



Copyright photos : bbalay - Drôme Attractivité, Fotolia, Ispascale - Drôme Attractivité



## Webinaire CD – Plateforme ingénierie 07 novembre 2024

**Agence d'Attractivité de la Drôme**

8, Rue Baudin - CS 40531 - 26004 Valence Cedex

Tél. +33 (0)4 75 82 19 26 - E-mail : [info@drome-attractivite.com](mailto:info@drome-attractivite.com)

# Sommaire



1. Présentation de l'Agence d'attractivité ;
2. Stratégie d'attractivité ;
3. Missions de l'agence ;
4. La marque de territoire Drôme C'est Ma Nature ;
5. Outils de promotion et de communication attractivité touristique, économique, médicale et résidentielle.

# Présentation de l'Agence d'attractivité

# L'AGENCE D'ATTRACTIVITE



L'Agence d'Attractivité, association loi 1901, est composée de 3 catégories de membres :

- 🕒 Membres d'honneur
- 🕒 Membres de droit\*
- 🕒 Membres adhérents répartis en 3 collèges :
  - 🕒 Collège des représentants territoriaux : composé des EPCI, Offices de Tourisme, communes touristiques ou associations d'élus, Parcs Naturels Régionaux ;
  - 🕒 Collège des représentants de l'attractivité touristique : composé d'associations de tourisme et de loisirs ainsi que des professions du tourisme, thermalisme, loisirs, de l'Agence Régionale du Tourisme ;
  - 🕒 Collège des représentants de l'attractivité résidentielle et économique : composé des organismes consulaires, représentants des professions médicales, de l'enseignement supérieur et de la recherche, du monde économique, des Ambassadeurs de la marque Drôme C'est Ma Nature (DCMN).



## CERTIFICATION ISO

L'Agence d'Attractivité est engagée depuis 2015 dans une démarche de certification ISO 9001, basée sur trois valeurs :

- 🕒 La compétence de ses ressources humaines ;
- 🕒 La lisibilité et la visibilité de ses prestations ;
- 🕒 La qualité de ses relations avec ses partenaires et professionnels Drômois afin d'accroître leur satisfaction.

Tous les trois ans, un audit de certification complet est réalisé par un auditeur du bureau Véritas et les deux années suivantes, cette démarche fait l'objet d'un simple audit de suivi.

## L'Agence d'Attractivité œuvre sur les 3 volets suivants :

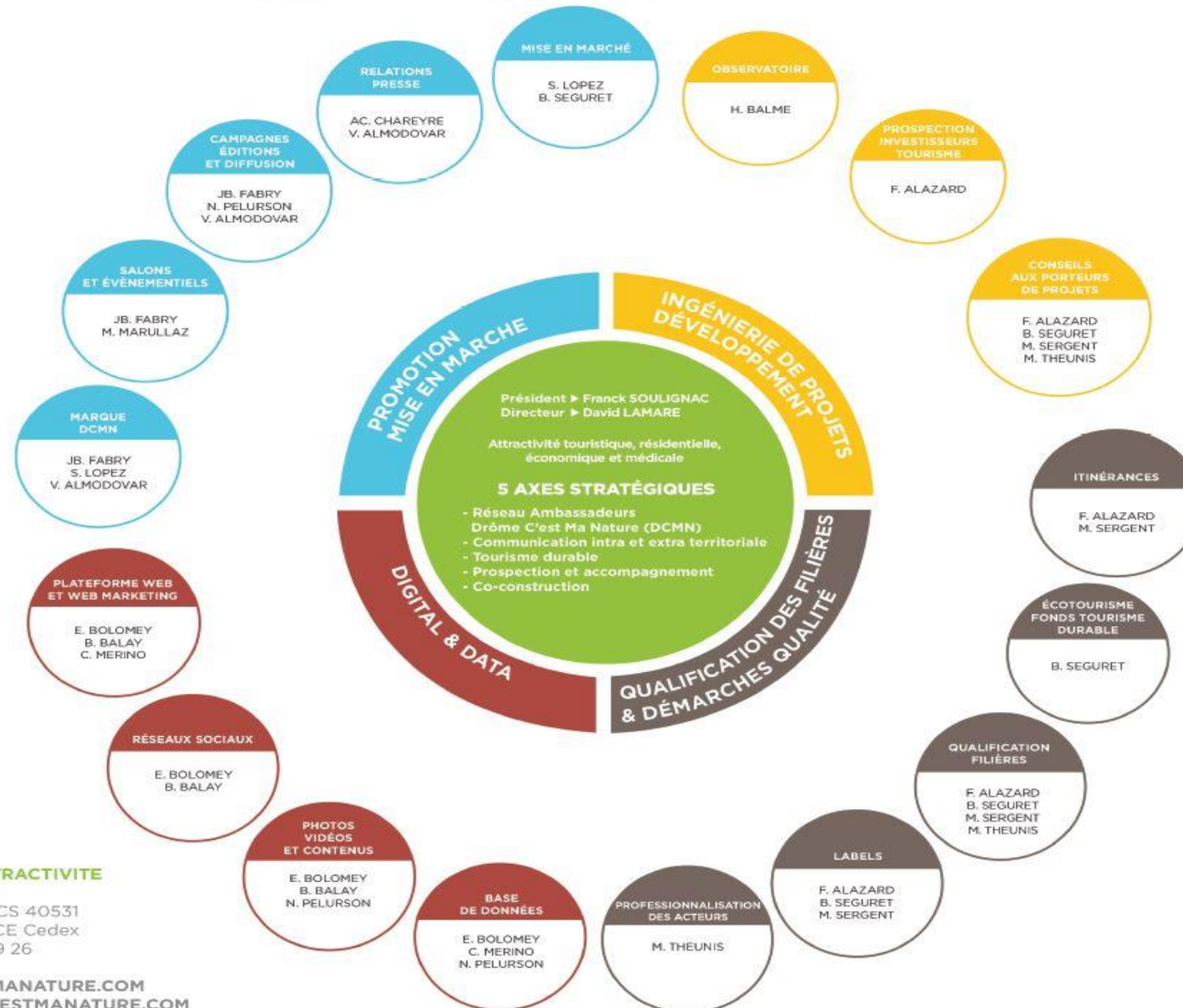
- **Attractivité économique** devant permettre le maintien et l'importance du tourisme en tant qu'activité économique à part entière, mais également l'implantation de nouvelles entreprises, particulièrement dans les secteurs d'excellence de la Drôme, ce en lien avec les partenaires du territoire ;
- **Attractivité résidentielle** afin de contribuer à la venue de nouveaux habitants et à l'installation des jeunes étudiants diplômés dans les écoles et universités du territoire ;
- **Attractivité médicale** afin de favoriser la venue de nouveaux médecins généralistes particulièrement dans les zones déficitaires, en lien avec le Conseil départemental et les partenaires du territoire.

