

En partenariat avec les huit espaces valléens du Pays du Mont-Blanc, des Hautes vallées de Savoie et de la Riviera française
Projet financé avec le concours de l'Union européenne.
L'Europe s'engage sur le Massif Alpin avec le Fonds Européen de Développement Régional



ESCAPADES BAROQUES DANS LES ALPES

*Vers de nouvelles offres de tourisme immersif à la
redécouverte des sites culturels baroques*

L'ATELIER – SESSION 2 COMPTE RENDU

JEUDI 28 - VENDREDI 29 NOVEMBRE 2019

La Brigue et Saint-Dalmas-de-Tende (Roya-Bévéra, Alpes-Maritimes)

JOUR 1

Jeudi 28 novembre après-midi

Représentation du spectacle «Echappée baroque» à La Brigue,

Créé dans le cadre des Escapades Baroques dans les Alpes, cette représentation s'est faite en présence élargie des personnels de l'office de tourisme *Menton, Riviera, Merveilles*, dans le cadre de l'éducteur organisé par l'OT.

En salle :

Retours à la suite du spectacle

Voir Annexe 1 – CR Retours suite au spectacle

Déroulé

Appui sur l'Annexe 2 – Présentation Elaborer les EBA & Annexe 3 – Présentation Point d'étape et calendrier

- Introduction et actualité de l'opération

Tour de table des participants (*voir Annexe 4 - Liste des participants*)

Introduction du séminaire par Hugues Beesau, consultant en ingénierie touristique : Présentation du déroulement de cette journée et demie de construction de séjours immersifs itinérants (*voir Annexe 5 – Programme détaillé du séminaire*).

Point d'avancement de l'opération *Escapades Baroques dans les Alpes (EBA)* par Pierre-Yves Odin, directeur adjoint de la Fondation Facim :

Rappel du cadre de l'opération : de multiples partenaires mobilisés sur l'opération EBA dans le but de redécouvrir les édifices baroques et de diversifier l'offre touristique autour de ce patrimoine.

Pour cela, plusieurs actions sont mises en place avec notamment :

- 4 commandes artistiques dont deux parcours jeu *B-road*, développés en Haute-Tarentaise et en Roya-Bévéra ;

- Travail éditorial et communication : supports papiers (dépliant et affiche génériques, support de découverte en autonomie propre à chaque édifice) et supports numérique (web et plateforme, visites virtuelles...)
- 4 univers extraits du dépliant et du site web présentant et regroupant les offres d'activités en « familles thématiques » : *Secrets baroques : découvertes et gourmandises*, *Les gestes du baroque*, *Vibrations baroques* et *Bougez avec le baroque !*
- Des outils de promotion et un plan média (4 grands temps de médias seront organisés) : parmi ces outils (telles que la charte graphique, une campagne photo, ... etc.) ont été réalisés 5 teasers de promotion des offres et des lieux. Ces courtes vidéos (1min environ) reprennent les 4 thématiques évoquées ci-dessus.

Présentation des grandes étapes à venir.

Retours et échanges

Concernant les teasers, les images de l'art sacré baroque sont un peu trop traditionnelles et les premières images de la visite sensorielle sont trop longues (application du bandeau sur les yeux notamment). De plus, il manque la dimension nocturne des offres, des paysages de montagne, des vues de villages et de hameaux traditionnels, d'anciennes fermes et/ou bergeries d'altitude. La fondation fera au mieux pour prendre en compte les remarques, la difficulté va être de trouver des rushs de films pouvant illustrer ces aspects.

Concernant les visites virtuelles, il faut déterminer leur but : soit elles sont créées en tant que produit d'appel, soit elles permettent de visiter les édifices fermés afin que les gens ne soient pas frustrés. Si la visite virtuelle est créée pour un édifice ouvert, il est préférable d'éviter de présenter ce que le visiteur peut voir sur place, mais offrir une visite de l'église avec un point de vue différent (vues aériennes par drone, etc.) afin d'apporter une valeur ajoutée. Cette action reste à affiner dans le budget imparti.

Les EBA ont pour but la redynamisation de l'offre touristique estivale et sur les ailes de saison (mi-printemps à mi-automne). Toutefois, cette offre peut être présente toute l'année en Roya-Bévéra. Il faut donc se laisser la possibilité d'adapter les approches et les offres selon les caractéristiques propres à chaque territoire.

La fin des travaux de restauration de l'église au monastère de Saorge aura lieu au mois d'avril ou de mai, avec une réouverture qui correspond au lancement des EBA.

- **Atelier 1**

Introduction par Hugues Beesau : rappel des travaux réalisés, des différents temps et étapes de la démarche de création des séjours, ainsi que des différents tableaux (tutoriels) créés permettant leur construction.

Présentation des différentes propositions de séjours pour chacun des territoires par les acteur·rice·s touristiques concerné·e·s (Val d'Arly / Beaufortain, Pays du Mont-Blanc, Roya-Bévéra, Arvan-villards, Haute Maurienne, Tarentaise-Vanoise, Vallées d'Aigueblanche).

