INSTITUT COHÉRENCES - TERRITOIRES

"les logiques humaines du développement"

TOURISME DES VALEURS

L' OFFRE DE SERVICES

Cette offre de service répond aux attentes, souvent informelles, de responsables du tourisme territorial qui remettent en question des habitudes insatisfaisantes.

Ils ne veulent plus subir les touristes et le tourisme mais en faire le vecteur principal de l'attractivité et d'un développement approprié et durable pour leur territoire.

Pour sortir des logiques de consommation de masse, banalisantes, et développer une attractivité sélective, ambitieuse et fructueuse, le "tourisme des valeurs" s'appuie sur les valeurs et potentiels d'une identité culturelle et prospective affirmée.

Il s'ouvre alors largement à tous les visiteurs qui viennent participer à la vie et aux activités locales et forment ainsi une communauté de familiers à développer et entretenir.

Cette conception avancée du tourisme est appuyée sur une vision prospective différente des analyses, souvent dépassées, de l'existant. Elle réclame d'autres méthodes et un autre "Mode d'emploi".

C'est ce que l'Institut Cohérences et son réseau de partenaires et collaborateurs vous présentent ici.

L'Institut Cohérences ne répond pas aux appels d'offres qui dupliquent les demandes habituelles sans que les problèmes du territoire soient clairement posés au préalable et que les méthodes soient réellement cohérentes avec les objectifs affichés. Il privilégie les démarches qui permettent un véritable entendement partagé sur la réalité des problèmes et la recherche commune du meilleur processus pour les résoudre plutôt que les formules standards inappropriées et banalisantes.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

LES SOURCES ET RESSOURCES

La conception du tourisme des valeurs et ses méthodes s'appuient pour l'essentiel sur le volet "territoires et développement" des applications de l'Humanisme Méthodologique qui rassemble les travaux de Roger Nifle.

Il s'agit d'une pensée et d'une méthodes ancrées dans une anthropologie philosophique, la "théorie du Sens et des cohérences humaines" et son ingénierie. Elle repose aussi sur une vision prospective très éclairante de la mutation qui entraine déjà des changements profonds dans tous les domaines. Le tourisme des valeurs se révèle alors comme le moteur principal d'un développement culturellement approprié et durable.

Le site web de l'Institut Cohérences montre l'étendue de ces applications territoriales mais aussi pour le management des entreprises.

http://institut-coherences.fr

Le journal permanent de l'Humanisme Méthodologique présente, avec plus de 300 articles, les tenants et les aboutissants de ces approches.

http://journal.coherences.com/plan.php3

L'université de prospective humaine prépare des enseignements universitaires et professionnels dans tous ces domaines et en particulier avec l'**Institut du Tourisme des Valeurs** qui est l'un de ses départements (en cours de constitution)

http://udph.org

La Lettre du tourisme des valeurs diffuse périodiquement des réflexions et des informations destinées aux responsables et professionnels du tourisme territorial et du développement ainsi qu'aux enseignants et chercheurs dans ces domaines.

http://journal.coherences.com/newsletter/subscribe2.php

Les productions, conceptions et méthodes du tourisme des valeurs bénéficient de la protection des œuvres de l'esprit et des droits de propriété intellectuelle. Prenez garde aux contre-façons, plagiats ou exploitations commerciales non autorisées explicitement par l'Institut Cohérences et relevant de compétences incertaines.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

TOURISME DES VALEURS
Mode d'emploi

Communes

Communautés de communes

Pays

Communautés d'agglomération

Départements

Régions

Pays francophones

Pays d'accueil touristiques

Offices de tourisme

Comités départementaux du tourisme

Comités régionaux du tourisme

Agences de développement

Associations de tourisme

Sites

Entreprises

Services

Préalable
Formations sensibilisations sessions et journées

Découverte et appropriation d'une nouvelle approche

1
Situation touristique
Evaluation touristique pour le développement

Prise de conscience par les acteurs des atouts et des manques

2
Identité et valeurs du territoire
Identification des valeurs propres et reconnaissance d'une identité attractive et mobilisatrice

Prise de conscience par la communauté d'un potentiel de développement original

3
Politique de développement et positionnement touristique
Décider du Sens et de la cohérence à donner au développement touristique et aux ambitions spécifiques du territoire