# OFFRE DE SERVICES DRÔME ATTRACTIVITE

## Disponible à l'Agence



### DRÔME ATTRACTIVITÉ : OFFRE DE SERVICES



**AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DRÔME**  
 8 rue Baudin - CS 40531  
 26004 VALENCE Cedex  
 Tél. 04 75 82 19 26

**DRÔME-CESTMANATURE.COM**  
**PRO.DRÔME-CESTMANATURE.COM**

#### CONTACTS

**Direction :**  
 clamare@drome-attractivite.com

**Assistante de direction :**  
 ceyraud@drome-attractivite.com

**Responsable ressources :**  
 lvignon@drome-attractivite.com

**Responsable Ingénierie-développement :**  
 falazard@drome-attractivite.com

**Responsable Promotion :**  
 jbfabry@drome-attractivite.com

**Responsable Digital-Data :**  
 ebolomey@drome-attractivite.com

# Drôme Attractivité



Un accompagnement sur mesure via :

- **Une équipe pluridisciplinaire** dans les domaines du tourisme : études, financement, marketing, communication, promotion, édition, presse, web, technologies de l'information, commercialisation...
- **Une expertise** mise au service de tous les acteurs pour contribuer au rayonnement de la Drôme ;
- **Un accueil de tous les publics** par une écoute des besoins spécifiques, une aide personnalisée pour un projet d'installation, la création d'une entreprise, un changement de vie personnel et/ou professionnel ;
- **Un réseau de partenaires privés et publics** aux compétences complémentaires : l'Agence d'Attractivité est au cœur des enjeux d'attractivité, de l'habitant au touriste susceptible d'envisager un projet dans la Drôme.

# Drôme Attractivité

Elle peut être sollicitée par :

- Une **municipalité**, un établissement de coopération intercommunale (**EPCI**) ;
- Un **Office de Tourisme**, une **filière/groupement professionnel** ou un professionnel du tourisme (hôtel, camping, hébergement collectif, meublé, chambre d'hôtes, site de visite et de loisirs, restaurateur, agence réceptive/distributeur, autocariste...) désireux de développer une activité, de la valoriser ou de programmer la Drôme ;
- Un **porteur de projet** désireux de créer un nouvel équipement ;
- Une **nouvelle entreprise** recherchant du personnel dans les filières d'excellence,
- **Un médecin** ou personnel soignant souhaitant s'installer,
- **Un nouvel arrivant** à la recherche de services.





# Stratégie d'attractivité



**SCHÉMA D'ATTRACTIVITÉ 2023-2028**  
POUR LE DÉPARTEMENT  
DE LA DRÔME

RAPPORT FINAL

DÉCEMBRE 2023



# Schéma d'Attractivité 2023-2028

## Objectifs de la démarche



1

### **Faire du territoire un lieu de vie et d'épanouissement pour les résidents**

En priorisant les jeunes, les actifs (et en particulier les professionnels de la santé), les familles, les porteurs de projets positionnés sur les filières d'excellence et en tension, les chefs d'entreprises.

2

### **Renforcer le sentiment d'appartenance des Drômoises et des Drômois au territoire, en s'appuyant sur un réseau d'ambassadeurs**

Pour qu'ils se retrouvent à travers la marque de territoire « Drôme C'est Ma Nature » et s'impliquent dans la valorisation des atouts d'un département authentique et innovant, sur le plan national et international

3

### **Définir une stratégie globale d'attractivité, transversale et cohérente, pour attirer de nouveaux publics-cibles, venant visiter, travailler, entreprendre, étudier, vivre en Drôme**

Tout en prenant en compte la nécessité d'intégration du développement durable à travers ses trois composantes que sont l'environnement, l'économie et le social.

# Le schéma d'attractivité

## 05 | LE PLAN D' ACTIONS EN 1 COUP D'OEIL



### Axe 1 : Socle identitaire et marque d'attractivité

Rassembler et animer la « communauté drômoise » autour d'une identité fédératrice (positionnement, marque d'attractivité), renforcer l'esprit collectif autour d'une ambition concertée, raisonnée et comprise de tous, source de fierté d'appartenance et d'ambassadeur (formant un "noyau dur" pour la démarche collective).



### Axe 2 : Communication intra et extraterritoriale

Mieux faire connaître la Drôme, valoriser ses atouts et potentialités en résonance avec les besoins et attentes des publics, en communiquant à l'intérieur et à l'extérieur selon des messages cohérents et en synergie avec les grands partenaires appelés à relayer la communication de marque et outillés à cet effet.