JOUR 2

Vendredi 29 novembre

Déroulé

Appui sur l'Annexe 2 – Présentation Elaborer les EBA

- **Introduction**

Tour de table des participants (*voir Annexe 4 - Liste des participants*).

Présentation rapide de la Fondation Facim et de ses activités par Pierre-Yves Odin.

Rappel du programme de la journée par Hugues Beesau.

- **Atelier 2**

Suite et fin de la présentation des différentes propositions de séjours pour chacun des territoires par les acteur·rice·s touristiques concerné·e·s.

Retours et échanges suite aux présentations :

Les Escapades Baroques ont pour objet de proposer de nouvelles offres touristiques pour nos territoires alpins afin d'enrichir les offres existantes, tant pour les clientèles qui fréquentent nos espaces (fidélisation) que pour de nouvelles clientèles à séduire et faire venir (conquête et diversification de clientèles).

Ce ne sont pas des journées uniquement construites autour du baroque, mais bien à partir de certaines composantes baroques du territoire. Le but est de proposer une découverte expérientielle, sensible et originale des vallées et des massifs, de la nature et des patrimoines, des hommes, de leurs Histoires et enfin de l'environnement naturel et rural. C'est un positionnement à creuser pour légitimer les offres car les édifices sont indissociables de leur environnement.

Le chemin parcouru jusque-là par l'investissement des différents groupes de travail est exemplaire, mais pour l'instant, les offres présentées restent un trop classiques et ne sont pas encore, à ce stade, aussi exceptionnelles que ce à quoi on doit parvenir pour les ré-enchanter, suivant ce qui avait pu être évoqué en mai, lors du 2^{ème} module de professionnalisation des acteurs de la médiation en Pays du Mont Blanc.

Toutefois, pour créer des offres il faut, à la base, s'appuyer sur l'existant (producteurs locaux, activités, etc.), afin d'affiner et de les faire évoluer par la suite pour les rendre « exceptionnelles ».

L'appui sur l'existant permet également d'amener une valeur ajoutée en ne restant pas sur les offres « classiques ».

Comme nous le rappelle le témoignage précieux de l'Agence Orgaya, Il faut également déterminer le public ciblé par chacune des offres, pour déterminer le rapport entre contenu, faisabilité et tarif de vente : en effet, selon le public cible et ses moyens, les offres ne seront pas les mêmes. Elles devront être adaptées et donc adaptables.

Il est aussi nécessaire de tenir compte des nouvelles dynamiques sociétales (séjours plus courts, besoin de multi activités pour les familles, etc.).

La création de séjours indicatifs, avec un prix, est une priorité : des séjours innovants tarifés, permettent en effet de convaincre plus facilement des prescripteurs (appropriation par les opérateurs de voyage) et, par ailleurs, collent parfaitement avec la stratégie du CRT, comme cela est rappelé par son représentant. Cet intérêt des prescripteurs est par ailleurs renforcé par les possibilités de personnaliser les produits présentés.

Il existe deux thématiques fondamentales : les activités de pleine nature et la culture, via le baroque. Deux clusters se basent sur ces deux thématiques pour favoriser un liant entre différents acteurs afin de régénérer les clientèles, hisser la fréquentation, lier la mer et la montagne, etc. La démarche de création de séjours immersifs portée par la Fondation Facim dans le cadre des EBA correspond parfaitement à ces objectifs, surtout avec le développement d'offres en itinérance. D'autre part, créer une offre interrégionale pour lier toutes les vallées peut aussi être intéressant pour les itinérances en motos ou en camping-cars par exemple.

Enfin, tout ce qui s'inscrit dans le développement durable est positif, d'actualité et prépare l'avenir du tourisme. Il serait donc intéressant de faire intervenir les Parcs Nationaux (Vanoise et Mercantour).

- **Atelier 3**

Travail sur les journées des Escapades baroques par territoires afin d'évaluer leur adaptation aux clientèles ciblées et d'amorcer leur chiffrage, avec les conseils d'Hugues Beesau.

- **Conclusion**

Suite à ce séminaire, il reste à élaborer des feuilles de route pour chacun des séjours : clientèles ciblées, offres adaptées, contenus originaux et expérientiels, tarifs, arbitrages sur des offres offertes ou gratuites et offres payantes, pistes de commercialisation, etc.

L'été prochain seront vendus les premiers séjours tests, avec des séjours pilotes dits « martyres » sur mai et juin, expérimentés lors des voyages presse (médias et influenceurs) du plan de communication des EBA ou d'éducteurs/workshops.

Tous les participants sont remerciés pour la qualité de leur contribution aux échanges très riche de ce séminaire et de leur implication dans la démarche des EBA.

Prochaine séminaire l'Atelier :

Automne 2020 – Pays du Mont-Blanc

Retour sur les séjours de l'été et la première saison des EBA
Présentation du carnet de bonnes pratiques du travail de conception des séjours