



Ateliers sur le tourisme culturel

Synthèse

Grâce à la collaboration IRT / Oser le Futur Marie-Jorge FABIEN / Jean-Loup BENIZEAU ***l'objectif de ces ateliers a été atteint :***

Valoriser la dynamique innovante existante chez les acteurs du tourisme culturel. ***Générer ou susciter de nouvelles initiatives débouchant sur des projets concrets à court et moyen terme.***
Inventorier les solutions liées aux problématiques signalées par les acteurs

La perception des participants sur le fonctionnement des ateliers à été pratiquement unanime et pourrait se traduire ainsi : **«Cela fait longtemps que nous n'avions pas participé à une réunion aussi productive»** ceci nous oblige à **une suite concrète** en rapport avec le début d'enthousiasme suscité parmi les participants présents

Les remarques principales

- ***Les ateliers les plus productifs*** on été ceux où le nombre de participants était limité (entre 6 et 8)
- ***Une journée entière*** aurait permis d'aller plus loin dans la concrétisation des idées
- ***La faible représentation*** des responsables des organismes professionnels
- ***Le nombre important d'idées intéressantes qui ont du mal à trouver leur porteurs qualifiés et opérationnels sur le terrain***
- ***La difficulté d'un certain nombre d'opérateurs à vivre convenablement de l'activité touristique, souvent par manque de professionnalisme et de vision de la demande du marché***



Constat transversal

Métissage, authenticité, cohabitation des religions, respect de l'identité de chacun, notre « vivre ensemble », sont des éléments différenciateurs du produit touristique culturel de la Réunion

- ***L'image « projetée » de La Réunion, d'une manière générale, n'est pas centrée sur la culture, c'est pourtant le principal vécu des touristes CSP+ et des seniors selon les statistiques***
- ***Le tourisme culturel représente donc une niche d'envergure non encore organisée, bien que de nombreux produits sont prêts à éclore. Les centres d'intérêts des touristes culturels sont très diversifiés, allant de la musique en passant par l'histoire, la gastronomie, les religions, la littérature, l'approche scientifique et écologique. On constate qu'il y a une certaine transversalité au travers de tous ces thèmes***
- ***Le touriste culturel est participatif : il souhaite partager des émotions, se sentir comme un invité, faire d'une certaine manière, la même chose que les spécialistes : culinaires, artisans, scientifiques, historiens, artistes etc ...***
- ***Créer un « Passeport culturel » permettant aux visiteurs de choisir ce qui les intéresse, à un prix préférentiel***
- ***Le touriste CSP+ qui n'est pas intégré à un groupe ayant un programme préparé à l'avance, ne dispose pas d'informations précises et fiables sur ce qu'il y a à découvrir sur le plan culturel (à part celles qu'il a glanées sur Internet où l'offre est très confuse)***
- ***Actuellement, le touriste CSP+ reste sur sa faim car il manque d'un véritable accompagnement sur les produits culturels qui font la valeur ajoutée de La Réunion***
- ***Une nécessité impérieuse de professionnalisation des guides et des acteurs de terrain du tourisme culturel au travers de formations adaptées et reconnues assorties d'une connaissance parfaite d'une langue étrangère***
- ***Pour le moment, aucun circuit ou séjour éco touristique ne se trouve construit et commercialisé à l'extérieur du département. Tout est donc à réaliser dans un esprit de pérennité du produit et d'originalité par rapport à la concurrence internationale (benchmarking). Le classement au patrimoine de l'UNESCO est un atout à exploiter.***



- **Les obstacles concernant la réussite du tourisme culturel CSP+ et Séniors, sont de plusieurs natures :**

1. *La nécessité d'un accompagnement privilégié pour découvrir véritablement notre culture*
2. *Le coût de la prestation guidage (qui n'est pas forcément un obstacle pour du CSP+)*
3. *Les connaissances avérées des guides sur le sujet culturel (badges de reconnaissance)*
4. *La pratique parfaite d'une langue étrangère par le guide (Anglais, Italien, Espagnol, Allemand, Mandarin, Cantonais)*
5. *La possibilité pour le guide confirmé d'obtenir un salaire décent grâce à une activité régulière (ce qui motive évidemment sa disponibilité)*