### Axe 3 – Engagement de la Drôme dans une dynamique touristique vertueuse

Faire de la Drôme une destination reconnue de tourisme durable, améliorer qualitativement et développer l'offre touristique pour attirer des touristes sur les quatre saisons, accompagner la structuration et le développement des filières touristiques prioritaires en lien avec la stratégie départementale d'hospitalité.



### Axe 4 – Prospection, accueil et accompagnement

Prospecter de façon résolument proactive, accueillir, renseigner et aiguiller les prospects et les accompagner sur tous les champs de l'attractivité, en bonne intelligence avec l'ensemble des partenaires publics et privés concernés, champ par champ.



### Axe 5 – Gouvernance de la démarche d'attractivité

S'organiser collectivement (avec les EPCI, OT, Chambres consulaires, le Département, la Région et leurs organisations satellites...) pour déployer avec efficacité la politique d'attractivité, en suivre les réalisations et les résultats, notamment au travers des données issues de l'observatoire

← En transverse pour animer et faciliter la démarche →



20 ACTIONS  
POUR LES  
3 PROCHAINES  
ANNEES

5 ACTIONS

6 ACTIONS

3 ACTIONS

3 ACTIONS

3 ACTIONS



# Positionnement



## La façon dont nous voulons être perçus, demain, par nos publics-cibles

À l'entrée du Sud, la Drôme offre - du Vercors à la Provence - une grande diversité paysagère, patrimoniale, gastronomique et économique.

Connectée et conviviale, c'est une terre d'équilibre, riche d'opportunités à explorer pour s'échapper quelques jours ou, plus durablement, pour construire ou réinventer sa vie - personnelle` comme professionnelle - autrement, dans le respect de l'Humain et de la Nature.

UNE PROMESSE FORTE, LÉGITIME ET DIFFÉRENCIATRICE



# Missions de l'Agence

# OBSERVATOIRE



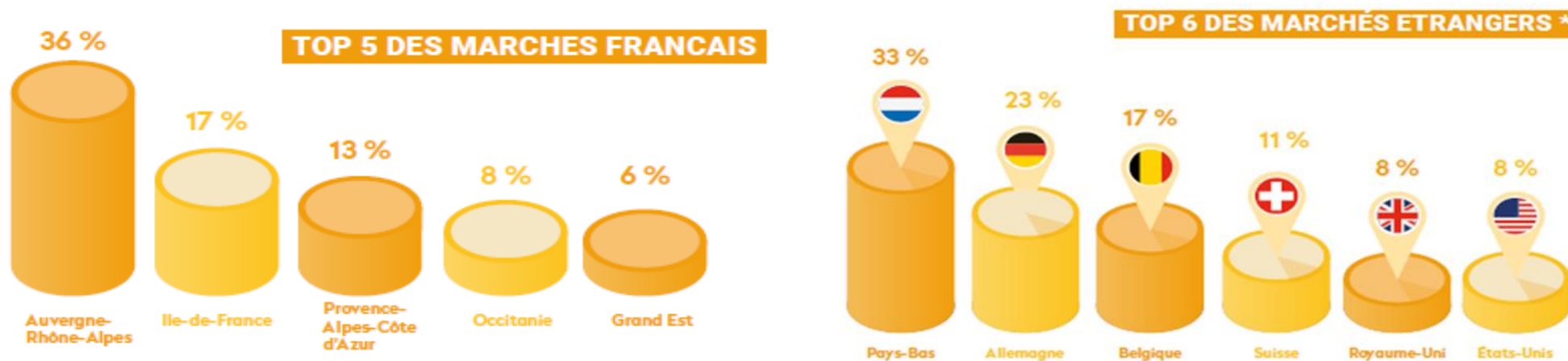
- **Nombreuses études touristiques thématiques** au service des acteurs/filières, groupements professionnels (hôtellerie, campings, locatifs, sites de visites et de loisirs, OT, emploi, fluvial, shopping, tourisme d'affaires, thermalisme, stations, itinérances, pleine nature en lien avec les services du CD 26) ;
- **Flux Vision Tourisme** : tableaux de bord de suivi de la fréquentation touristique, données quantitative : (6/an) & bilans annuels Drôme ainsi que pour les OT (9 OT ayant conventionné avec l'AA) ;
- **Enquête et études qualitatives** (clientèle, Kantar, Paris Je te Quitte) ;
- Groupe de travail constitué avec les partenaires pour la création d'un **observatoire de l'attractivité**.

# OBSERVATOIRE – DONNEES 2023

## (données 2024 en cours de traitement)



- **13,5 millions de nuitées (+ 4% Vs 2022) ;**  
dont **74% Clientèle française** et **26 % de clientèle étrangère :**



- **4,9 millions enregistrées en juillet et août soit 36% du total annuel** (Vs 4,8 millions/2022) ;
- **Total taxe de séjour 2023 : 3,5 M€** (Vs 3,2 M€ / 2022 soit +9%) ;
- **790 M€ de consommation touristique / 8 500 emplois** touristiques.



