

## 3EMES RENCONTRES REGIONALES DE L'ECONOMIE DE PROXIMITE 22 mai 2014

### FICHE INITIATIVE

#### THEME : DEMARCHES INNOVANTES EN MATIERE DE COMMERCE, ARTISANAT, TOURISME

**Titre :** Rando Bistrot, comment mettre en synergie métiers d'art, restaurateurs, productions locales, pour une offre touristique originale

**Porteur de projet :** SYMPAM

#### > Le contexte

"Rando Bistrot" est un produit touristique avec une mise en réseau de 3 acteurs, un Bistrot de Pays, un accompagnateur Brevet d'Etat et un agriculteur. Ce concept est une véritable invention en France. L'appellation Rando Bistrot est d'ailleurs déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle sous le numéro 3771249. Le concept a été formalisé en 2012 à travers un logotype et une charte graphique, un cahier des charges et un schéma d'organisation. La Pays de l'Ardèche méridionale, en partenariat avec la Fédération Nationale des Bistrots de Pays a lancé ce produit touristique sur son territoire en automne 2012.



Rando Bistrot s'inscrit clairement dans une approche responsable et durable du tourisme. L'idée est de favoriser le lien entre visiteurs et population locale, amis aussi de permettre une réappropriation par les habitants des ressources de leur territoire. Les petits groupes (< 15 participants) sont propices aux échanges, aux rencontres et découvertes hors des sentiers battus. Cette approche est très ciblée; les Rando Bistrot sont surtout pratiqués par une clientèle adulte ayant un bon pouvoir d'achat et initié à la culture et au tourisme durable. Le concept permet une différenciation de l'offre autour de valeurs immatérielles fortes. Ceci est d'autant plus important que les territoires ruraux doivent redoubler d'ingéniosité pour se rendre attractifs aux yeux des clientèles basées en ville.

#### > Les objectifs

Conforter l'activité des partenaires oeuvrant au développement d'une offre de qualité authentique et responsable (Bistrot de Pays, accompagnateur Brevet d'Etat, agriculteurs, artisans d'art...),

- Décloisonner les secteurs d'activités (restauration, activités de pleine nature, agriculture et artisanat) par la mise en œuvre d'un partenariat solide et durable entre les acteurs participants au projet,
- Favoriser la fréquentation touristique des territoires ruraux sur les "ailes de saison",
- Valoriser le territoire, ses produits typiques et sa culture auprès des visiteurs mais également auprès de la population locale.

#### > Les actions réalisées

Un test réalisé en automne 2012 dans le cadre d'un événementiel "les Week-ends des Bistrots de Pays"

- 9 Bistrots ont participé sur 16
- 9 Randos sur 15 dates proposées sur 9 week-ends
- 9 Randos réalisées

- 83 participants

Ce premier bilan est très satisfaisant dans la mesure où les dates n'étaient pas toutes pertinentes, le week-end patrimoine par exemple n'est pas complémentaire, le mois d'octobre sur la montagne ardéchoise c'est déjà tard par rapport au climat.

A l'automne 2013, nous avons fait un test de validation avec 3 produits nouveaux sur l'hiver, le bilan n'est pas fait à ce jour, il y a eu plus d'inscrits mais malheureusement 2 randos sur 3 ont dû être annulées pour cause de mauvais temps.

#### ➤ **En quoi cette action participe au renouvellement du modèle de développement du territoire**

La projet Rando Bistrot est une démarche partenariale:

Faire travailler ensemble, autour d'un produit touristique, des acteurs des secteurs d'activités du CHR, des activités de pleine nature, de l'agriculture et des professionnels de métiers d'art, est relativement rare. Au-delà du marketing de l'offre, ce travail collectif permet de valoriser la destination touristique. Le programme Rando Bistrot devient une carte de visite pour le territoire et les acteurs qui le font vivre. De plus, les liens tissés lors du travail de production des Rando Bistrot sont capitalisés tout au long de l'année (utilisation des produits locaux par les Bistrots de Pays par exemple).

#### ➤ **Le financement de l'action**

Département et Région Rhône-Alpes

#### ➤ **Les points de vigilance ou de progrès à envisager**

Il est très difficile pour une collectivité territoriale de commercialiser un produit touristique; il faut passer par une ou des agences réceptives, donc lancer une consultation...

Pour développer ce type de produit, il faut avoir une offre au fil des saisons, de septembre à juin, avoir un plan de communication performant notamment en ce qui concerne internet. Une vidéo serait un plus pour faire la promotion du concept sur le web et le web 2.0.

De plus pour développer sa commercialisation, on envisage de l'intégrer dans du séjour.

#### **Pour en savoir plus**

Nom / Prénom : Cécile Mathieu

Coordonnées : Château Julien 07110 VINEZAC

Mail : cecile.mathieu@pays-ardeche-meridionale.net

Tel : 06 29 56 11 93