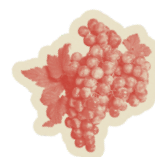


# A

## Stratégie de développement touristique 2026-2032



Office de Tourisme et des Congrès du Grand Chalon

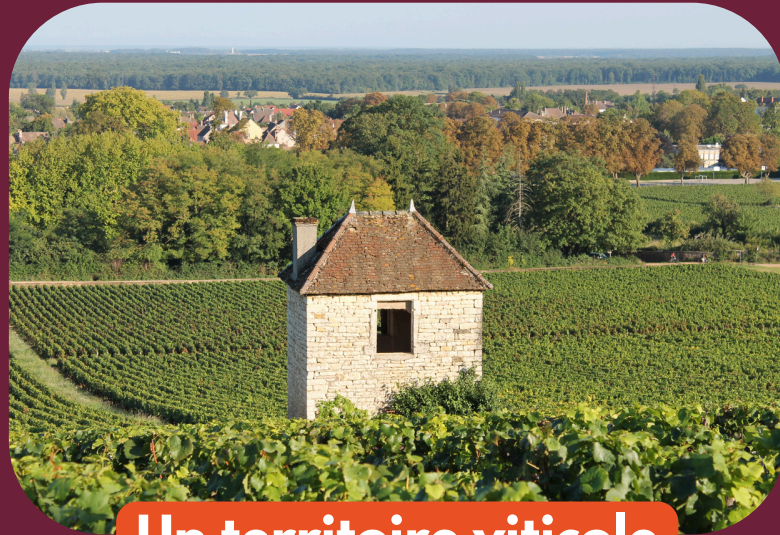


**A**Chalon  
sur Saône  
Cœur de Bourgogne

Le GrandChalon  
Agglomération

# Le Grand Chalon, destination touristique d'exception

Le Grand Chalon bénéficie d'un socle identitaire fort, articulé autour de marqueurs différenciants :



## Un territoire viticole d'exception

- La Côte Chalonnaise
- Les Maranges (Climats inscrits à l'UNESCO)
- Label Vignobles & Découvertes



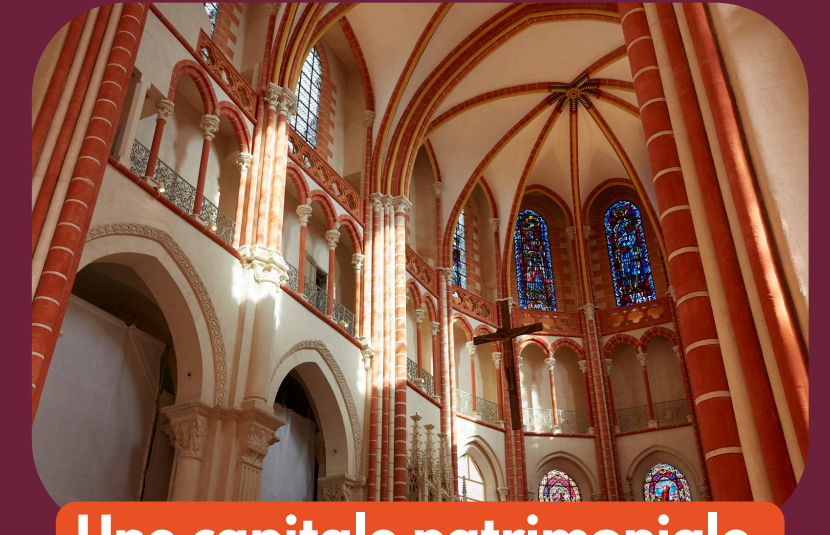
## Un territoire d'eau et d'itinérance

- Chalon capitale de la Saône
- Canal du Centre
- Tourisme fluvial installé
- Eurovelo 6 et Voie Bleue



## Une identité mondiale liée à l'image

- Héritage de Nicéphore Niépce
- Bicentenaire de la photographie 2026-2027
- Projet muséographique : pôle de l'image à rayonnement international

