Mauris
24 août	Grand concert de rentrée	Dole	
25 août	La Cyclosportive Louis Pasteur	Dole	
31 août	Braderie Animations, concerts et fanfares au centre-ville	Dole	
1 ^{er} septembre	Les 30 Clochers Randonnée VTT et pédestre	Dole et communes CAGD	
7 septembre	Forum des associations	Dole	Dolexpo

4 - Les grands événements de la CAGD en 2024

8 septembre	La traversée du Grand Dole	Communes CAGD
14 septembre	80 ^e anniversaire de la Libération de Dole	Dole
21 et 22 septembre	Journées européennes du patrimoine	Dole
22 septembre	La grande enquête	Dole
22 septembre	Marché des artisans	Champvans
22 septembre	La Boucle Insolite découverte de lieux insolites à vélo	Communes CAGD
28 et 29 septembre	Week-end Gourmand du Chat Perché - 10 ^{ème} édition	Dole
7 au 15 octobre	Fête de la science	Dole
13 octobre	Marathon Pasteur	Dole
novembre	Salon vin et chocolat	Authume
12 décembre	Trail du Chat Perché	Dole
décembre	Marché de Noël	Dole

5- les 4 AXES stratégiques et les 16 familles d'actions en résumé

• AXE 1 :

Développer un tourisme vert et bleu responsable en phase avec les valeurs et l'image du Jura

Action 1.1 ☆☆☆

Privilégier le déplacement doux.

Action 1.2 ☆☆☆

Objectif Destination fluvestre et poumon vert.

Action 1.3 ☆☆☆

Proposer un maillage complet de l'offre.

• AXE 2 :

Talents et savoirs-faire, gourmandise et gastronomie : votre pause gourmande conviviale entre Bourgogne et Jura (vins et gastronomie)

Action 2.1 ☆☆☆

Décliner les marqueurs d'identité.

Action 2.2 ☆☆☆

Créer un réseau des événements gourmands.

Action 2.3 ☆☆☆

Créer une spécialité.

Action 2.4 ☆☆☆

Créer un lien avec l'œnotourisme.

AXE 3 :

Valoriser le patrimoine et les grands événements

Action 3.1 ☆☆☆

Accessibilité du patrimoine bâti.

Action 3.2 ☆☆☆

Surfer sur les grandes personnalités locales et les grands événements.

Action 3.3 ☆☆☆

Proposer des parcours touristiques des savoirs-faire.

Action 3.4 ☆☆☆

L'enjeu industriel : une mise en tourisme est-elle possible ?

• AXE 4 :

Conforter une notoriété régionale pour prétendre à une ambition nationale

Action 4.1 ☆☆☆

Structurer l'offre existante.

Action 4.2 ☆☆☆

Donner une meilleure visibilité aux équipements.

Action 4.3 ☆☆☆

Construire une démarche collective.

Action 4.4 ☆☆☆

Valoriser l'accessibilité de la destination.

Action 4.5.1 ☆☆☆

Fédérer les entreprises

Action 4.5.2 ☆☆☆

Mieux communiquer pour mieux accompagner

Les niveaux de priorité des axes et des actions

☆☆☆ 1^{ER} NIVEAU DE PRIORITÉ

☆☆ 2^{ÈME} NIVEAU DE PRIORITÉ

☆ 3^{ÈME} NIVEAU DE PRIORITÉ

6 - Exemples de fiches actions



NIVEAU DE PRIORITÉ :



AXE 1 :

Développer un tourisme vert et bleu responsable en phase avec les valeurs et l'image du Jura

Action 1.2

Objectif destination fluvestre 2026

(vélo, campings-cars, fluvial) et poumon vert.

CONTEXTE & OBJECTIFS :

PARTENAIRES :

OPPORTUNITÉS :

ESTIMATION DES COÛTS :

CONTRAINTES :

CALENDRIER :

DESCRIPTIF DE L'ACTION :

INDICATEURS ET CONDITIONS DE RÉUSSITE :

PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION :

IMAGES D'ILLUSTRATIONS :

MAÎTRISE D'OUVRAGE :



NIVEAU DE PRIORITÉ :



AXE 3 :
Valoriser le patrimoine
et les grands événements

Action 3.1

Patrimoine bâti

continuer à le rendre accessible

CONTEXTE & OBJECTIFS :

PARTENAIRES :

OPPORTUNITÉS :

ESTIMATION DES COÛTS :

CONTRAINTES :

CALENDRIER :

DESCRIPTIF DE L'ACTION :

INDICATEURS ET CONDITIONS DE RÉUSSITE :

PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION :

IMAGES D'ILLUSTRATIONS :

MAÎTRISE D'OUVRAGE :



NIVEAU DE PRIORITÉ :



AXE 3 :

Valoriser le patrimoine
et les grands événements

Action 3.3

Savoirs-faire

Organiser des parcours touristiques

CONTEXTE & OBJECTIFS :

