

Programme des Rencontres du Tourisme Culturel 2018

Table ronde 1

Destinations culturelles : nouvelles dynamiques, facteurs de réussite et nouveaux défis

La culture est une composante principale des activités pratiquées par la plupart des personnes qui effectuent un voyage, proche ou lointain. Elle semble même appelée à prendre de plus en plus d'importance.

Conscients qu'une offre culturelle riche, innovante et créative dans ses propositions, est de plus en plus déterminante en termes d'image et d'attractivité touristique pour une destination, les acteurs locaux et les responsables publics se heurtent souvent, toutefois, à la difficulté d'élaborer un schéma de développement culturel et touristique tissant des liens étroits entre les deux mondes professionnels, pleinement collaboratif.

Comment donc inscrire les arts et la culture au cœur de la stratégie touristique d'un territoire, et dans l'expérience touristique ? Quelle démarche globale, nécessairement audacieuse, quelle ingénierie et quelles compétences cela suppose-t-il ? Comment faire de la population locale un acteur principal de cette dynamique ? Quels peuvent être, en définitive, les facteurs de succès ?

À côté des destinations historiquement riches de patrimoine, d'institutions et d'événements culturels, d'autres ont progressivement acquis, elles aussi, une identité de *destination culturelle* et une forte notoriété.

Si les contextes de chacune sont différents, celles-ci ont indiscutablement démontré qu'à partir de la culture, de politiques culturelles et de solides stratégies, il est possible de créer un réel engouement pour une destination, et même de créer une destination !

Comment ont-elles construit, et entretiennent-elles, ce foisonnement culturel, artistique et créatif ancré dans le territoire, dans sa culture vivante, offrant aux visiteurs de partager des moments de vie avec les résidents ?

Qu'elles soient « historiques » ou plus jeunes, quels sont les principaux défis auxquels sont confrontées ces destinations face aux fortes évolutions que connaît le tourisme aujourd'hui ? Quels changements perçoivent-elles, les unes les autres, en termes d'attentes et de comportement des visiteurs notamment ? Quels sont, en l'espèce, les progrès qui restent à réaliser dans le rapprochement des acteurs du tourisme et ceux de la culture ?

Intervenants :

François Bédard - Professeur au département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal ; Directeur du Centre d'excellence des destinations.

Florence Beyaert – Présidente du Directoire PARISCityVison.

Jean Blaise – Directeur général du Voyage à Nantes.

Bernard Faivre d'Arcier – Chargé du projet des Capitales françaises de la Culture, Président de la Biennale de Lyon.

Culture et tourisme : penser l'innovation et de nouveaux modèles

L'innovation dans le tourisme connaît, grâce aux nouvelles technologies, de spectaculaires développements qui modifient de multiples façons les expériences de voyage et les comportements. Si considérables soient ces changements, l'innovation ne se réduit toutefois pas à la seule dimension technologique. Elle recouvre bien d'autres réalités.

Une autre évolution est également à prendre en compte : l'émergence de nouvelles formes de tourisme, plus expérientielles, vers la recherche de l'expérience globale. Nomade, très demandeur d'information afin de choisir seul et librement, un « nouveau visiteur » prend désormais de l'importance. Il souhaite pouvoir s'immerger, participer, créer.

Dans ce contexte si singulier, anticiper l'évolution de la demande et des besoins, les nouvelles tendances, dont celles portées par les nouvelles générations, représente un défi de taille.

Y répondre qualitativement par la création d'offres nouvelles, originales, plus immersives, permettant au visiteur d'être pleinement acteur de la découverte et d'investir de nouveaux territoires, et imaginer les services qui leur sont liés, est aujourd'hui une dimension majeure de l'innovation dans le secteur du tourisme.

Dans le domaine de culturel, les exemples sont nombreux. La tendance est aux offres diversifiées et très élargies, à la création de lieux hybrides, permettant de partager des lieux de vie, comme de nouvelles formes d'hospitalité entre les résidents et les voyageurs.

Multiforme, l'innovation touristique et culturelle émane d'une diversité d'acteurs : de nouveaux, et des acteurs « traditionnels », porteurs de transformations.

Comment, par exemple, penser le tourisme autrement ? Comment le tourisme peut-il devenir le moteur d'une économie inclusive et durable au service d'un développement raisonné et équilibré des territoires, respectueux de l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, de leurs patrimoines, de leurs ressources naturelles et de leur diversité ?

Par des démarches nouvelles, de nombreux acteurs ont aujourd'hui pleinement intégré les principes du tourisme durable dans leur gestion stratégique de l'activité touristique et dans l'offre qu'ils proposent.

Enfin, comment peut actuellement être appréhendée, mise en œuvre et soutenue l'innovation culturelle et touristique à l'échelle de grandes régions et grands territoires ?

Intervenants :

Emmanuel Bobin - Directeur d'Open Tourisme Lab.

Laurent Mazurier - Directeur de l'association Petites Cités de Caractère® de France.