Prise de position des décideurs pour l'orientation du territoire

4
Stratégie de développement du tourisme
Elaboration des projets cadres, Stratégie de marketing territorial du tourisme

Elaboration des projets et stratégies avec la participation des acteurs

5
Plan d'action, d'organisation et de gouvernance touristique
Structure de concourance des acteurs et des actions
Concertations

Détermination des actions, des initiatives, du mode de pilotage et de concertation

6
Management des activités touristiques territoriales
Création d'activités
Optimisations (MRVP)
Evaluations participatives
Animation de la communauté virtuelle des visiteurs

Optimisation de l'enrichissement communautaire du territoire

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

CARACTÉRISTIQUES DE L'OFFRE DE SERVICES

Elle se présente comme une démarche en six étapes, chacune d'elles pouvant faire l'objet de différentes prestations à définir sur mesure selon les conditions et la situation locale.

Trois variables interviennent pour définir les besoins et les prestations adaptées

- l'étendue de la communauté territoriale et de ses moyens; petites communes, intercommunalités, villes, départements, régions.

- la priorité donnée à l'une des six étapes pour des raisons particulières, soit à plusieurs, successivement, de façon à définir la meilleure combinaison pour la situation (à la carte).

- la nature de la prestation pertinente, allant d'un simple formation à un accompagnement, un conseil d'expert ou jusqu'à des études et des interventions plus lourdes. Des prestations de formation-action et de recherche-action sont aussi envisageables.

La puissance des outils spécifiques de l'Institut Cohérences et son expérience diversifiée lui permettenet une grande modulation des services pour s'adapter à chaque situation et ainsi personaliser les prestations.

page 5 : 0 - Formations préalables

page 6 : 1 - Situation touristique

page 7 : 2 - Identité et valeurs du territoire

page 9 : 3 - Politique de développement et positionnement touristique

page 10 : 4 - Stratégie de développement du tourisme

page 12 : 5 - Plan d'action, d'organisation et de gouvernance

page 13 : 6 - Management des activités touristiques territoriales

Roger NIFLE, l'auteur des travaux théoriques et méthodologiques sur lesquels s'appuie le tourisme des valeurs, intervient directement dans les phases essentielles ou supervise les interventions.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

0 - PRÉALABLES

Formations et sensibilisations

Partager une compréhension commune du tourisme des valeurs, ses enjeux et ses méthodes. Pour porter une nouvelle approche du tourisme, il faut clarifier les repères et les moyens à déployer.

Offre n° 01 : Sessions de présentation du tourisme des valeurs aux élus, responsables et acteurs du territoire. Une journée riche d'enseignements.

Offre n° 02 : Séminaire de formation de base à l'approche du tourisme des valeurs pour les responsables du tourisme et du développement du territoire. Deux journées pour approfondir les enjeux et les conditions de faisabilité

Offre n° 03 : Séminaires d'étude et de réflexion sur les thèmes majeurs en rapport avec le tourisme des valeurs pour les professionnels et responsables territoriaux:

- prospective de l'évolution des territoires,

- l'identité culturelle prospective et la vocation du territoire,

- le développement durable et approprié, une conception cohérente, réaliste et ambitieuse,

- le tourisme des valeurs et son rôle pour le développement et la prospérité du territoire

- le marketing territorial des valeurs, une autre façon de promouvoir le territoire dans le but de constituer une clientèle enrichissante,

- une démarche intégrée de promotion et de développement des territoires.

- construire une demande qui pose clairement les problèmes à résoudre

Les sessions ou cycles sont organisés sur mesure en fonction des publics concernés.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

1 - SITUATION TOURISTIQUE

Comment évaluer la situation du territoire avant d'engager un projet de tourisme des valeurs? Comment bien poser les problèmes et en partager l'analyse avant d'engager des études, des projets et des actions.

Offre n° 10 : Diagnostic flash sur le terrain, durée 8 jours.

Une visite de deux jours sur le terrain est consacrée à rencontrer seuls ou à plusieurs les responsables du territoire et du tourisme. A la suite, une évaluation de la situation est effectuée (expertise) très rapidement. Les conclusions tirées peuvent être ensuite discutées à distance ou localement.

Offre n° 11 : Télé-diagnostic par questionnaire à distance, durée 8 jours.