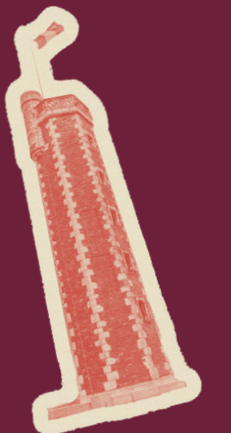


## Une capitale patrimoniale reconnue

- Ville d'Art et d'Histoire
- Centre historique remarquable
- Équipements culturels majeurs

**Ambition 2026-2032 :**

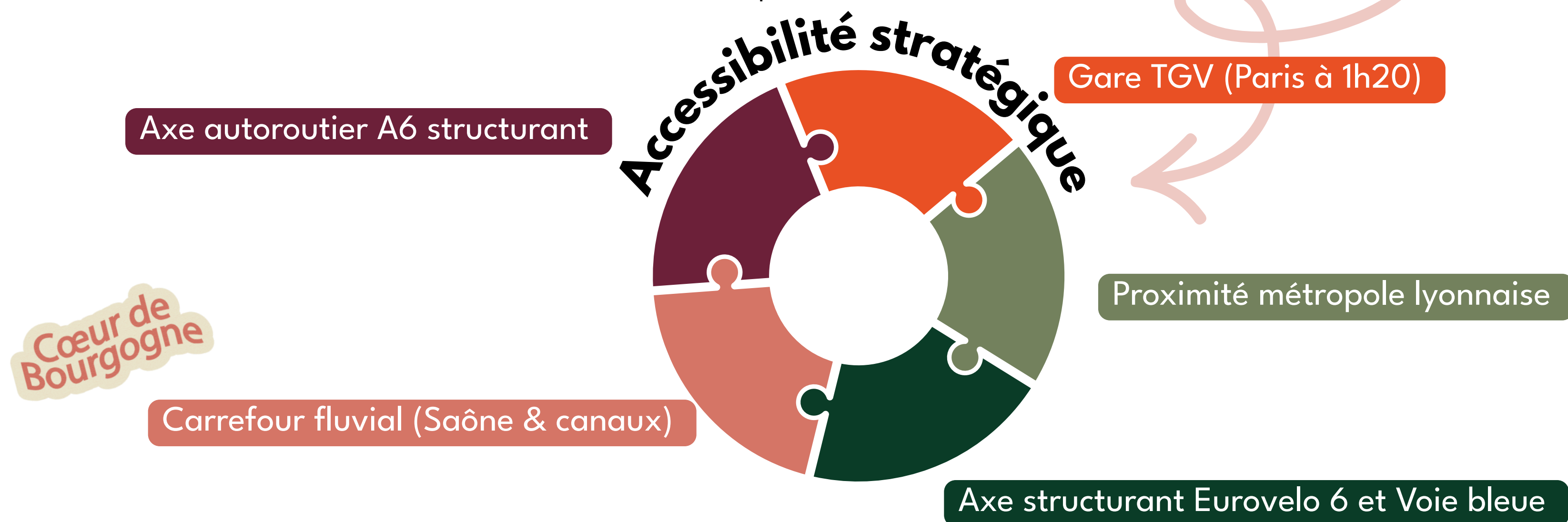
Passer d'une addition d'atouts à une destination assumée et positionnée



# Un territoire cohérent au cœur de la Bourgogne

## Le périmètre communautaire renforcé permet :

- Une cohérence viticole complète
- Une complémentarité urbaine et rurale
- Une offre paysagère élargie
- Une meilleure articulation entre bassin de vie et bassin touristique



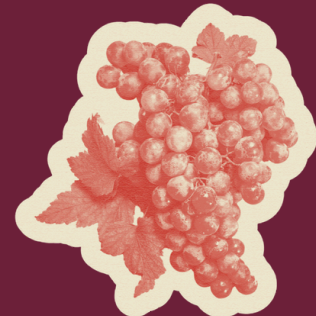
# Une offre touristique importante et diversifiée