- **Le prestataire de terrain est souvent prescripteur d'autres produits** (ceci constitue une piste intéressante)
- **Il est impératif d'améliorer les premiers lieux d'accueil : port, aéroports** et les grands axes routiers d'accès à nos villes. Les aéroports et le Port ne sont pas végétalisés et ne véhiculent pas une image authentique de l'île
- *Diffuser des odeurs locales dans les aéroports (vanille, géranium, encens, vétiver et insister sur la végétalisation)*

- **Nécessité de distribuer un « gratuit » bi mensuel sous la forme journal (4 à 8 pages bilingues) produisant des informations pratiques, touristiques et culturelles**

- **La signalétique existante ne permet pas à un touriste de se repérer convenablement ou d'enregistrer des informations l'aidant à comprendre et à apprécier son environnement**. Que se passe-t-il pour le touriste étranger ne parlant pas notre langue ? D'où la nécessité d'élaborer **un outil de guidage complet (I phone +GPS)**
- **Manque cruel de toilettes sur les sites naturels et ailleurs**
- **Il existe encore trop peu d'objets de qualité authentiques et emblématiques à acheter en souvenir du séjour passé à la réunion**

L'IRT grâce à sa capacité de mobilisation médiatique sur tel ou tel produit touristique culturel fiable, engendre de fait un surcroît d'intérêt pour ce produit, donc une meilleure possibilité d'achat par les TO, donc une augmentation de fréquentation par le public cible, donc la pérennité du produit ...



Réflexions :

- ***Il nous faut structurer les circuits thématiques par micro territoires, les commercialiser par le biais d'un « Passeport culturel » permettant aux visiteurs de choisir ce qui les intéresse à un prix préférentiel, accompagné le plus souvent par un guide de qualité ou dirigé par un guide électronique***
- ***Le touriste ne pouvant pas consommer toute l'offre culturelle, il convient de se concentrer sur des priorités et constituer des menus appropriés sur les thématiques que nous avons retenues :***
 - *Arts culinaires et produits du terroir*
 - *Découverte de l'artisanat d'art et traditionnel, les cadeaux souvenirs*
 - *La science et la protection de la nature*
 - *Création artistique, les musées, festivals*
 - *Coutumes, croyances et fêtes religieuses*
 - *Patrimoine bâti historique et industriel*
 - *Agrotourisme, jardins, circuits agricoles*
- ***Chacun de ces produits pourrait avoir comme fil rouge :***
« Venez découvrir, essayer, partager, goûter, acheter » en vous déplaçant facilement

L'objectif pourrait être :

Choisir pour cette année dans chacune de ces rubriques, le ou les produits les plus attractifs et les plus originaux, par rapport aux attentes du marché

Organiser et conforter ce ou ces produits en accompagnant les prestataires volontaires d'une manière créative et concrète jusqu'à la mise à disposition au TO et au public

Une fois validés l'IRT en fait une publicité forte, gage de réussite économique et donc de pérennité



La gastronomie et les produits du terroir

- **La table réunionnaise reflet du métissage** (circuit où l'on découvre, on partage, on déguste / et où l'on expérimente dans des ateliers thématiques toutes les cuisines de l'île)
- **Le Bus Gourmand** (c'est une excursion proposée par un « autocariste » qui garantie 35 pax aux divers prestataires authentiques et de qualité, de plus le groupe peut être composite, c'est à dire pas forcément issu d'un seul hôtel)
- **Organiser des soirées gastronomiques haut de gamme** mettant en valeur notre cuisine créative à base de produits du terroir accompagnées du meilleur de notre musique (ex : dans les salons du conservatoire Mascarin, au jardin d'Eden, dans la fraîcheur des hauts)
- **Les guinguettes de la gastronomie** (toutes les cuisines sont à portée de main)
- **Organiser un festival du goût** en période touristique (idée OT de St Paul)
- **Organisation de pique niques métisses** dégustés dans la feuille de banane (associant créoles et invités de l'extérieur)
- **Organisation d'un circuit gourmand bio**
- **Rendre accessible aux touristes qui repartent des produits gastronomiques authentiques prêts à servir** (rougail saucisses, rougail morue ...)