Un questionnaire est rempli à distance (téléphone ou internet) et ses résultats sont analysés et commentés, des recommandations sont faites rapidement qui peuvent être ensuite discutées à distance.

Offre n° 12 : Diagnostic partagé, durée 6 à 8 semaines.

Une évaluation de la situation est faite après la rencontre des principaux responsables du territoire et ceux du tourisme.

Un diagnostic avec ses recommandations est établi ensuite.

Enfin un travail d'appropriation du diagnostic est réalisée en rapport avec les décideurs et les acteurs du territoire (conception et animation d'un processus d'appropriation).

Les trois types de diagnostics ne sont pas de simples états des lieux technico-économiques. De tels "états des lieux" peuvent être réalisés en plus à la demande sur la base des diagnostics précédents et d'une définition concertée des contenus.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

2 - IDENTITÉ ET VALEURS DU TERRITOIRE

Définir une identité mobilisatrice et attractive appropriée par les habitants, les visiteurs et les acteurs du territoire. Sortir des images artificielles et sans racines, des nostalgies régressives et des difficultés identitaires collectives. Une problématique complexe à ne pas galvauder.

Offre n° 20 : Audit identitaire

Evaluer le problème de l'identité du territoire.

Évaluer ce qu'il en est de l'identité collective pour les habitants et les acteurs locaux et aussi pour les visiteurs et acteurs concernés par le territoire. En la matière, l'essentiel est moins l'opinion affichée qu'en ont les personnes que les résonances latentes, c'est-à-dire peu ou pas conscientes mais qui régissent les comportements.

L'audit identitaire est fait pour prendre la mesure des problèmes et en préparer une conscience collective. Il est dimensionné en fonction des circonstances et des questions à éclaircir et comporte une analyse de cohérence culturelle simplifiée.

Offre n° 21 : Étude de positionnement identitaire

Définir une identité culturelle prospective pour y ancrer les politiques territoriales

C'est une étude de fond qui dépasse et éclaire les analyses classiques. Elle comporte :

- l'analyse de cohérences culturelles des valeurs rétrospectives et introspectives.
- l'évaluation prospective des valeurs culturelles.
- l'élaboration du référentiel identitaire qui va servir de base à toutes les actions fondées sur les valeurs culturelles propres.

Cette analyse demande une expertise très particulière pour travailler sur un "inconscient collectif" qui exige des compétences personnelles spécifiques. C'est un investissement majeur pour le positionnement et le développement du territoire et la conception du tourisme le plus approprié fondé sur des valeurs propres, attractives et différenriées.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

Offre n° 22 : Appropriation collective de l'identité communautaire

Mobilisation d'une conscience collective entreprenante.

Elle comporte la conception et la réalisation d'un ensemble de supports de communication et d'une stratégie d'animation concernant les acteurs et publics du territoire ainsi que les visiteurs et les acteurs concernés de près ou de loin par le territoire. (Stratégies de communication ,évènementiels...)

L'appropriation de l'identité communautaire touche non seulement à la conscience collective mais aussi à la volonté et au dynamisme communautaire. C'est l'occasion aussi d'articuler l'unité et la cohérence de l'identité communautaire avec la diversité et l'originalité de ses composantes (communes, acteurs, publics...).

Par ailleurs l'action extérieure qui vise le rayonnement d'une attractivité bien identifiée est le pendant indispensable de l'appropriation locale. L'un sans l'autre peuvent être illusoires.

Cette offre doit être dimensionnée en fonction des enjeux et d'une volonté politique d'identification communautaire. Elle peut recourir à différents moyens (ouvrages, réseaux de communication, événementiels, manifestations, site web, moyens de communication, etc.).

Un devis spécifique doit donc être établi pouvant aller d'un simple accompagnement à la mise en œuvre de moyens importants.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

3 - POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT ET POSITIONNEMENT TOURISTIQUE

Offre n° 30 : Détermination des autorités territoriales

Mobilisation des principaux dirigeants territoriaux autour d'une vision commune et d'une ambition communautaire.

Il s'agit d'abord d'expliciter la vocation de la communauté territoriale s'appuyant sur ses potentiels, ses ressources, son identité prospective et les opportunités nouvelles d'un monde en pleine mutation.