# OBSERVATOIRE – DONNEES 2023



## TOP 5 DES SITES DE VISITE EN 2023

### FERME AUX CROCODILES

Pierrelatte

**280 000**  
visiteurs

+5% / 2022

### PALAIS IDÉAL DU FACTEUR CHEVAL

Hauterives

**259 000**  
visiteurs

-3% / 2022

### PALAIS DES BONBONS

Montélimar

**169 000**  
visiteurs

+5% / 2022

### CHÂTEAU DE GRIGNAN

Grignan

**127 000**  
visiteurs

+4% / 2022

### CITÉ DU CHOCOLAT

Tain l'Hermitage

**117 000**  
visiteurs

+13% / 2022

## TOP 5 DES FESTIVALS ET ÉVÈNEMENTS EN 2023

### VALENCE EN GASTRONOMIE

Valence

**51 000**  
entrées

+1% / 2022

Entrée gratuite

### SUR LE CHAMP !

Valence

**38 000**  
entrées

+27% / 2022

Entrée gratuite

### DE L'ÉCRIT À L'ÉCRAN

Montélimar

**32 000**  
entrées

+22% / 2022

Entrée payante

### FÊTES NOCTURNES

Grignan

**31 000**  
entrées

-2% / 2022

Entrée payante

### DANSE AU FIL D'AVRIL

Drôme

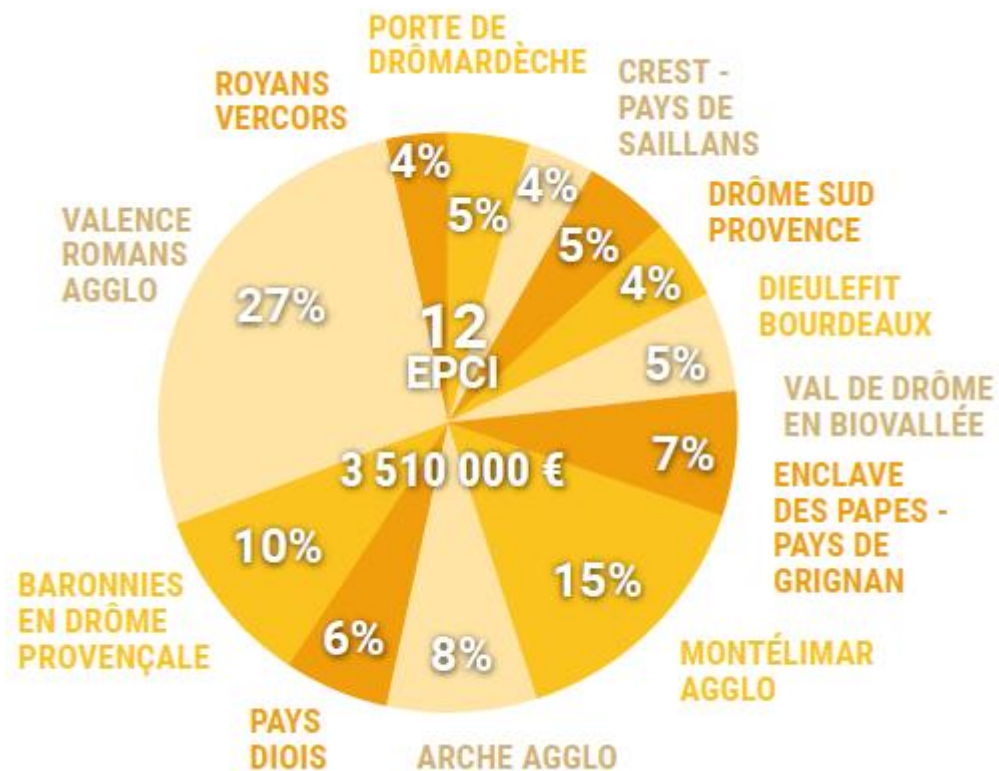
**25 000**  
entrées

stable

Entrée payante.

# OBSERVATOIRE – DONNEES 2023

- Taxe de séjour (Sources : Statanalyse – Nouveaux Territoires – 20/03/2024)
  - Montant total déclarée en 2023 : 3,3 M€ (vs 3,2 M€ / 2022 soit +9%)
  - Montant total déclaré par territoire



## Règlementation – rappel – Locatifs et chambres d'hôtes :

### **Pour les meublés et les chambres d'hôtes : obligation de déclaration simple en mairie :**

- La déclaration simple d'un meublé de tourisme, que celui-ci soit classé ou non, est obligatoire (Article L.324-1-1 du Code du Tourisme)

Le loueur doit effectuer sa déclaration à la mairie de la commune où est situé son meublé, au moyen du Formulaire [Cerfa n° 14004\\*04](#).

- La déclaration simple d'une chambre d'hôtes : Selon l'article L. 324-4 du code du tourisme, toute personne qui offre à la location une ou plusieurs chambres d'hôtes doit en avoir préalablement fait la déclaration auprès du maire de la commune du lieu de la structure concerné : [Cerfa 13566-03](#)

# Conseils et recherches de financements



- **Déplacement sur les lieux des projet (hôtellerie-restauration, sites de visites et de loisirs, hébergements chez l'habitant, prestataires de services) :**
  - 1<sup>er</sup> conseil à distance : informations sur données quantitatives et qualitatives (fréquentation, réglementation, fiscalité, financements...) en lien avec le projet ;
  - Déplacement sur les lieux du projet pour conseil en termes de développement, extension, modernisation, création...;
  - Recherches de financements ;
  - Montage de dossier pour demandes de financements ;
  - Recherche de valeur-ajoutée par l'obtention de labels de qualité susceptibles d'optimiser la visibilité et le CA de votre entreprise ;
  - Mise en réseau entre acteurs pour apport d'affaires.

# Ingénierie – Développement



## Fonds Tourisme Durable/ADEME/2021-2024

- 42 dossiers déposés auprès de l'ADEME ;
  - 1,3 M€ d'investissements ;
  - 650 K€ de subventions accordées ;
  - Sensibilisation des acteurs aux enjeux du développement durable.
- 
- Dispositif clos à ce jour mais des conseils de l'Agence pour faire évoluer l'offre touristique et répondre aux attentes de plus en plus forte sur ces enjeux.
  - Agence d'Attractivité membre du réseau national : Acteurs Tourisme Durable.