PARTENAIRES :

OPPORTUNITÉS :

ESTIMATION DES COÛTS :

CONTRAINTES :

CALENDRIER :

DESCRIPTIF DE L'ACTION :

INDICATEURS ET CONDITIONS DE RÉUSSITE :

PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION :

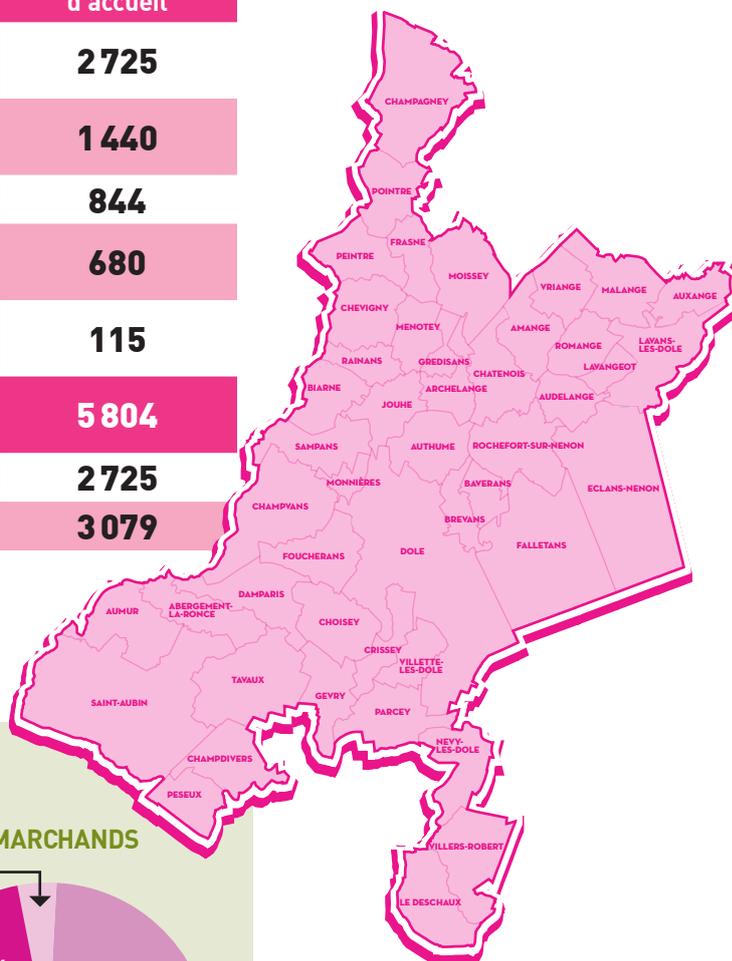
IMAGES D'ILLUSTRATIONS :

MAÎTRISE D'OUVRAGE :

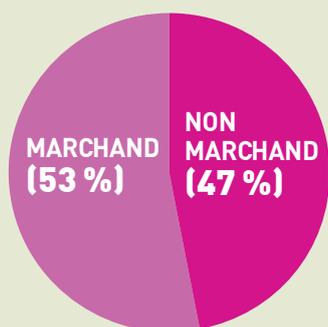
7- Le territoire

PARC DE L'HÉBERGEMENT DANS LE GRAND DOLE

Type	tarification	nombre de structures	capacité d'accueil
résidences secondaires	non marchand	545	2725
Hôtellerie de plein air	marchand	3	1440
Hôtellerie	marchand	15	844
Hebergements locatifs	marchand	159	680
Hebergements collectifs	marchand	2	115
TOTAL	marchand non marchand	724	5804
	non marchand	545	2725
	marchand	179	3079



RÉPARTITION DES LITS TOURISTIQUES, HÉBERGEMENTS MARCHANDS ET NON MARCHAND



Près de la moitié des lits touristiques sont des résidences secondaires avec une capacité d'accueil de

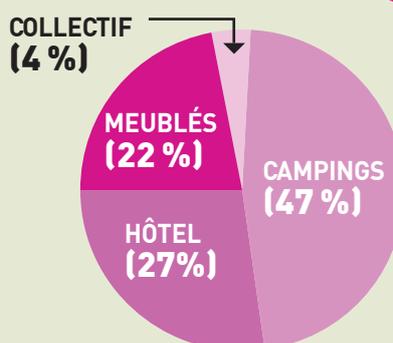
5804 lits recensés*

*545 résidences secondaires avec une moyenne de 5 personnes/résidence

NON MARCHAND
résidences secondaires
2725 lits recensés (47%)

MARCHAND
hôtels, campings, hébergements locatifs et collectifs
3079 lits recensés (53%)

RÉPARTITION DES LITS TOURISTIQUES MARCHANDS



L'hôtellerie de plein air représente à elle seule près de 50% des

3079 lits recensés :

HÔTELLERIE DE PLEIN AIR
1440 lits recensés (47%)

HÔTELLERIE
844 lits recensés (27%)

