

**CADRE DE RÉFÉRENCE
POUR DÉVELOPPER DES
PROJETS TOURISTIQUES
MÉTROPOLITAINS**

DÉCEMBRE 2011

TOURISME MÉTROPOLITAIN & TERRITOIRES DES VALEURS À AJOUTER



Mâcon



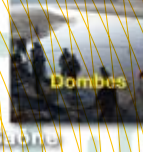
Bourg-en-Bresse



Beaujolais



Roanne



Dombes



Vin de France sur Saône



Monts du Lyonnais



Lyon

Isle-d'Abeau



Gorges de la Loire



Vienne



Bourgoin-Jallieu



Saint-Etienne



Pilat



Grenoble



Valence

© Céline Othier

CADRE DE RÉFÉRENCE POUR DÉVELOPPER DES PROJETS TOURISTIQUES METROPOLITAINS



Le 21 avril 2011, La Région Urbaine de Lyon organisait au Musée gallo-romain de St-Romain-en-Gal – Vienne le séminaire “Tourisme métropolitain et Territoires, des valeurs à ajouter”. Cette journée qui a réuni une centaine de participants répondait à deux objectifs :

- Sensibiliser à la valeur ajoutée que représente l'échelle métropolitain en matière de tourisme
- Inviter les participants à imaginer de nouvelles idées de mise en tourisme dans le cadre d'ateliers de créativité.

L'analyse des quelque 150 idées exprimées par les ateliers permet de faire émerger des lignes-forces. Le comité de pilotage* constitué dans le cadre de cette démarche propose d'en faire un cadre de référence pour le développement d'offres touristiques et de loisirs métropolitaines.

Ce cadre de référence a pour vocation d'aider les acteurs et d'alimenter la création de produits à cette échelle. Il est construit sur :

- **2 valeurs de positionnement** du territoire métropolitain en tant que destination au sens touristique ou de loisirs. Elles correspondent à ce qui le caractérise, le qualifie, et le différencie. Ces valeurs peuvent se définir par :
 - L'inattendu
 - L'hybridation

- **3 valeurs de transmission**, qui constituent les moyens de révéler les offres touristiques :
 - La mise en récit
 - La sensorialité
 - La rencontre
- **L'itinérance, comme support de découverte**, élément essentiel compte tenu de la taille du territoire métropolitain.

* Le groupe de pilotage Tourisme Métropolitain réunit les offices de tourisme du Grand Lyon, de Saint-Etienne Métropole, du Pays Viennois, de Villefranche-Beaujolais, du Grand Roanne, de Bourgoin-Jallieu, et de Bourg-en-Bresse, les services Tourisme des agglomérations membres de la RUL, la Mission d'Ingénierie de Rhône-Alpes Tourisme, les agences d'urbanisme de Lyon et de Saint-Etienne.

VALEURS DE POSITIONNEMENT

L'INATTENDU

De nombreuses propositions issues des ateliers s'appuient sur des produits mettant en scène des lieux inattendus, voire "improbables", ainsi que des visites décalées, jouant sur l'effet de surprise ou permettant de découvrir des réalités méconnues, les arrières-scènes, les mythes déconstruits...

Cette attente porte également sur des formes de médiation touristique originales, ou des temps de visite décalés. Ces propositions sont en phase avec une tendance lourde, structurelle, du public qui est bien celle de "découvertes décalées". Comme dans toute approche de marketing-management appliqué à des services, il conviendra de procéder à des tests grandeur nature auprès des publics-cibles.

L'HYBRIDATION

Lieu de rencontre entre Nord et Sud, notre territoire métropolitain s'est construit autour de l'hybridation entre différents courants, influences, ou cultures. D'où l'intérêt de s'appuyer sur cette marque de fabrique en valorisant ces hybridations qui sont sources de richesse. En susciter de nouvelles, en jouant sur les contrastes, voire les contradictions, permet également de créer des récits originaux qui interpellent le visiteur.

Pour l'atelier "2000 ans d'histoire", ce fait structurel de la rencontre Nord-Sud devrait constituer le thème fondateur pour développer des projets de mise en tourisme à l'échelle métropolitaine.

VALEURS DE TRANSMISSION

LA MISE EN RÉCIT

La singularité de la destination touristique métropolitaine ne résultera pas des éléments patrimoniaux ou culturels pris isolément. Elle tient pour beaucoup à la manière dont on les associe, et à l'histoire que l'on va raconter autour de leur assemblage. Il est donc essentiel de définir un récit singulier, qui apporte un regard nouveau, et qui fasse sens par rapport à ces éléments mis en tourisme. L'espace métropolitain lyonnais offre une source particulièrement riche de mises en récits.

LA SENSORIALITÉ

Aujourd'hui, les visiteurs sont en demande de vivre une expérience inhabituelle et plus seulement d'assister à une simple présentation de l'objet touristique. Il faut donc imaginer des mises en situation originales privilégiant l'expérimentation par le biais des cinq sens. Un grand nombre de propositions issues des ateliers faisait appel à ce principe.

LA RENCONTRE

Le besoin de rencontre, de s'ouvrir à l'autre constitue une attente de plus en plus forte de la part des clientèles du tourisme. Cette attente doit trouver un écho particulier dans notre territoire métropolitain dont l'histoire est marquée par la notion de rencontre et de confluence.

SUPPORT DE DÉCOUVERTE

L'ITINÉRANCE

Il s'agit de faire du déplacement un support de découverte, d'utiliser ce temps pour de la médiation touristique afin de permettre au visiteur de découvrir des choses d'une manière originale.

La distance, qui pouvait être perçue comme un obstacle dans la pratique touristique à l'échelle métropolitaine, doit devenir une composante et même un atout du produit.

