

Session n°4 de l'Assemblée des Territoires (Pont du Gard, le 16 mars 2018)

Comptes-rendus des ateliers (10h00 – 12h15)

Groupe de travail n°2 : qualité de vie et cohésion sociale

Chantier : Tourisme expérientiel

- **Binôme Copilotes** : Christine TEQUI (PETR Pays Courserans) et Louis Donnet (Président du PETR Uzège Pont du Gard)
- **Référent permanent du Groupe de Travail** : Nathalie EYBALIN (Direction de l'Action Territoriale, la Ruralité et la Montagne)
- **Référent technique chantier** : Nicolas DEPOIX (Direction de l'Action Territoriale, la Ruralité et la Montagne)
- **Intervenant(s) extérieur(s)** : Emmanuelle BERTHOMIER (PETR Uzège Pont du Gard) et Gabriel SAINNEVILLE (Syndicat Mixte du Canigou Grand Site)

1. Informations générales :

- Cet atelier a réuni 15 personnes dont 10 élus et 5 techniciens.
- Monsieur André DURAND (Pays Carcassonnais) s'est porté candidat pour être rapporteur de l'atelier.

2. Rappel du contexte du chantier :

- Type de chantier : saisine (délibération du Conseil Régional du 24 mars 2017)
- Il s'agissait là du 3^{ème} atelier sur ce chantier.
- Problématique / présentation de la saisine :

Après le tourisme balnéaire axé sur la détente et les loisirs et le tourisme en stations d'hiver, après le tourisme culturel orienté sur les visites de musées et sites patrimoniaux, le tourisme expérientiel, que l'on appelle également tourisme créatif, est une nouvelle pratique en plein essor. L'association européenne des villes créatives le définit comme « impliquant l'apprentissage d'une compétence liée à la culture du pays ou de la communauté visitée. Les touristes créatifs y explorent leur potentiel créatif et engagent des rapports plus personnels avec les locaux : en participant activement à des ateliers ou à d'autres expériences formatrices qui s'inspirent de la culture de leur destination de vacances ».

La région souhaite entrer dans le Top 10 des destinations touristiques européennes. Pour cela, il est nécessaire d'augmenter le nombre de nuitées sur le territoire.

Le Tourisme expérientiel est un des leviers à exploiter pour atteindre cet objectif.

La Région a donc saisi l'Assemblée des Territoires pour affiner sa connaissance des initiatives déjà existantes et d'évaluer le potentiel de développement d'un tel tourisme. Les réflexions des territoires pourront notamment porter sur les valeurs véhiculées par le tourisme expérientiel comme la recherche de sens et de contact humain, la demande d'authenticité, la valorisation des traditions, tendances qui concourent à l'émergence de nouvelles habitudes et formes de voyages.

3. Produit de sortie envisagé :

Une contribution de l'Assemblée des Territoires sous forme d'une cartographie des initiatives existantes en région en matière de tourisme expérientiel et des recommandations générales autour du montage d'un projet de tourisme expérientiel

4. Programme de l'atelier :

- Introduction par Louis Donnet, copilote
- Témoignages du PETER Uzège Pont du Gard autour du « Site remarquable du Goût » et du Syndicat mixte du Canigou autour de « Canigou expérientiel ».
- Echanges entre participants
- Rédaction d'une synthèse pour restitution en plénière