Madly Schenin-King – Directrice de l'agence de tourisme et marketing territorial Majorine, Directrice de VTA Magazine.

Frantz Steinbach – Fédérateur du pôle d'excellence « Tourisme nocturne » auprès du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, entrepreneur culturel.

Construire des dynamiques de développement et d'attractivité par la valorisation des patrimoines

La France dispose d'un patrimoine d'une richesse inestimable. Notre pays est constellé de monuments, jardins, édifices et sites remarquables. Ce patrimoine constitue un réel levier pour la revitalisation des territoires et leur développement économique. C'est aussi un puissant facteur d'attractivité touristique, pour un tourisme durable.

Sa préservation et sa valorisation mobilisent quotidiennement un très grand nombre d'acteurs publics et privés, de collectivités, d'élus et l'État, dont l'action prend appui, depuis novembre 2017, sur une stratégie pluriannuelle en faveur du patrimoine. Le succès du fonds incitatif en faveur des petites communes pour la restauration du patrimoine protégé, doté de 15 millions d'euros et mis en place en 2018, et le soutien à la revalorisation des centres historiques en situation de désertification en lien avec le plan « Action Cœur de ville » sont, parmi d'autres, deux illustrations de cet engagement.

L'attractivité touristique de la France s'est beaucoup construite sur la richesse de son patrimoine historique et culturel, notamment vis-à-vis des marchés internationaux. De toute évidence, celui-ci peut jouer un rôle de catalyseur de la demande touristique, devenue par ailleurs plus exigeante et en recherche d'authenticité, d'identité, d'expériences insolites et innovantes. Le patrimoine raconte en effet une histoire, il offre un cadre authentique et unique, il est ancré, enraciné dans le territoire dont il forme une part de l'identité.

Mais cet actif est très fragile. De nombreuses contraintes pèsent sur son avenir au premier rang desquelles la question de son entretien et de sa conservation, entraînant un coût financier très important.

Une réponse possible est la valorisation touristique des monuments historiques et le développement d'équipements et services en leur sein. Celle-ci nécessite un investissement de long terme et, quelquefois, la mise en place de nouveaux montages juridiques et financiers. Elle a donné lieu à la réalisation d'une étude de faisabilité, co-financée par la Direction générale des entreprises, la Caisse des dépôts et le ministère de la Culture, menée en 2017 et publiée en juin 2018.

Un retour d'expérience sur ces développements touristiques à partir du patrimoine et des monuments historiques est également au programme de cette table ronde.

Intervenants :

Didier Herbillon – Maire de Sedan, 1^{er} Vice-Président d'Ardenne-Métropole

Franck Jaclin – Propriétaire du domaine de Kergroadez (Finistère)

Marie-Christine Labourdette - Présidente de la Cité de l'Architecture et du Patrimoine.

Martin Malvy - Président de Sites & Cités remarquables de France, ancien Ministre.

Intégrer cultures et identité des territoires à l'expérience touristique

Au-delà des patrimoines bâtis et mobiliers, la découverte d'un territoire passe aussi par sa culture vivante, son identité, sa mémoire.

Cette composante essentielle est par ailleurs au cœur des nouvelles tendances touristiques et de la recherche d'une expérience globale, plus riche, en quête d'authenticité, basée sur la rencontre véritable avec un espace et ses habitants : le tourisme comme une excursion dans les coulisses de la vie locale.

Longtemps centré sur des lieux symboliques et prestigieux, le tourisme culturel se définit davantage aujourd'hui autour d'un large éventail d'offres et d'expériences culturelles, permettant notamment de découvrir les multiples expressions de la culture qui caractérisent un territoire.

La création de l'offre touristique à partir de ce qui est par définition intangible n'est pourtant pas évidente. Il s'agit bien de « matérialiser l'immatériel », de garantir la visibilité des pratiques culturelles locales et, dans tous les cas, d'organiser la mise en tourisme de démarches spontanées, sans les dénaturer.

Comment rendre compte à la fois de la mémoire vivante et de cultures qui se renouvellent, et qui sont, aujourd'hui encore, porteuses de création ?

Enfin, la pluralité des acteurs à impliquer et l'absence de « propriétaire » interrogent particulièrement les systèmes organisationnels à mettre en œuvre.

La table ronde cherchera donc à examiner les moyens de créer des offres porteuses de sens, pertinentes touristiquement, acceptables par les acteurs locaux et génératrices de développement local.

Intervenants :

Catherine Bertram – Directrice de la Mission Bassin Minier Nord-Pas de Calais.

Yann Grienberger - Directeur du Centre international d'Art Verrier de Meisenthal.

Pierre Sabouraud - Directeur de Saint-Nazaire Agglomération Tourisme

Atelier 1

Faire rayonner son territoire et développer son attractivité à l'international grâce à une identité partagée et une culture valorisée

L'attractivité dans un territoire à très forte identité culturelle : quelle stratégie de territoire innovante afin de décliner des démarches de marketing territorial de plus en plus décloisonnées, créatives et participatives ?