# Ingénierie – Développement



## Tourisme durable

Dans le Schéma d'Attractivité 2023-2028, en cours de finalisation, l'Axe 3 – Engagement de la Drôme dans une dynamique touristique vertueuse a pour ambition de faire de la Drôme :

- Une destination reconnue de tourisme durable ;
- Par la qualification de l'offre touristique ;
- La création d'un réseau d'acteurs engagés permettant de proposer des offres de circuits/séjours afin d'attirer des touristes sur les quatre saisons.

# Ingénierie – Développement



Pilotage et suivi par l'Agence de référentiels qualité

**Chambres d'hôtes référence®**



Suivi de la marque Tourisme & Handicap

Conseil, accompagnement et évaluation des structures candidates à la marque afin de rendre la Drôme plus inclusive.



Formation des acteurs du tourisme en lien avec le réseau Régional Trajectoires Tourisme



# Ingénierie – Développement



Déploiement du label national **Accueil Vélo** :

- **115 établissements** (hébergements, restaurants, sites de visites, loueurs, réparateurs) ;
- **7 OT** partenaires ;



- Suivi des travaux d'animation et de promotion des itinéraires ViaRhôna et La Belle Via avec les partenaires touristiques du territoire.

Valeur ajoutée du label :

- Attirer des touristes en itinérance en avant et après-saison ;
- Dépense moyenne par cyclotouriste/jour : 68€
- Diversification de sa clientèle et la fidéliser pour des séjours plus longs ;



## Ingénierie – Développement



En lien avec le Conseil départemental, participations aux travaux des filières suivantes :

- **Agritourisme/œnotourisme ;**
- **Outdoor ;**
- **Châteaux, tourisme de mémoire ;**
- **Sublimes Routes du Vercors ;**

En lien avec les partenaires œuvrant au développement et à la promotion des filières suivantes :

- **Tourisme durable ;**
- **Visites d'entreprise & Savoir-faire ;**
- **Tourisme fluvial.**

## Ingénierie Publique - Plateforme Conseil départemental :

- Participations aux travaux (réunions & ateliers...)
- Transmission des données via la plateforme départementale.



LE DÉPARTEMENT



# La marque de territoire Drôme C'est Ma Nature

# Réseau des Ambassadeurs Drôme C'est Ma Nature



Objectifs :

- Partager l'envie de Drôme ;
- **Promouvoir ses atouts (ses filières d'excellence et/ou tension, le tourisme, sa culture, sa qualité de vie, ses produits, son tissu associatif, ses habitants).**

**Adhésion gratuite** permettant de bénéficier d'avantages tels que l'accès au code de marque Drôme c'est ma nature et de nombreux supports de communication valorisant la marque (Magazine, posters, produits conçus en Drôme, accès à la photothèque, projet de vidéos...).

**3 profils d'ambassadeurs** : les personnes morales (entreprises,...), les personnes physiques (les touristes, les habitants), les institutionnels et associations (collectivités, structures associative ou institutionnelle).

Pour en savoir plus : [ambassadeur.drome-cestmanature.com](http://ambassadeur.drome-cestmanature.com)

## Nos valeurs à partager

### Engagement

Il traduit notre sens du collectif, l'importance et la dynamique que nous accordons notamment à la vie associative et à notre implication dans les actions qui nous tiennent à cœur.

### Diversité

Elle exprime à la fois la richesse de nos paysages kaléidoscopiques dans les reliefs, les couleurs, les lumières, les contrastes... Mais aussi dans les différents savoir-faire de notre territoire.

### Citoyenneté

Elle exprime l'humanisme de notre territoire, notre goût du partage et de l'échange. C'est notre capacité à prendre soin de la nature, de l'environnement, du temps, de la mémoire, du travail bien fait, de notre façon d'accueillir, des relations entre les hommes de notre territoire.

### Énergie

Elle traduit l'efficacité que l'on met dans nos actions. C'est notre volonté de porter des projets, notre capacité à initier et accompagner la mise en mouvement de notre territoire.

### Élégance

Elle traduit la beauté et le raffinement de notre territoire autant dans ses formes variées que dans son terroir. Elle est également notre capacité à exprimer dans nos comportements une distinction, une attention, une allure spécifique qui nous animent.

## LA MARQUE « DRÔME C'EST MA NATURE »



### Le Ô de Drôme

- Par sa forme ronde l'harmonie, le naturel, la perfection, mais il renvoie également à la forme de notre planète.
- Par son accent : la protection, mais aussi l'habitat, le toit de la maison...
- Par le cœur - fruit la déclaration de l'attachement à ce territoire. Sa forme rappelle un fruit, production hautement identitaire du territoire.

## Un marqueur, une marque



### Pour quel usage ?

Marqueur à l'attention de toutes les parties prenantes souhaitant incarner les valeurs de la Drôme.



### Pour quel usage ?

Il est utilisé **exclusivement** par l'agence d'attractivité pour les prises de paroles institutionnelles de l'agence d'attractivité. Vous le verrez donc sur le site web, les affiches, les publicités ou toute autre action de communication mise en œuvre par l'agence.

# LA MARQUE « DRÔME C'EST MA NATURE »

LE CODE DE MARQUE \_\_\_\_\_

## Le marqueur attractivité

Le marqueur est un « concentré » de la marque « Drôme c'est ma nature ». Il a pour vocation d'être le « porte-drapeau partagé » de la démarche; mais n'est pas un logo. Il s'affranchit de toutes contraintes des chartes graphiques, il doit conserver sa forme originelle. Il ne se substitue pas au logo de l'émetteur mais il ne s'inscrit pas non plus dans la logique des chartes graphiques des logos institutionnels ou commerciaux.