5. Présentation du Site remarquable du Goût - La Truffe Noire du Pays d'Uzès – Pont du Gard

- Créés pour célébrer le patrimoine alimentaire, valoriser les produits du terroir mais également éduquer le consommateur et mettre en valeur les paysages agricoles, le label national « Site remarquable du Goût » valorise tout à la fois les destinations touristiques et les terroirs et participe de l'attractivité des territoires. Adhérer au label permet de garantir la promotion d'activités entrant dans les six catégories suivantes :
 - la découverte et la dégustation du produit,
 - les visites accompagnées de découverte du produit sur site,
 - les balades thématiques,
 - les cours de cuisine, les repas,
 - les animations
 - les séjours sur le thème de la truffe
- Le PETER Uzège-Pont du Gard et le Syndicat des Producteurs de Truffes du Gard, sous l'impulsion de Gard Tourisme, ont souhaité s'associer afin de soumettre une candidature de la Truffe à la marque Site Remarquable du Goût, dans le cadre d'un véritable projet de territoire.
- Présentation de deux cas concrets :
 - les truffières d'Uzès. Visites et restauration éphémère pendant la saison permettent aux touristes de découvrir activement le monde de la truffe (participation à la récolte, au tri, à la pesée des truffes...)
 - Table & Truffe : Balade en Garrigue. 3 expériences autour de la truffe noire : balade en attelage, cavage de truffes et enfin, menu Dégustation en accord mets et vins, réalisé par un chef étoilé, en compagnie d'un vigneron avec ses vins bio AOP Duché d'Uzès.

6. Présentation de Canigó Expérientiel

- Canigó Expérientiel s'appuie sur un contexte local favorable :
 - Stratégie du Syndicat mixte du Canigou « Canigó 2020 » : faire du Canigó une destination touristique "nature et patrimoine" fondée sur un socle de valeurs et un positionnement éco-slow-tourisme, compatibles avec ceux du Tourisme expérientiel.
 - Une gouvernance forte au travers du Comité de destination.
 - Une partie de la population culturellement sensibilisée à ce type de problématique et une implication de la base au travers de groupes de travail, dont l'un consacré au tourisme expérientiel.
 - Enfin, un tourisme qui s'organise autour du Canigó « Montagne sacrée des Catalans » : un bien Commun, fédérateur et inappropriable.
- Canigó Expérientiel est une démarche orientée, qui se raccroche à une finalité économique. Une formation-action portée par l'ADEPFO a permis à des participants de divers profils ayant un projet d'identifier le cadre et le potentiel pour le marché, d'élaborer un mini référentiel afin de distinguer une simple prestation d'une expérience, et enfin de construire une collection de séjours / forfaits touristiques expérientiels Canigó Grand Site.
- Exemples de séjours expérientiels Canigó : Team Building Solidaire en Canigó - 3j/2n - 260€ / Sur les traces du Fer et des muletiers du Canigó - 3j/2n - 290€.
- Pour le groupe ayant bénéficié de la formation-action : finaliser la production, trouver des distributeurs / partenaires, réaliser un manuel de vente / brochure grand public
- Approfondir le process de commercialisation ou de promotion et si le bilan (en 2019) s'avère positif, il est envisagé d'élargir la démarche à d'autres prestataires.
- Parmi les problématiques rencontrées :
 - Le groupe qui a suivi la formation-action était hétérogène et la majorité ne maîtrisait pas la construction d'un séjour.
 - Concernant la distribution, les agences de voyages traditionnelles se montrent frileuses (marché méconnu, pas de groupes). Or pour elles, la démarche est plus impliquante, car l'expérience doit commencer avant le voyage, dès que le voyageur prend connaissance de l'offre. Le 1er contact (physique, téléphone, internet) doit être à minima cohérent avec la démarche expérientielle.
- Quelques préconisations :
 - Se doter d'un référentiel structuré par les fondamentaux de l'Expérientiel.
 - Offrir aux clients une expérience unique et sur mesure.
 - Etre sincère dans la démarche, s'appuyer sur des acteurs sensibilisés et motivés
 - Ne pas chercher à convertir toute son offre (impossible en termes de suivi qualité)
 - Pour ce qui est de la formation, il convient de privilégier la mixité, la co-construction, de s'appuyer sur l'appétence des animateurs et prestataires pour l'expérientiel.

7. Principaux éléments de débat

- Le tourisme expérientiel n'est pas délocalisable, car il repose essentiellement sur des contacts humains et la spécificité d'un territoire (concevoir des séjours « typés », non reproductible à l'identique). Certains participants relèvent cependant qu'il n'est pas toujours simple de définir la

singularité d'un territoire, certains présentent davantage d'atouts que d'autres. L'unicité de l'expérience n'est pas seulement liée à la thématique mais aussi à l'esprit des lieux.

