

Partenariat avec la CCITPA – Programme d'actions partenarial pour 2017

Actions retenues	Présentation succincte	Montant	Avis
<p>Promotion /Attractivité des centres villes / Pays d'Arles</p>	<p>Contexte Le pays d'Arles bénéficie d'une image de marque très positive n'empêchant cependant pas la dévitalisation des centres villes. Les résidents comme les visiteurs connaissent mal l'offre de produits de qualité disponible en centre-ville, qui apporte une véritable plus-value en termes d'attractivité.</p> <p>Objectifs de l'action Faire connaître aux résidents et aux visiteurs la diversité et la qualité de l'offre de service et de commerce du pays d'Arles par une opération organisée lors de la semaine inaugurale des Rencontres d'Arles qui favorisera les retombées de l'événement au-delà d'Arles, sur l'ensemble du pays d'Arles.</p> <p>Moyens mis en œuvre -Identification et la sélection des produits et services répondant à un cahier des charges spécifiques -Etablissement du règlement du concours de selfie (promotion des produits ou service) -Lancement du concours durant la semaine inaugurale des Rencontres d'Arles (juillet) avec remise des prix le 14 juillet.</p>	<p>10 000 €</p>	<p>Favorable</p>
<p>Développement du tourisme d'affaires</p>	<p>Contexte La nouvelle mandature de la CCI du pays d'Arles a décidé de faire du Tourisme d'Affaires un axe de développement majeur. Au-delà de la qualité du cadre et des activités proposées par le territoire, il s'agit également de « vendre » le territoire pour sa dimension « créative ».</p> <p>Objectifs de l'action Organiser une édition test pour faire une 1^{ère} édition d'un Salon du Tourisme d'Affaires. Faire connaître la diversité et la qualité de l'offre de prestations pour l'organisation d'événements en pays d'Arles, afin d'accroître l'attractivité du territoire comme destination « affaires ».</p> <p>Moyens mis en œuvre Organisation d'événements, invitation prospects qualifiés, qualification de fichiers, participation à des salons, achats d'insertion publicitaire, adhésion à des organismes spécialisés.</p>	<p>20 000 €</p>	<p>Favorable</p>

<p>Attractivité touristique « Redécouvrir Salin de Giraud La naturelle / La sauvage »</p>	<p>Contexte Suite à l'interdiction de stationnement sur la plage de Piémanson, près de 10.000 « campeurs » ont déserté la plage d'Arles avec pour conséquence directe la fermeture d'un certain nombre d'établissements dans le village de Salin de Giraud. La réflexion engagée par les collectivités et la CCIPA vise à faire de Salin de Giraud une nouvelle destination à proposer à une clientèle attirée par une des seules plages encore sauvages du littoral méditerranéen, classée comme patrimoine naturel exceptionnel, où peuvent être observées de nombreuses espèces d'oiseaux protégées.</p> <p>Objectifs de l'action Créer un évènement attractif à Salin de Giraud qui pourrait consister en des animations autour de la cuisine camarguaise, mettant en valeur les productions locales et leur dégustation. Le format définitif tiendra compte des propositions du groupe de travail instauré par le Parc naturel régional de Camargue.</p> <p>Moyens mis en œuvre 7, 8, 9 Juillet 2017 - Manifestation autour du Goût, des productions locales, des savoir-faire organisée à Sain-de-Giraud.</p>	<p>15 000 €</p>	<p>Favorable</p>
<p>Développer l'univers Provence Prestige</p>	<p>Contexte Le succès de Provence Prestige se traduit par une fréquentation de 30 000 visiteurs en rythme de croisière. Fort de l'expérience dont elle dispose avec le Palais des Congrès d'Arles, la CCIPA souhaite déployer ses services sur l'ensemble du pays d'Arles, en attirant ou en accompagnant la création de nouveaux événements, en lien avec la marque Provence Prestige dont elle est dépositaire.</p> <p>Objectifs de l'action -<i>Organiser à Châteaurenard une édition spéciale de Provence Prestige</i> souhaitée par la commune, pour faire découvrir les produits et savoir-faire provençaux aux touristes et vacanciers, autour d'un événement marquant les traditions locales, notamment agricoles, « Le trophée des Maraîchers ».</p> - <i>Enrichir l'édition arlésienne</i> d'un pavillon dédié à un pays invité, l'Italie en 2017. Le centre-ville sera investi, notamment la place de la république, favorisant les retombées du salon pour le Centre-ville <p>Moyens mis en œuvre Plan de communication (Presse, Internet, radio/TV, affichage, publicité)</p>	<p>40 000 €</p>	<p>Favorable</p>

<p>Préparer la ville à l'arrivée des visiteurs de la fondation LUMA</p>	<p>Contexte Dans la continuité de l'action EUREKA Arles soutenue par le Conseil Départemental, la CCIPA la Commune et l'Office de Tourisme préparent la ville à l'arrivée des visiteurs de la fondation LUMA. Cela se traduit par une démarche collective de sensibilisation, d'information et de mobilisation autour de la notion d'ambassadeur ; un système d'enquête auprès des professionnels et des visiteurs ; un comptage du nombre de passants dans les principales rues du Centre-ville, à l'aide de capteurs interactifs, permettant à la fois d'identifier les passants mais également de diffuser une information adaptée à chacun.</p> <p>Objectifs de l'action Mettre en place un système de recueil de données et d'aide à la décision (comptage des piétons) et permettre aux arlésiens (professionnels ou particuliers), de devenir des ambassadeurs de leur ville, en partenariat avec l'Office du Tourisme et les professionnels</p> <p>Moyens mis en œuvre <i>Juin à septembre</i> : Identification des solutions techniques permettant le comptage des piétons - Mise au point du concept d'ambassadeur -Travail sur l'amélioration de l'expérience client-Poursuivre l'inscription de la dynamique de la ville dans le projet LUMA /LUMA DAYS Next Hospitality <i>-Septembre à décembre</i> : déploiement et test du système de comptage pendant la Feria du Riz et lancement de la communauté des ambassadeurs avec les partenaires.</p>	<p>20 000 €</p>	<p>Favorable</p>
<p>Réalité augmentée Un jeu dans la ville en lien avec les Musées, Fondation Van Gogh</p>	<p>Contexte Dans la continuité de l'action EUREKA Arles, il s'agit d'accompagner le développement d'une des actions issues du travail d'innovation centrée usager : un jeu de piste grandeur nature dans le centre-ville d'Arles, depuis le parc des Ateliers jusqu'à la Rive droite du Rhône, et ce grâce à la réalité augmentée. En partenariat avec l'OT, les Musées et les gestionnaires du patrimoine de la ville.</p> <p>Objectifs de l'action L'objectif est de valoriser les talents des étudiants de l'Ecole MOPA, en partenariat avec l'IUT d'Arles, à travers leur contribution à la réalisation d'un jeu de piste et « Escape Games », dont l'objectif est à la fois ludique et pédagogique sur les patrimoines disparus ou cachés.</p> <p>Moyens mis en œuvre Ecriture du scénario - Mobilisation des partenaires - Développement par une équipe d'étudiants avec le soutien d'un prestataire</p>	<p>25 000 €</p>	<p>Favorable</p>
	<p>TOTAL</p>	<p>130 000 €</p>	