Il a vocation à être utilisé sur tous les supports de communication des parties prenantes souhaitant porter haut les couleurs de la Drôme (affiches événementielles, sites internet, etc...).

Le placement du marqueur dans votre communication doit identifier votre attachement à la valorisation du territoire, à toutes les valeurs qui s'y rattachent, à la volonté que vous avez de vous inscrire dans cette dynamique collective.

😊 Version à privilégier



Zone de protection correspondant au diamètre intérieur du O permettant d'isoler visuellement le logo.  
Le diamètre de la zone de protection est composée par un cercle 100% et de deux cercles à 80%.



Monochrome



Mode pastille en réserve blanche



Taille minimale: 15 mm



# LA MARQUE « DRÔME C'EST MA NATURE »

LE CODE DE MARQUE \_\_\_\_\_

## Le fil d'ariane

Le fil d'Ariane constitue un moyen habile afin de situer une marque de destination dans son environnement territorial selon le principe des poupées russes.

Ainsi une commune, ville, communauté de communes, communauté d'agglomération, entreprise peuvent être immédiatement repérés géographiquement. Ainsi, les portes d'entrées sont mises en valeur tout en permettant aux visiteurs de compléter leur choix initial par une grande palette attractive.

L'idée est de toujours partir du plus petit pour aller vers le plus grand (de la commune jusqu'à Drôme c'est ma nature par exemple).

Il a vocation à être utilisé sur les sites internet de toutes les parties prenantes. Il peut être directement en page d'accueil, avec les informations pratiques de localisation, ou encore proche du footer de site web ou en bas d'un document / dépliant.

Le principe est de rendre cliquable chaque destination indiquée dans le fil d'Ariane (avec l'ouverture d'une nouvelle fenêtre et non une redirection).

Il est à intégrer en cohérence et respect de la charte graphique de l'ambassadeur, selon les possibles.  
**La police recommandée est la Gotham, à défaut la Monserrat ou la Century Gothic.**  
**Le fil doit être limité à 4 éléments maximum.**

Site ● Ville ● DRÔME C'EST MA NATURE

Site ● Ville ● Autre ● DRÔME C'EST MA NATURE

Site ● Ville ● DRÔME C'EST MA NATURE ● France

*Les lieux sont séparés par le cœur du marqueur afin d'être lisible en réduction*

## Exemples d'applications pour les offices de tourisme

Montélimar Agglomération Tourisme ● Drôme Provençale ● DRÔME C'EST MA NATURE

Valence Romans Tourisme ● DRÔME C'EST MA NATURE

Porte de Dromardèche ● Ici je rêve ● DRÔME C'EST MA NATURE

Val de Drôme ● DRÔME C'EST MA NATURE

Cœur de Drôme-Pays de Crest et de Saillans ● DRÔME C'EST MA NATURE

Drôme Sud Provence ● Drôme Provençale ● DRÔME C'EST MA NATURE

Vercors Drôme ● Inspiration Vercors ● DRÔME C'EST MA NATURE

Baronnies en Drôme Provençale ● Drôme Provençale ● DRÔME C'EST MA NATURE

Dieulefit-Bourdeaux ● Drôme Provençale ● DRÔME C'EST MA NATURE

Pays Diois ● DRÔME C'EST MA NATURE

Ardèche Hermitage Tourisme ● DRÔME C'EST MA NATURE

Pays de Grignan-Enclave des Papes ● DRÔME C'EST MA NATURE

Il est possible de simplifier votre fil d'ariane quand il y a 3 niveaux :

Nom de l'office ● DRÔME C'EST MA NATURE



## A marker, a mark - our brand



Site  City  Other  **DRÔME IT'S NATURAL**

### For what purpose?

Making a mark for all those wishing to adopt the values of the Drôme.

**DRÔME**  
IT'S NATURAL!

### For what purpose?

For the exclusive use of the 'agence d'attractivité'; for the official statements of the 'agence d'attractivité'. You will see it on the web site, on posters, advertising and all forms of communication involving the agency.

### Version allemande et néerlandaise

En allemand : **DRÔME - MEINE ZWEITE NATUR**  
En néerlandais : **DRÔME - MIJN TWEDE NATUUR**

# DEVENIR AMBASSADEUR « DRÔME C'EST MA NATURE »



Copyright photos :  
L'AGENCE - DRÔME/ACTIVITE

## DEVENEZ AMBASSADEUR "Drôme c'est ma nature"

Parce que la vraie richesse d'un territoire ce sont ses talents, **l'Agence d'Attractivité de la Drôme propose de partager l'envie de Drôme à travers la mise à disposition d'une marque de territoire «Drôme c'est ma nature».**

Cette marque de territoire a pour objectif de **promouvoir ses atouts** (ses filières d'excellence, le tourisme, sa culture, sa qualité de vie, ses produits, son tissu associatif, ses habitants) **et de se rendre attractive**. La Drôme est un territoire qui procure «du bien» : bien-être, bien-vivre, bien-faire, bienveillance. Ce capital, nous voulons le valoriser ensemble, avec tous les amoureux de la Drôme.

**Aussi, si vous souhaitez partager les valeurs de la Drôme et la faire rayonner, nous vous proposons de devenir Ambassadeur.**

**L'adhésion est gratuite** et vous permettra de bénéficier d'avantages dont l'accès au code de marque «Drôme c'est ma nature», aux différents événements ou animations du réseau, et à l'offre de service.