« Pour un Finistère solidaire et attractif, une marque citoyenne » : une bannière commune qui rassemble les acteurs locaux, car elle leur ressemble.

ALL « Autour du Louvre-Lens » : construire une destination culturelle de dernière génération. Des acteurs et des territoires différents mais avec un socle de valeurs communes, unis sous une bannière pour développer une attractivité internationale. L'exemple du marché japonais.

Ces deux cas passent par la mise en place d'une ingénierie territoriale poussée, agile et créative.

Intervenants :

Norbert Crozier – Directeur de la Mission Louvre-Lens Tourisme

Albine Villeger – Chef de marque « Tout Commence en Finistère ».

Atelier 2

La révolution numérique au cœur de l'innovation touristique et culturelle

Quels nouveaux produits et services numériques pour le tourisme culturel et son développement ?

Après la réalité augmentée, Sky Boy invente la « réalité superposée », innovation brevetée permettant de superposer une couche de virtuel sur le réel. Les applications mobiles immergent le visiteur dans une action à l'endroit exact où il se situe.

Hackathon Memory : inscrire la « petite histoire » des hommes aux côtés de la « grande Histoire de France » en collectant et numérisant en un week-end la mémoire collective des femmes et des hommes qui ont conservé des anecdotes, des documents, des objets et des souvenirs de vie personnels ou hérités. Les nouvelles données générées, ou les solutions numériques inventées, nourrissent les plateformes nationales Hackathons MEMORY et DATAtourisme.

Le Centre des monuments nationaux a créé son propre programme d'incubation : l'Incubateur du patrimoine. Ses objectifs : accompagner de jeunes pousses qui désirent renouveler la vision et la visite du patrimoine, leur fournir des terrains d'expérimentation, bâtir des ponts entre patrimoine, héritage et futur.

Intervenants :

François Goemarre – Directeur de la société Sky Boy

Pascale Luciani-Boyer - Présidente de Hackathon Memory

Laure Pressac : Directrice de la mission de la stratégie, de la prospective et du numérique du Centre des monuments nationaux.

Conférence 1

Le tourisme créatif, une nouvelle génération de touristes

Le voyageur demande aujourd'hui, de plus en plus, à être pleinement acteur de l'expérience culturelle, de s'accomplir personnellement et d'investir de nouveaux territoires. Il est fortement demandeur d'interactions sociales. Intégration d'activités et de contenus créatifs à l'expérience touristique, telle est la voie qu'emprunte le tourisme créatif.

Celui-ci s'applique aux pratiques culturelles, artistiques et créatives traditionnelles (artisanat, savoir-faire, patrimoine immatériel), mais pas exclusivement. Construit autour de la participation active du touriste, des acteurs, des professionnels et des créateurs locaux, cette forme innovante de tourisme donne au voyageur l'opportunité de développer son potentiel créatif à partir des caractéristiques locales du territoire qu'il visite.

Le tourisme créatif ouvre de nouvelles voies de différenciation pour les destinations. Il permet d'ajouter de la valeur en attirant un tourisme de nouvelle génération, de dynamiser l'image et l'attractivité d'un territoire tout en participant à la sauvegarde de son patrimoine culturel. Il favorise le développement d'activités et d'industries créatives, et même les « exportations créatives » !

Pour les territoires français, celui-ci représente une formidable opportunité et de multiples pistes d'action que les participants des Rencontres sont invités à découvrir.

Intervenant :

Caroline Couret – Experte en tourisme créatif, Présidente de Creative Tourism Network

Conférence 2

Le tourisme de savoir-faire et la visite d'entreprise, une opportunité pour les territoires

Le tourisme de savoir-faire est aujourd'hui une filière en fort développement. Il intéresse de plus en plus de familles, de jeunes, de retraités et de publics étrangers qui visitent des entreprises françaises en quête d'expériences alternatives et participatives. Il représente une dimension à part entière du tourisme culturel.

En accueillant des visiteurs, les entreprises mettent en valeur leur patrimoine, leur ancrage dans l'histoire du territoire, leurs techniques, leurs innovations, leurs archives, leurs produits mais aussi tout un pan de l'excellence française. Elles montrent également qu'une entreprise n'est pas uniquement un lieu de production, mais aussi un lieu de culture, un espace de diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle.

Le tourisme de savoir-faire permet à l'offre touristique de nos territoires de se renouveler, de se réinventer et de répondre aux attentes des publics en constante évolution. En 2017, les entreprises ont accueilli 13 millions de visiteurs.

Acteur principal du tourisme de savoir-faire en France, l'association Entreprise et Découverte accompagne de très nombreuses entreprises dans tous les secteurs d'activité, et les territoires, pour créer des parcours de visite, évaluer et professionnaliser l'offre, former les chefs d'entreprise et les salariés.

C'est précisément cette expérience qu'Entreprise et Découverte vient partager avec les participants des Rencontres.

Intervenant :

Cécile Pierre - Déléguée Générale d'Entreprise & Découverte