Le territoire présente une offre complète :



## Patrimoine & culture

- Centre ancien
- Patrimoine de Pays
- Musées
- Festivals majeurs



## Œnotourisme

- Domaine viticole structuré
- Caveaux
- Événements liés au vin



## Tourisme fluvial

- Port de plaisance
- Quais de Saône
- Haltes nautiques
- Station d'hivernage des paquebots en hiver



## Tourisme nature

- Itinérance douce
- Randonnées
- Cyclotourisme : voies cyclables, VTT, Gravel



## Événementiel

- Carnaval de Chalon
- Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise
- Saint-Vincent des Villages, Paulée de la Côte Chalonnaise
- Festivals culturels : Chalon dans la rue, Musicaves...

**Enjeu : scénariser et structurer**

# Des clientèles à forte dominante de proximité

## Le profil actuel met en évidence :

### Clientèle majoritairement française

- Forte part d'excursionnistes
- Dépendance aux marchés limitrophes

### Hébergement non marchand important

- Résidences secondaires
- Famille / amis

### Clientèle internationale présente mais ciblée

- Itinérance vélo
- Fluvial
- Patrimoine UNESCO

### Segment stratégique en développement

- Seniors CSP+
- Recherche d'authenticité
- Slow tourisme



### Objectif 2026 - 2032 :

- Augmenter la durée moyenne de séjour
- Accroître le panier moyen par visiteur
- Diversifier les marchés



# Des enjeux économiques majeurs

A

Le tourisme constitue un levier économique essentiel



Ça se passe au  
Grand Chalon !



## Lutter contre la saisonnalité

Forte concentration sur juillet-août → stratégie 4 saisons :

- Hiver : Saint-Vincent, Carnaval
- Printemps : Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise
- Automne : vendanges & gastronomie, Paulée
- Fin d'année : culture & événements indoor, festivités de fin d'année