### Les engagements d'un ambassadeur

« Drôme c'est ma nature » :

- **Avoir envie de partager** les valeurs de la Drôme ;
- **Promouvoir** les atouts du territoire ;
- **S'engager** dans le réseau ;
- **Convaincre** et fédérer de nouveaux membres ;
- **Réseauter** avec les ambassadeurs de la Drôme ;
- **Utiliser les outils** mis à ma disposition ;
- **S'engager** à préserver les réserves naturelles ;
- **Défendre** le bien-fondé de la marque.

### Pour les entreprises :

- **Avoir son siège social** ou un établissement dans la Drôme ;
- **Être respectueux** de l'ensemble des réglementations ;
- **Être conscient** des responsabilités sociétales que je souhaite intégrer à mes pratiques.

« Drôme c'est ma nature » **s'engage aussi auprès de ses ambassadeurs à :**

- **Promouvoir** votre structure ;
- **Organiser** des événements ;
- **Offrir** des services et des outils de communication ;
- **Mettre à disposition** des kits de communication.

**Il existe une diversité de profils à même d'adhérer, vous pouvez être :**

- **Une personne** souhaitant simplement promouvoir le territoire à son échelle ;
- **Une entreprise** ayant à cœur de promouvoir ; et de représenter son département ;
- **Une collectivité, une structure associative ou institutionnelle engagée dans la Drôme.**

Nous contacter :  
Réseau des Ambassadeurs  
[contact@drome-cestmanature.com](mailto:contact@drome-cestmanature.com)



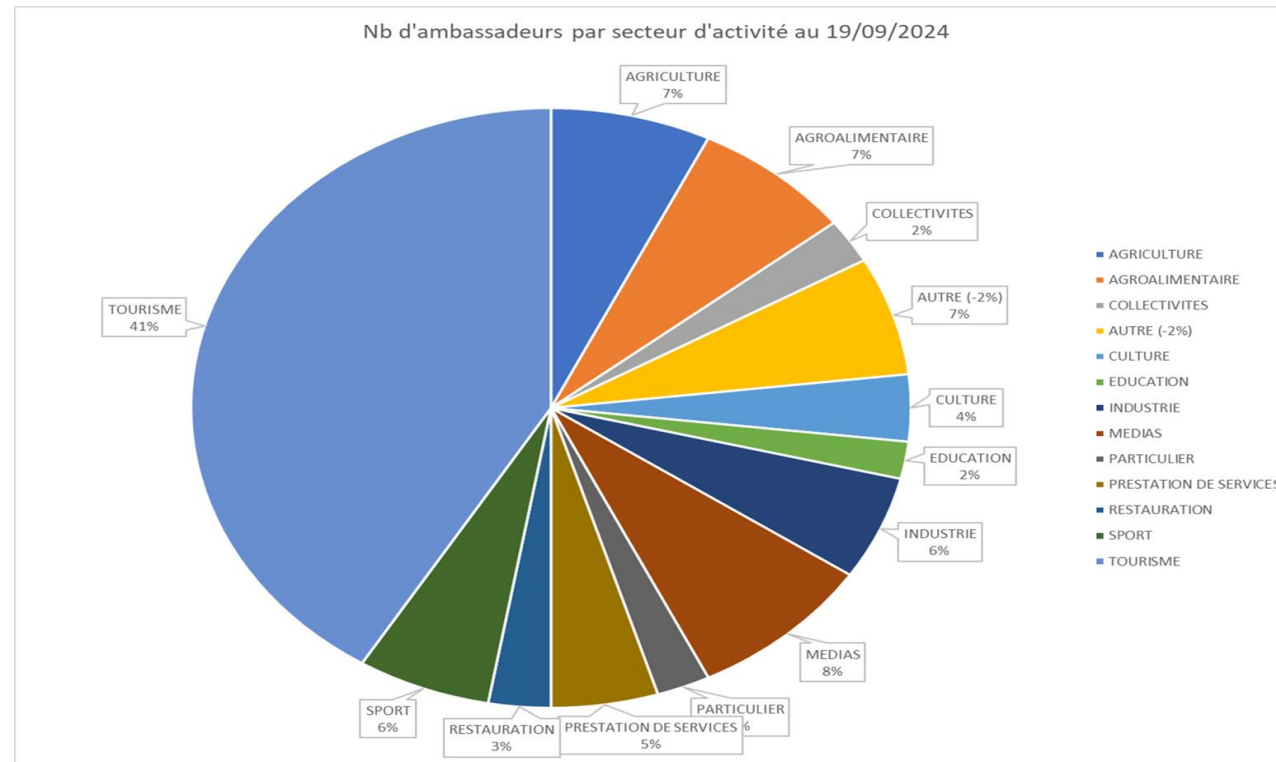
Pour en savoir plus, consultez la page dédiée :

**AMBASSADEUR.DROME-CESTMANATURE.COM**

# L'animation du réseau des Ambassadeurs DCMN



- **2 éductours en 2024** (juin et 26 novembre prochain) pour découvrir les entreprises ambassadrices, leurs stratégies et réseauter ;
- **Mise à disposition d'outils de promotion de l'agence pour accompagner les Ambassadeurs** : posters, produits conçus en Drôme, Magazine DCMN.



**307**  
ambassadeurs  
au 15/10/2024

# Outils de promotion et de communication

# 1<sup>er</sup> Magazine DCMN & autres supports print

- **1<sup>er</sup> Mag DCMN : 84 pages**, 100 000 exemplaires, gratuit, parution et diffusion depuis juin (Drôme, Isère, Ardèche, salons, sites de visites, OT, Ambassadeurs...), 60 000 exemplaires déjà diffusés à fin septembre ;
- **Carte touristique** : gratuite, 80 000 exemplaires en janvier et 150 000 de plus à l'automne pour couvrir 2024 et 2025 ;
- **Affiches** : 21 gratuites, des affiches thématiques et par grande destination infra couvrant tous les territoires ;
- **Collection produits conçus et siglés en Drôme** : diffusion des offres auprès des OT, prestataires touristiques, Ambassadeurs, Mairies, Collèges, établissements publics et privés.



