



CHIFFRES ET ELEMENTS CLÉS

Charte de Pays : « Une terre d'élection pour le tourisme »

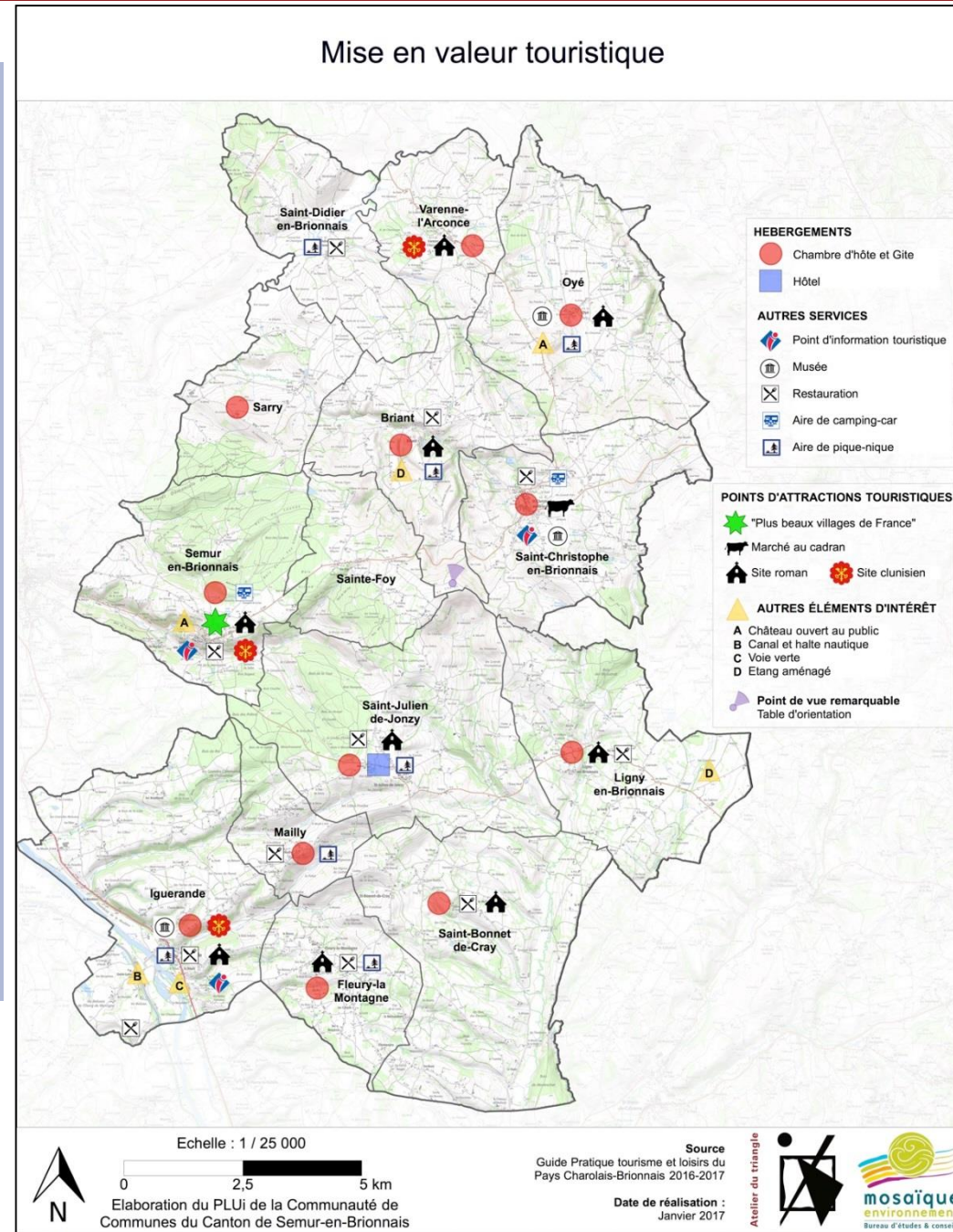
SCoT : « Un fort potentiel qui reste insuffisamment valorisé »

Une démarche de marketing territoriale depuis 2010

Principaux points d'attraction touristique

- Eglises romanes et sites clunisiens
- « Plus beaux villages de France »
- St-Christophe-en-B. : marché et CEP
- La voie verte et le canal de la Loire
- Les musées
- Les sentiers de randonnées

Une offre d'hébergement rural (chambres d'hôtes et gites ruraux) et de restauration



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">▪ Une image et une identité▪ Une reconnaissance qui pourrait être renforcée par la démarche conduite auprès de l'UNESCO▪ Un cadre paysager remarquable▪ Une offre touristique diversifiée : patrimoine, gastronomie, sport▪ Un patrimoine architectural remarquable : sites romans, châteaux, architecture traditionnelle...▪ Proximité de Paray-le-Monial, du marché de Marcigny, de la Maison du Charolais, des abbayes de Cluny et de Charlieu, de la station thermale de Bourbon-Lancy	<ul style="list-style-type: none">▪ Un potentiel qui reste insuffisamment valorisé▪ Une stratégie de communication à renforcer▪ Une offre d'hébergement à développer▪ Absence de sites touristiques de premier plan▪ Une clientèle touristique volatile qui ne reste pas sur le territoire et participe peu au développement de l'économie locale

LES ENJEUX

- Sauvegarder les valeurs paysagères du territoire
- Valoriser le potentiel de développement touristique du territoire, qui reste actuellement insuffisamment exploité
- Renforcer la stratégie de communication pour mieux faire connaître le territoire
- Développer l'offre d'hébergement