Une démarche... en marche !

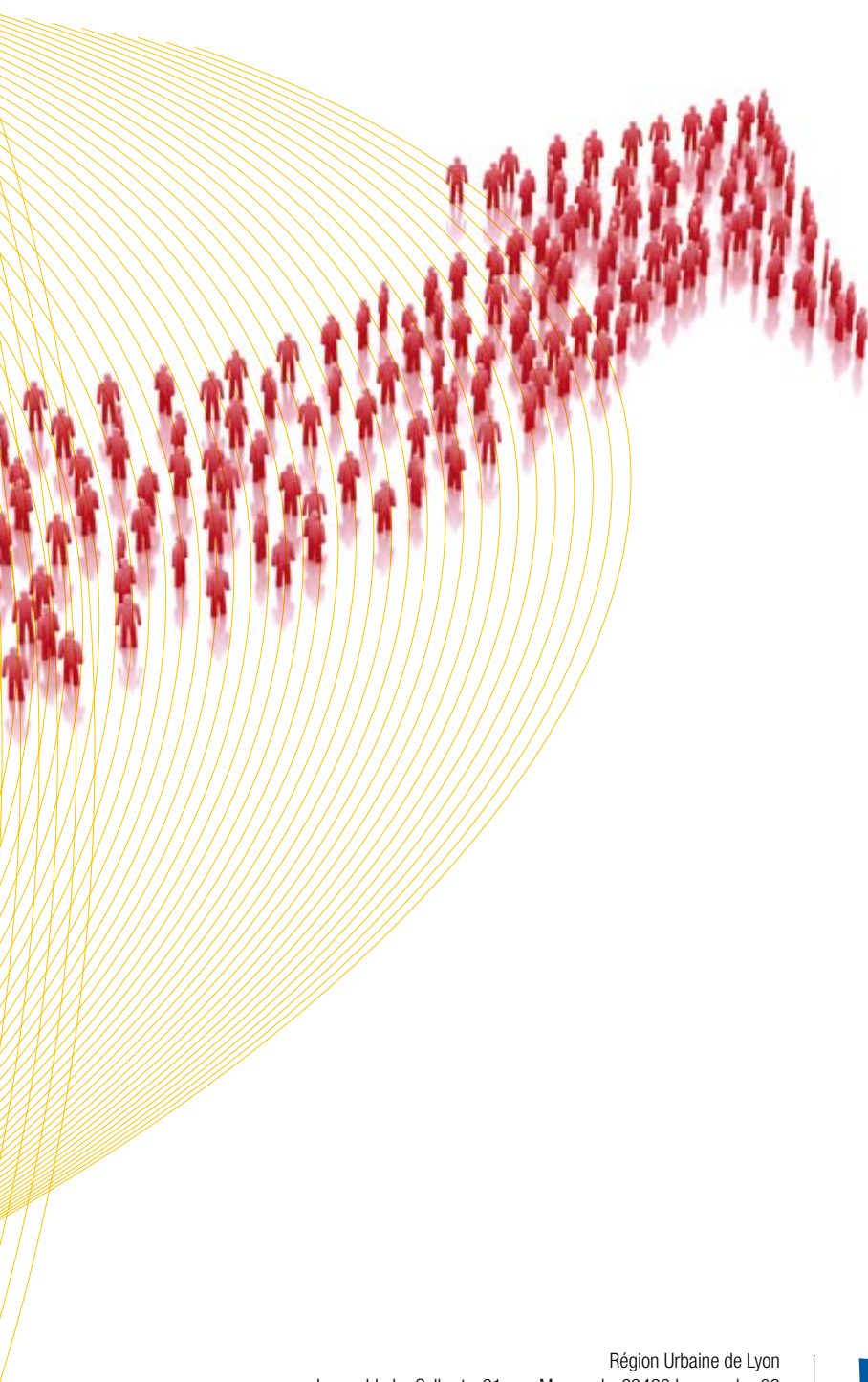
Un deuxième séminaire est prévu fin 2012. Cette rencontre d'une journée consistera à formaliser les projets en ayant identifié les acteurs à réunir pour leur réalisation. Il est envisagé de scinder la journée en deux temps (un temps pour chaque thématique - cf encadré ci-contre). Les acteurs souhaitant y participer sont invités à prendre contact avec la RUL (contact@regionurbainedelyon.fr).

DEUX THÉMATIQUES POUR PASSER DE L'IDÉE AU PROJET

Il est proposé d'approfondir les deux thématiques majeures qui ont transcendé les ateliers :

- **Le rapport au "bien-manger" dans toutes ses composantes** (terroirs et produits, produits et santé, dimension festive et rapport à l'autre, ...) et de la notion de rencontre et de mixité des cuisines. L'accent a particulièrement été mis sur l'intérêt de valoriser la gastronomie lors des événements culturels et festifs.
- **L'histoire des savoir-faire articulée avec l'histoire du progrès social**, en valorisant les liens entre passé et présent et en mettant en avant ces savoir-faire dans un esprit artistique décalé. Plusieurs pistes de récits ont été exprimées, telles que le génie de l'eau, la santé, les lieux "négatifs" (friches industrielles, usines Seveso, centrales de production d'énergie...) ou l'histoire de certains inventeurs.

Le travail à poursuivre sera conduit en s'inscrivant dans le cadre de référence issu du séminaire.



Région Urbaine de Lyon
Immeuble Le Colbert - 31, rue Mazenod - 69426 Lyon cedex 03
Tél. 04 78 93 99 69 - Fax 04 78 93 99 66 - contact@regionurbainedelyon.fr
www.regionurbainedelyon.fr