DÉCOUVREZ NOTRE  
**NOUVEAU MAG,**  
ET PRÉPAREZ VOTRE  
**SÉJOUR !**



**DRÔME**  
C'EST MA NATURE  
AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

**DRÔME-CESTMANATURE.COM**

# PROMOTION – COMMUNICATION – DIGITAL

## Attractivité touristique, économique, médicale et résidentielle



- Salons grand public & professionnels tourisme, santé, emploi ;
- Presse, campagnes d'affichages ;
- **Eductours : accueils d'internes en médecine** à la découverte de la Drôme et de ses atouts  
Participation aux assises de la santé aux côtés du Conseil départemental ;

### Digital :

- **Site internet [www.drome-cestmanature.com](http://www.drome-cestmanature.com)** : 1 000 000 de visiteurs/an ;
- **Optimisation du site internet** (graphisme, arborescence) ;
- **Réseaux sociaux** : Facebook, Instagram, X (ex; Twitter) ;
- **Newsletters ciblées grand public** ;
- **Campagnes digitales** ;
- **Outils de gestion** de la relation client et autres supports optimisant l'attractivité du territoire et la mise en marché des prestataires.



### NOTRE SOUTIEN

Aides à l'équipement d'un cabinet  
Bourses de stages semestriels  
Terrains de stages pour tous  
Nombreux projets de maisons de santé





# Affiches Drôme C'est Ma Nature





## FR N°10. Randonnée à Valdrôme



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique

## FR N°11. Activités de pleine nature dans la Drôme



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique



## FR N°13. Le Château de Grignan



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique



## FR N°14. Les villages de Montbrun-les-Bains, Saint-May, Grignan et Mirmande



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique



## FR N°16. Villes de la Vallée du Rhône et de l'Isère : Tain-l'Hermitage, Valence, Montélimar et Romans sur Isère



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique

## FR N°17. Gastronomie et convivialité dans la Drôme, pogne et picodon



-  Commander la version papier
-  Commander la version numérique



# Mise en avant de l'attractivité



AMBASSADEUR | ATTRACTIVITÉ | PRO | PRESSE | EN GROUPE

FR

# La Drôme pourquoi pas vous ?

Page d'accueil — La Drôme pourquoi pas vous ?

Faire le choix de vivre dans la Drôme, c'est privilégier qualité et bien-être pour petits et grands. C'est redonner du sens et du temps au quotidien. C'est retrouver son équilibre pour donner toute sa place à l'essentiel.





# Mise en avant de l'attractivité



Faire le choix de vivre dans la Drôme, c'est privilégier qualité et bien-être pour petits et grands. C'est redonner du sens et du temps au quotidien. C'est retrouver son équilibre pour donner toute sa place à l'essentiel.



FR



C'est un département à taille humaine, ouvert au monde, qui a su raison garder en préservant son authenticité. Un département où bien-vivre, bien faire et bien-être se conjuguent au quotidien.

La Drôme offre une situation stratégique à seulement 1h de Lyon et 2h10 de Paris via le TGV. Aéroport, gare multimodale, réseau autoroutier, port fluvial complètent un réseau routier départemental de 4200 km.

[PLUS BELLE LA VIE... DANS LA DRÔME](#) →



Faire le choix de vivre dans la Drôme, c'est privilégier qualité et bien-être pour petits et grands. C'est redonner du sens et du temps au quotidien. C'est retrouver son équilibre pour donner toute sa place à l'essentiel.

[S'INSTALLER DANS LA DRÔME](#) →

# Mise en avant de l'attractivité



complètent un réseau routier départemental de 4200 km.

PLUS BELLE LA VIE... DANS LA DRÔME >

FR



## Travailler

Située à la croisée de l'Europe du Sud, du Nord et de l'Est, la Drôme est riche d'un tissu entrepreneurial particulièrement varié.

TRAVAILLER DANS LA DRÔME >



## Etudier / se former

10 000 étudiants ont fait le choix de suivre une formation post-bac sur le Campus UGA (Université Grenoble Alpes) Drôme-Ardèche sur le territoire, faisant de Valence la première antenne universitaire délocalisée de France.

ÉTUDIER / SE FORMER DANS LA DRÔME >



# Mise en avant de l'attractivité



**DRÔME**  
C'EST MA NATURE

faisant de Valence la première antenne universitaire délocalisée de France.

TRAVAILLER DANS LA DRÔME

ÉTUDIER / SE FORMER DANS LA DRÔME

FR

(Se) soigner

L'accès aux soins de santé sur son lieu de vie est un sujet essentiel pour tous, voire décisif pour s'installer dans un nouveau territoire.

(SE) SOIGNER DANS LA DRÔME

Découvrir

C'est le territoire idéal pour se ressourcer, reprendre souffle, se reconnecter à une nature vivante et authentique. C'est un terroir généreux et gourmand à goûter et savourer.

LE TOURISME DANS LA DRÔME

# MERCI DE VOTRE ATTENTION

L'AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DROME est présidée par Franck SOULIGNAC et dirigée par David LAMARE



AGENCE D'ATTRACTIVITE DE LA DRÔME  
8 Rue Baudin - CS 40531 - 26004 Valence Cedex  
Tél. +33 (0)4 75 82 19 26  
E-Mail : [info@drome-attractivite.com](mailto:info@drome-attractivite.com)  
[www.drome-cestmanature.com/](http://www.drome-cestmanature.com/)