- Le prestataire « raconte une histoire » aux touristes avant / pendant / après l'expérience touristique => on achète un produit touristique - on se souvient d'une expérience touristique ! Cette histoire ne repose pas nécessairement sur une fiction, mais repose bien souvent sur un matériau pré-existant. Il est important également de prévoir un « effet de surprise », prévu dans le forfait, mais qui n'est pas annoncé lors de l'achat du produit.
- Prendre garde à « l'expérientiel washing » : tout ne peut pas donner lieu à la création de produits de tourisme expérientiel.
- Le succès repose en particulier sur la mixité des acteurs et des professionnels impliqués, ainsi que sur une gouvernance bien structurée.

8. Synthèse de l'atelier – principaux point de la restitution en plénière :

Deux questions ont structuré la réflexion de l'atelier :

- Quels sont les facteurs clés de succès d'une démarche de tourisme expérientiel ?

1/ Définition et essence du projet :

- Importance de l'ancrage à un territoire (sur tous les territoires existent des atouts à valoriser)
- Des produits non-délocalisables (ce qui implique de ne pas oublier, lors de leur conception, le travail sur les retombées économiques attendues)
- « Raconter une histoire » aux touristes pour faire découvrir un territoire, concevoir un produit autour d'une expérience humaine et envoyer les touristes « dans une bulle »
- Rechercher l'originalité et faire appel aux « 5 sens »

2/ Objectif client :

- Le touriste doit se souvenir de son expérience et la partager (ambassadeur)
- Le touriste doit être acteur de l'expérience mais aussi prendre son temps (vivre une expérience unique et sur-mesure)
- Prévoir un effet de surprise (spontané ou organisé)

3/ L'organisation et la gouvernance :

- Jouer la carte de la mixité dans le protocole de création du produit en associant des acteurs aux compétences variées
- Mettre en place une gouvernance partagée public-privée pour structurer l'offre et co-construire les produits
- Les prestataires qui souhaitent s'engager dans une démarche de tourisme expérientiel doivent être sincères et avoir une appétence pour ce type de tourisme

- Comment accompagner les territoires et porteurs de projets ?

- Besoin de synergie entre les acteurs en associant des professionnels convaincus dans une dynamique collective (s'affranchir des limites administratives au niveau local) pour améliorer la coordination des offres de tourisme expérientiel.
- Proposition : mise à disposition par le Conseil Régional d'une « méthode » pour permettre la mise en réseau et la valorisation des atouts « cachés » (gastronomie, savoir-faire, patrimoine, histoire...), spécifiques à chaque territoire
- Constat d'un manque dans l'organisation touristique territoriale : une hétérogénéité dans la prise en compte du tourisme expérientiel d'un Office de Tourisme (OT) à l'autre. (à noter que « l'Office de Tourisme devient un agent de développement local »)
- Le Comité Régional du Tourisme devrait former les OT sur le tourisme expérientiel, et être lui-même davantage en veille sur ce segment.
- Former les professionnels du tourisme (le Conseil Régional doit mettre en place des référentiels de formation adaptés), soutenir et valoriser les structures existantes qui œuvrent dans la formation/action tels que l'ADEFPAT et ADEPFO.
- La Région pourrait mettre à disposition une cartographie des administrations, des acteurs, des compétences au travers d'un outil numérique qui permette la mise en réseau et le partage de bonnes pratiques (site web) sur le tourisme expérientiel. Les territoires ont exprimé ce besoin essentiel de coordination.

9. Livrable déterminé – suites à donner :

Une contribution officielle sera prochainement réalisée sur la base des échanges et recommandations issues des différents ateliers sur le chantier du « Tourisme Expérientiel ». Cette contribution sera transmise au Conseil Régional et mise à disposition sur la plateforme numérique de l'Assemblée des Territoires.

10. Ambiance :

Echanges très constructifs entre les acteurs venus témoigner de leurs expériences et les participants.

La méthode des sous-groupes + post-it s'est révélée très efficace pour répondre aux questions posées et faciliter la participation de tous.

11. Point d'alerte :

Aucune alerte à signaler.