L'artisanat et les cadeaux souvenir

- **Les achats réalisés par les touristes sont pour la plupart** : punch, rhum, teeshirt, vanille, livres, le plus souvent dans les supermarchés, pour ce qui est de l'objet artisanal, il est acheté au marché prioritairement puis dans les boutiques spécialisées ou sur les lieux de production.
- **L'objet patrimonial doit être associé à son histoire pour séduire le touriste** (d'où l'intérêt par exemple de lier des objets spécifiques aux divers musées de l'île)
- **L'objet usuel utilisé par le Réunionnais devient emblématique** (ex : savate deux doigts, la Dodo, la Pile plate, la bougies bébé rose, les allumettes Tristar, le sabre à canne, la vouve, le kayamb, le pilon, le vanne)
- **Engager un travail de créativité avec des artisans confirmés** sur la réalisation de **5 objets totémiques** de qualité représentant la Réunion d'une manière incontournable et s'inspirant de nos traditions
- **Thématiser les produits des boutiques, des musées**
- **S'appuyer sur l'archipel des métiers d'arts** (chambre de métier)
- **Promouvoir un catalogue annuel d'artisans** ayant une production pérenne à l'attention des revendeurs
- **Initier un marché permanent de l'artisanat touristique et d'art** regroupant le meilleur et le plus authentique à proximité



des hôtels. (Par exemple l'usine de Brunickel) .

- **Partenariat avec les mairies de St Denis, St Paul, St Pierre, afin de réserver un espace dédié aux artisans authentiques de la Réunion dans les marchés les plus fréquentés**

Le tourisme scientifique

UNIQUE / MAGIQUE / EXCEPTIONNELLE / DIVERSITE / PARTAGE / AUTHENTICITE / CONNAISSANCES / QUALITE DE L'ACCUEIL sont les mots clefs employés par nos partenaires

- **Pour le moment, aucun circuit ou séjour scientifique et éco touristique ne se trouve construit et commercialisé à l'extérieur du département**
- **L'éco touriste est un touriste participatif, il sera marqué par ce qu'il a vu et vécu et deviendra prescripteur**
 1. **Il doit se sentir comme un invité privilégié** partageant des émotions dans un site exceptionnel
 2. **Il cherche une « aventure organisée »** il est friand de « l'effet surprise »
 3. **Il participe à un groupe restreint** permettant : un contact privilégié, un message précis
 4. **Il découvre au travers de son centre d'intérêt** la nature mais aussi la culture, l'histoire, la gastronomie
- **Elaborer une grille de critères qualifiant l'ECO TOURSME: IRT en lien avec les professionnels et les partenaires**
- **Mettre en lien nos deux pôles majeurs : Parc national RUN et réserve marine pour un combiné Mer Montagne illustrés par des circuits appropriés :**
 - « Le volcan »
 - « Le sentier pêcheurs ouest »: emprunté par les pêcheurs depuis les hauts vers les bas
 - « Nature et astronomie »
 - « La Route des Laves »
 - « Cap sur le Récif »
 - « Entre nature et Culture »
 - « Sud Sauvage »
 - « La Route des laves »
- **Il y a nécessité de construire et de tester un produit prototype en cohérence avec les valeurs écologiques actuelles** (Je voyage dans un véhicule non polluant ou électrique, je dors dans un Éco Lodge à énergie positive, je mange des produits bio du jardin, je partage la vie des Réunionnais, mon mentor a une connaissance incroyable du terrain, je connais mon bilan carbone...etc.