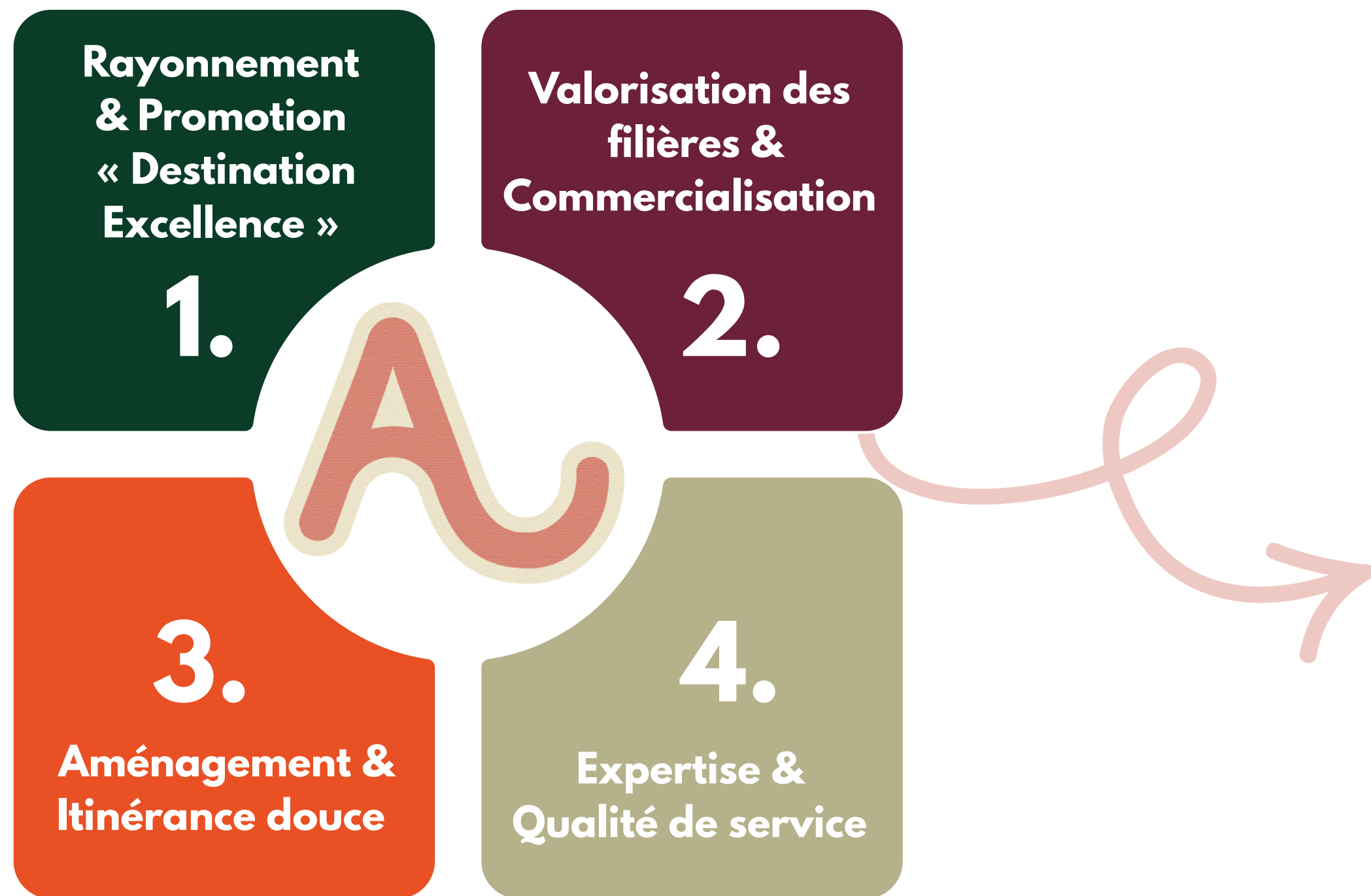
## Maximiser les retombées locales

- Circuits courts
- Boutique OT et commerces locaux
- Packages de séjour
- Commercialisation directe

Passage d'une économie de flux à une économie de séjour

# Les orientations stratégiques de l'OT

La politique 2026-2032 repose sur 4 axes structurants :



## Cette structuration permet :

- Une hiérarchisation des priorités
- Une gestion plus efficace des moyens humains et financiers
- Un pilotage par politique

Chalon sans modération

# Notre politique d'accueil

Maintenir un accueil de référence :

## Maintien des accueils dans les sites touristiques

- Label Destination d'Excellence
- Accueil multilingue



## Accueil mobile

- Hors-les-murs
- Collaborations sur les grands évènements



## Modernisation des outils

- Ebrochures
- Bornes interactives
- Information actualisée en continu : réseaux sociaux et numérique



# Notre politique de promotion

A

## Stratégie de marque unifiée

- Cohérence visuelle
- Positionnement qualitatif

## Production de contenus immersifs

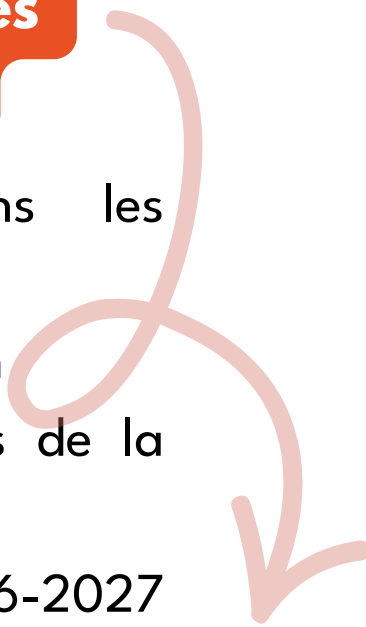
- Vidéos
- Storytelling
- Social media

## Relations presse ciblées

- Œnotourisme
- Slow tourisme
- Culture

## Valorisation des temps forts

- Saint-Vincent dans les villages et Paulée
- Carnaval de Chalon
- Marathon des Vins de la Côte Chalonnaise
- Bicentenaire 2026-2027 de la photographie