Cette explicitation doit se traduire par une "prise de position politique" qui concerne au premier chef les élus responsables de la communauté territoriale mais aussi tous les responsables qui ont à donner à la prise de position de la communauté territoriale une force suffisante exprimée sous forme d'une ambition générale.

L'offre de service va d'un simple accompagnement (coaching dans le langage actuel) à la conception et au pilotage de tout un processus de maturation et de décision selon la situation.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

4 - STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

La cohérence des projets et stratégies territoriales tient au "Sens du bien commun". Celui-ci découle de l'identité culturelle prospective et de la volonté politique qui le porte. L'élaboration des projets territoriaux est une projection dans le Sens du bien commun. Dès lors qu'il est établi, les projets sectoriels peuvent être élaborés ainsi que les stratégies.

Offre n° 40 : Elaboration d'un projet cadre

Déterminer un axe de cohérences et les grandes lignes d'un projet pour encadrer les processus d'élaboration et de concertation.

Le processus et la méthode de créativité générative vont permettre de concevoir un scénario avec les grands axes du projet. Ce scénario qui réclame un travail intensif se fait d'abord de façon participative restreinte. Il est ensuite proposé à une validation et un enrichissement élargi (les conseils de développement peuvent évidement y avoir un rôle à jouer selon leur conception).

Cette offre de service touche aussi bien au développement global qu'à des politiques sectorielles comme le tourisme des valeurs par exemple. L'évolution des modes de vie est un enjeu nouveau particulièrement important.

Offre n° 41 : Marketing territorial, élaboration d'un projet stratégique de tourisme des valeurs

Développer des relations fructueuses entre le territoire et les clients qui en apprécient et partagent les valeurs.

Seul le marketing de l'offre s'intéresse aux motivations profondes et aux valeurs partagées qui permettent l'adéquation d'une offre originale, innovante et une demande peu à peu "formée". Le marketing favorise les adaptations réciproques sans aliéner les valeurs identitaires du territoire. C'est aussi un marketing "expérientiel" qui travaille sur le "donné à vivre" avec toutes ses dimensions plutôt que le seul "donné à voir" plus propice aux simplifications intellectuelles. Le marketing territorial des valeurs n'est concevable qu'une fois l'identité culturelle prospective du territoire exprimée, décidée et un minimum partagée.

Quatre grandes étapes correspondent à la phase stratégique (l'action et l'organisation appartiennent à une phase opérationnelle ultérieure).

1) Le positionnement stratégique. Définition d'une offre générique, celle d'une destination reconnue et attractive. Définir ensuite une demande générique c'est à dire le profil de clientèle type, le marché pertinent. Définir un concept générique d'identification et de qualification de la destination, son image souhaitée.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

2) La structuration de l'offre et la segmentation de la demande à partir notamment des ressources patrimoniales matérielles et immatérielles et du développement de nouvelles ressources en cohérences avec la définition des clientèles correspondantes et leurs identifications spécifiques.

3) La conception de la mise en relation territoires-clients. Communication, commercialisation, distribution, prix et tous les facteurs intervenants doivent être intégrés dans la stratégie marketing du territoire. Elle n'est pas celle de tel ou tel acteur ou même celle de leurs groupements qui doivent avoir aussi la leur.

4) Le projet de développement touristique. Basé sur la stratégie il intègre la montée en puissance, l'apprentissage progressif, des phases de développement et de renouvellement ainsi que les conditions de pilotage stratégique par la communauté territoriale.

L'élaboration d'une stratégie touristique doit faire l'objet d'une estimation préalable avec les responsables de la communauté territoriale.

Offre n° 42 : Évaluation, recentrage et redéploiement des projets et stratégies du territoire.

Comment réajuster des politiques et stratégies déjà engagées ?

Face à la multiplication des projets et stratégies dont la pertinence n'est pas toujours certaine, la cohérence insuffisante et la performance réelle peu sure, il faut rechercher le meilleur compromis entre ce qui a été engagé et ce qui aurait été souhaitable.

L'offre de service vise d'abord à réaliser une analyse de cohérence culturelle prospective pour recentrer et ré-enraciner projet et stratégie. Est élaboré ensuite un scénario stratégique d'évolution par rapport à la situation présente tant sur le contenu, les rôles et les moyens d'action.