Création artistique, les musées, festivals, valorisation des artistes

- **Deux festivals sont susceptibles de déclencher un acte d'achat : le SAKIFO et le « festival du film sous les tropiques »** (ref. festival de Sundance) ; ce sont les caractères de proximité et de convivialité qui l'emportent
- **« La tournée générale » une initiative portée par la SACEM à conforter et à amplifier**
- **Proposer des « navettes spectacles » réunissant les lieux d'hébergement, notamment dans les hauts de l'île, pour permettre aux touristes d'accéder aux lieux culturels** (ex Kabaret pates jaunes /« ZINZIN» à Grand Bois / « Ti Roz, à la Plaine des Cafres...)
- **Hôtel « spéciales musiques métisses »** (c'est un Hôtel qui axe sa notoriété sur l'animation musicale de qualité, toute l'année)
- **Encourager les animations musicales dans les Hôtels**
- **Inciter les restaurateurs et hôtels à diffuser la musique TAKAM BA**
- **Un projet à défendre le « kabaret » dans les bas à proximité des hôtels de l'ouest**
- **Une grande manifestation : arts plastiques et artisanat d'art contemporains**
- **Faire vivre d'avantage les musée existants grâce à des animations dirigées vers le type de touriste CSP+**
- **Réaliser un écomusée Boutique Chinois ayant pour thème les années 30**
- **Soutenir la restauration des boutiques chinoises des bourgs**

Coutumes, croyances et fêtes religieuses

Deux aspects suscitent des intérêts différents : connaissance des religions et visite des structures

- **Développer les rencontres entre le monde religieux et le milieu du tourisme** pour renforcer cette image inter religieuse de la Réunion et stabiliser des produits commercialisables
- **L'approche des religions et des croyances** peut se réaliser sérieusement grâce à la médiation d'un guide qualifié
- **La visite des lieux de cultes** peut s'organiser grâce à des panneaux d'informations installés sur place incitant au respect
- **Proposer un circuit multi religieux sur une demi journée ou une journée sur les régions les mieux dotées**
- **La conférence « starter » de 18 à 20h** est un déclenchement positif à l'acte d'achat de l'excursion
- **Le bus « visite religion tradition »** fédère les touristes pour une excursion culturelle



- **La journée réunionnaise de la fraternité pourrait devenir un véritable produit d'appel** permettant de mettre en avant notre savoir vivre ensemble (dernier dimanche de septembre) : rassemblement de familles et pique nique avec des manifestations culturelles.

Agrotourisme, jardins, circuits agricoles

C'est l'authenticité, le contact avec l'habitant

- **Se concentrer sur 3 axes forts tels que la canne à sucre, la vanille et les épices**, y associer l'histoire de l'île et mettre tous les efforts autour de ces axes
- **Le tour de l'île en voiture avec des points d'arrêt et un restaurant le midi et un le soir**
 - **Est** (Tafia Galabé et Bois Rouge + la vanilleraie et/ou Maison Rouloff + Grand Hazier et Maison Folio)
 - **Sud** (Escale Bleue + Jardin des épices et des parfums + visite d'un champ de canne et dégustation + visite saga du rhum + Stella Matutina , dîner et visite nocturne de l'usine du Gol)
 - **Ouest** axé sur le café et le géranium (Maïdo)
 - **Sud sauvage** axé sur ail, curcuma et thé
- **Construire un véritable « festival des sens »** en direction de la clientèle touristique et locale
- **Paris Vanille** c'est la Réunion à Paris

Patrimoine bâti historique et industriel

Quelques idées de circuits :

- **Esclavage et marronnage**
- **Architecture créole** : Le circuit des cases créoles visitables tous les jours
- **La route des épices** : Histoire de la Compagnie des Indes
- **L'histoire de la canne au sucre** : avec des visites muséales et sur le terrain
- **« Du sucre au sel »** : associant Stella Matutina et le musée du sel
- **Illustrer les grandes figures du passé** (Mahé de LABOURDONNAIS KERVEGUEN Mme DESBASSYN Le Père LAFOSSE LEVAVASSEUR et La BUSE Roland GARROS...)
- **Créer un site Internet spécifique « Culture Réunion »**
- **Créer un musée de la mer et de la piraterie**
- **Créer un éco musée « Boutique Chinois »**
- **Veiller à la restauration des boutiques de bourg**



- **La mise en action d'une fresque historique doublée d'un son et lumière sur le barchois** à l'occasion du 20 décembre
- **Organiser une « course des épices »** (course à la voile et rassemblement de grands voiliers)