## Objectif 2026 - 2032 :

- Renforcer la notoriété nationale
- Installer durablement l'image du territoire



# Notre politique de commercialisation

A

L'Office de tourisme devient acteur économique structurant



Chalon carrefour  
des passions



## Développement des packages

- Vin + vélo
- Culture + gastronomie
- Séjours clé en main

## Groupes & Tourisme d'Affaires

- Séminaires, Congrès
- Foire et Salons
- Autocaristes

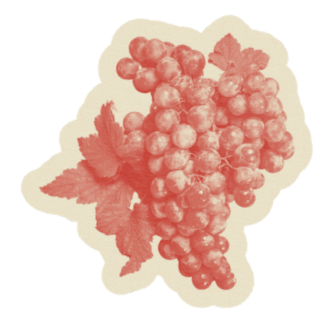
## Billetterie élargie

Transformer la promotion en chiffre d'affaires local

# Notre stratégie : des objectifs partagés par tous

La boutique comme outil stratégique :

Priorité circuits courts



Performance économique suivie



Artisanat local



Produits identitaires

Boutique = outil d'image + levier économique

# Gouvernance et organisation interne

A



## Organisation structurée par pôles

- Tourisme
- Événementiel
- Plaisance
- Spectacle

## Axes de modernisation

- Outil numérique
- Formation continue
- Transversalité des pôles
- Coopérations départementales, régionales et nationales

**Une structure professionnelle orientée performance**

# Stratégie d'animation des socio-professionnels

Près de 1000 acteurs concernés



Fédérer

Professionaliser

Créer un sentiment d'appartenance

Cœur de Bourgogne

Monter en compétence

Sensibilisation aux différents labels



- Outils :**
- Rendez-vous des Pros
  - Éductours
  - Accompagnement numérique
  - Newsletter dédiée aux pros

Destination = projet collectif pour tous les acteurs du tourisme

# Déploiement “Destination d’Excellence”

Les moyens engagés pour la certification 2026 :

Comité de pilotage

Indicateurs de performance

Satisfaction clients



Audit annuel



Observation (Flux Vision, Tourinsoft)

Amélioration continue et pilotage mesuré



# Notre politique RSE

## Engagement transversal :

### Environnement

- Réduction papier
- Sobriété énergétique
- Sobriété numérique
- Alignement avec le Plan Climat Air Énergie

### Social

- Bien-être des équipes
- Maintien et promotion Label Tourisme & Handicap

### Économique

- Circuits courts
- Partenariats durables



## Une destination responsable et engagée



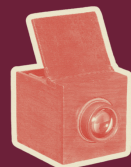
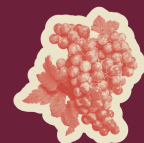


**Office de Tourisme du Grand Chalon**  
**officedetourisme@achalon.com**  
**4 place du Port-Villiers**  
**71100 Chalon sur Saône**  
**03 85 48 37 97**

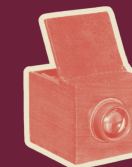
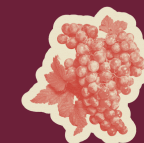


**Sources :**

- Source : Observatoire en ligne des clientèles / AID - données agrégées 2021-2023
- bfc\_tourisme\_rapport2023\_filiere\_oenotourisme\_v2
- Bilan saison 2025 Bourgogne Franche Comté Tourisme
- Note de conjoncture saison 2025 Bourgogne Franche Comté Tourisme
- Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs BFC 2023 2028



Cœur de Bourgogne



Cœur de Bourgogne