Nota: très souvent il y a confusion entre la communauté, son projet stratégique et les rôles de certains acteurs.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

5 - PLAN D'ACTION D'ORGANISATION ET DE GOUVERNANCE TOURISTIQUE

Dans un projet ou une stratégie territoriale, les actions sont réalisées par des acteurs, institutionnels ou non. Si la politique et la stratégie sont l'apanage principalement des autorités de la communauté, l'initiative et l'action sont l'apanage des acteurs eux-mêmes. C'est pour cela que leur participation, l'animation de leur communauté et l'organisation collective de l'action ne viennent qu'à ce stade contrairement aux erreurs récurrentes où il y a confusion des rôles. La gouvernance, l'organisation et l'action sont intrinsèquement liées.

Offre n° 50 : Plans d'action, d'organisation et de gouvernance des acteurs

Elaboration participative et création d'une dynamique entreprenante

Sans politique ni stratégie déjà établies et décidées pas de plan d'action ni d'organisation cohérente. Un plan d'action ne va pas sans l'organisation capable de le réaliser et la gouvernance pour le conduire.

Dans la mesure où ce sont des acteurs multiples qui interviennent et non pas la seule institution territoriale alors il doit y avoir appropriation, concertation et mobilisation de l'initiative des dits acteurs.

L'offre de service consiste à organiser la concertation qui permet de passer d'une appropriation du projet ou de la stratégie communautaire à l'organisation des acteurs autour d'un plan commun d'initiatives, d'actions et de pilotage.

C'est l'architecture du projet ou de la stratégie qui vont structurer la concertation autour des questions concrètes. Elles concernent les acteurs, chacun dans leur domaine, incluant les services de la communauté territoriale ou les instances qui les représentent. A noter que la définition des actions doit respecter un principe de subsidiarité.

Cette prestation doit faire l'objet d'un cadre de définition préalable dont les objectifs ont bien été évalués et partagés auparavant.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

6 - MANAGEMENT DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES TERRITORIALES

Quatre types d'objectifs concernent le territoire, en concertation avec les acteurs du tourisme et du développement :

- la création d'activités touristiques nouvelles à intégrer dans un projet global,
- l'optimisation des activités existantes et de leur management,
- l'évaluation partagée du tourisme territorial et des activités qui y concourent
- l'animation de la communauté virtuelle des visiteurs et familiers du territoire

Offre n° 60 : Conseil en management de projet et optimisation d'opérations

Rechercher une performance globale des actions et des projets

Les interventions portent sur une entreprise ou un projet particulier. Elles se situent:

- à l'amont pour concevoir et créer de nouvelles réalisations : pertinence, faisabilité, cohérence, conception, appropriation, appuyés sur les techniques de créativité générative et de concertation).

- pour le déploiement ou l'optimisation des activités existantes (marketing, communication, qualité, contrôle de gestion, MRVP(référentiels de valeurs partagées), organisation, management, formations,

- pour l'évaluation participative des projets et réalisations (référentiels d'évaluation partagés)...

L'Institut Cohérences fait appel à son réseau d'expertise et d'interventions en entreprises.

Offre n° 61 Animation de la communauté virtuelle des clients et visiteurs

Etablir et entretenir des relations fructueuses avec les acteurs et publics clients et familiers du territoire

Conformément aux conceptions avancées de la "relation client" et au marketing des communautés il importe de constituer et animer la communauté virtuelle des amateurs des valeurs du territoire, tant pour l'enrichissement permanent des relations que pour la dynamisation de l'attractivité. Les moyens d'Internet sont indispensables. Ils sont à utiliser pour l'animation permanente des acteurs et publics concernés, y compris localement, et pour des facilités de gestion de ces relations sur le plan commercial, des échanges et des services notamment.

Un groupe de pilotage est appelé à concevoir l'espace virtuel, les méthodes d'animation et les modalités et rôles à tenir.

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr

TOURISME DES VALEURS

INSTITUT COHÉRENCES

Dirigé par Roger Nifle
depuis 1977

“Les logiques humaines du développement”

Pour toute information
itv@institut-coherences.fr

Institut Cohérences Chemin de Pinton 26780 Allan France
Tél 04 75 46 64 12 - mail roger.nifle@institut-coherences.fr -Url http://institut-coherences.fr