Formations

- **Encore trop peu de prestataires pratiquent une langue étrangère**

- **Il y a la nécessité de réaliser des audits constructifs et créatifs dans les structures d'hébergement qui le méritent et qui le souhaitent. C'est certainement le moyen de faire avancer in situ le professionnel en lui proposant des solutions créatives et réalisables en l'accompagnant dans son évolution jusqu'à la finalisation d'un produit original et fiable** (ex Réunion entreprendre)

- **Accompagner les prestataires vers un label grâce à une charte, contracter un engagement dans le temps avec une première étape d'évaluation à court terme , contrôler, sanctionner positivement ou négativement, promouvoir les meilleurs** (la table d'hôte, le circuit, l'événement culinaire ou artistique, du mois)
- **Multiplier les contrôles et visites mystère grâce à un organisme indépendant** (ex : guide Bourbon) pour que les chartes et labels de qualité soient rigoureusement respectés
- **Mettre en place des ateliers de formations « payant »** pour les tables et chambres d'ôtes
- **Mettre en place des « formations / actions / évaluations » au travers d'un organisme certifié** (ex : Université ; CCI) à destination des guides culture / Nature et autres acteurs touristiques, adaptés aux thèmes que nous avons abordés, assorties d'une garantie de compétence et de pédagogie (Arts culinaires et produits du terroir. Découverte de l'artisanat d'art et traditionnel +les cadeaux souvenirs. La science et la protection de la nature. Création artistique, les musées, festivals. Coutumes, croyances et fêtes religieuses . Patrimoine bâti historique et industriel . Agrotourisme, jardins, circuits agricoles
- **Mettre en place un CAP de cuisine du terroir créole**
- **Professionnaliser les artisans et fabricants de souvenirs et travailler sur le marketing**



Communication

- **présenter une promesse qui se concrétise d'une manière professionnelle sur le terrain**
- **Présenter l'offre culturelle réunionnaise (construite et validée) sur les marchés étrangers, aux TO, aux agents de voyage grâce notamment à un site « Culture Réunion »**
- **Le « gratuit d'informations touristiques et culturelles » bilingue est distribué systématiquement dans les aéroports et ports et Offices du tourisme et Hôtels il couvre 15 jours d'actualités. Il est doublé par un outil type I phone +GPS pour guider les touristes autonomes et leur transmettre le maximum d'informations en temps réel**
- **Renforcer la signalétique entrée de ville (indiquant notamment un circuit lisible pour se rendre à l'OT)**
- **Inclure un forum au site Internet de l'IRT permettant d'obtenir l'avis des visiteurs sur leur séjour (si vous répondez vous pouvez gagner votre prochain séjour à la Réunion)**
- **Identifier les ambassadeurs bénévoles prêts à promouvoir la culture locale**
- **Favoriser la mise en action d'une autorité indépendante qui va effectuer une notation des divers prestataires (ex : Guide Bourbon équivalent d'un guide Michelin local) assortie d'une publication**
- **Le catalogue de recensement par catégorie des artistes locaux (ex : Tam Tam)**
- **Promouvoir un catalogue annuel d'artisans ayant une production pérenne à l'attention des revendeurs**
- **La distribution d'une information sur le respect des lieux de culte et des sites visités**



Actions extérieures (en plus de l'existant)

- **Paris Vanille c'est la Réunion à Paris**
- **La promotion culturelle et artistique** au plus proche des régions réservoirs de notre potentiel touristique peut être renforcée par un **kit culturel** envoyé sous forme de CD parfumé à la vanille **à 1000 agences de voyage métropolitaines et étrangères**
- **Contacter concrètement 1000 agents de voyage** en envoyant une invitation, par mail et ou par carte postale (ex : carte postale papier parfumée à la vanille) à aller sur internet un jour précis à une heure précise pour le lancement de notre site culturel
- **Réaliser des soirées de qualité où culture culinaire**, culture et musique se conjugueraient afin de séduire les agents de voyages et les TO sur des territoires régionaux
- **Mettre en place une franchise de « restaurants boutiques »** réunionnais en métropole et les transformer en ambassadeurs de la Réunion