HEBERGEMENT LOCATIF
680 lits recensés (22%)

HEBERGEMENT COLLECTIF
115 lits recensés (4%)

g **GRAND DOLE**
Communauté d'agglomération

LES CHIFFRES CLÉS

(2023)

424,43 KM²

47
COMMUNES

56 342
HABITANTS
(1^{er} janvier 2024)

7- Un territoire entre forêts (Chaux et Serre) et rivières (Doubs et Loue)

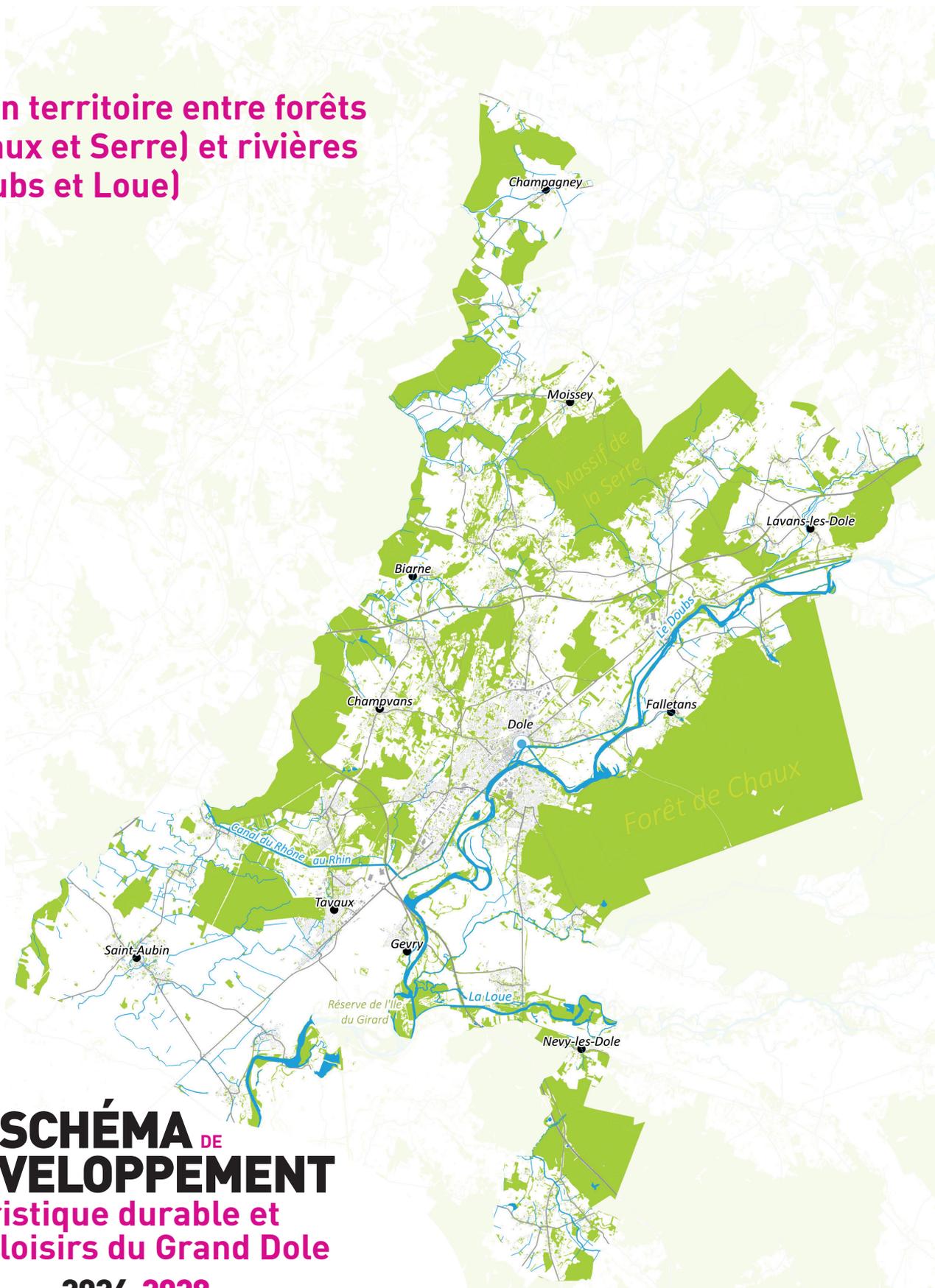


SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT

touristique durable et des loisirs du Grand Dole

2024-2028

RETROUVEZ TOUTE L'ACTUALITÉ DU GRAND DOLE SUR :



www.grand-dole.fr/



www.facebook.com/granddole

PLACE DE L'EUROPE - BP 458 - 39109 DOLE CEDEX
Tél. : 03 84 79 78 40 - Fax : 03 84 79 78 43 - info@grand-dole.fr - www.grand-dole.fr



GRAND DOLE
Communauté d'agglomération