

# Le **TOURISME CREATIF** et **CULTUREL** en Languedoc Roussillon :

## *Un formidable potentiel touristique avec des atouts naturels et humains sous exploités*

- 15 millions de touristes par an, le Languedoc-Roussillon se situe à la quatrième place des régions touristiques françaises. Il connaît, depuis 2004, une fréquentation touristique stabilisée à plus de 100 millions de nuitées annuelles. Un pic entre le 14 juillet et le 15 août représente 55 % du chiffre d'affaires et une « seconde saison » se confirme, depuis quelques années, en avril et mai.
- 65 000 actifs directs dont 32 000 saisonniers (soit à peu près l'équivalent du secteur du bâtiment ou de celui de l'agro-alimentaire)
- Consommation : 7 milliards d'euros soit 14,9 % du PIB régional (moyenne France : 6,1 % )  
7% de la consommation touristique nationale (2 848 € par habitant et par an)
- 31 millions de nuitées comptabilisées dans les hébergements marchands : 17 millions de nuitées dans l'hôtellerie de plein air. 7,6 millions de nuitées dans l'hôtellerie traditionnelle
- Près de 8,5 millions de visites dans les principaux sites touristiques de la région:
- La fréquentation touristique du Languedoc-Roussillon est principalement orientée vers le littoral où est concentrée 60 % de l'offre d'hébergement.

Chaque année, la région Languedoc Roussillon est traversée par des flux ininterrompus de vacanciers (automobiles et trains) qui se rendent en Espagne, au Portugal et des les pays d'Afrique du nord ... La question est : qui offre quoi et à qui dans l'objectif de fidéliser ces touristes de transit

Au delà des chiffres brut relatif au tourisme de masse, la région est riche de ses paysages et ces offres touristiques extrêmement variées : au farniente des plages méditerranéennes jusqu'aux Pyrénées (Canigou) aux amoureux de la nature (Cévennes) , amateurs d'eaux vives (Lozere et Haute vallée de l'Aude, amateurs de bons vins et passionnés d'histoires (L'homme de Tautavel et ses 450 000 ans, la cité de Carcassonne ) le Pont du Gard , la Bambouseraie d'Anduze , ces musées (Céret, )



Le spectacle vivant n'est pas en reste : plus de 450 festivals ont lieu chaque année de toute dimension et pour toute les formes d'art : depuis les mastodontes de renommées internationales (Montpellier Danse ou le festival Radio France Montpellier Languedoc Roussillon) jusqu'au petit festival des Musiques du Monde d'Albières qui mobilisent ses 80 habitants des hautes Corbières ...ou le festival CONVIVENCIA qui embarquent chaque Eté depuis 15 ans des artistes émergents de l'espace Occitano catalans sur des péniches reliant l'Atlantique à la Méditerranée ...

La question est : comment faire co habiter dans une offre diversifiée un tourisme de masse qui marque le pas avec un tourisme créatif et culturel ? La politique de développement territorial initiée par les collectivités (Cf Aude Pays Cathare) porte ses fruits et implique de plus en plus les habitants, fiers de présenter leur culture (Cf le Produit chasse : ou des chasseurs et des vigneron invitent d'autres chasseurs et leurs amis à venir en gîte à la fois chasser et visiter la région (vignerons, châteaux et produits Cathares, artistes...)

## OUTILLAGE de co élaboration d'une vision partagée dans l'objectif d'actions

Dans un travail d'une année mené en 2009 et 2010 sur le territoire de la communauté de communes autour d'Anduze, les élus et les citoyens ont co élaboré un projet de territoire priorisant un territoire attractif privilégiant la qualité de vie et des paysages et les offres touristiques créatives et culturelles (festival de la céramique, marchés des artisans et des artistes, train touristique, ..)

La méthode employée fut coopér'active en utilisant les outils de la sociocratie et du développement local . Il s'est agi de co-construire un **graphe de développement** composé de 4 parties :

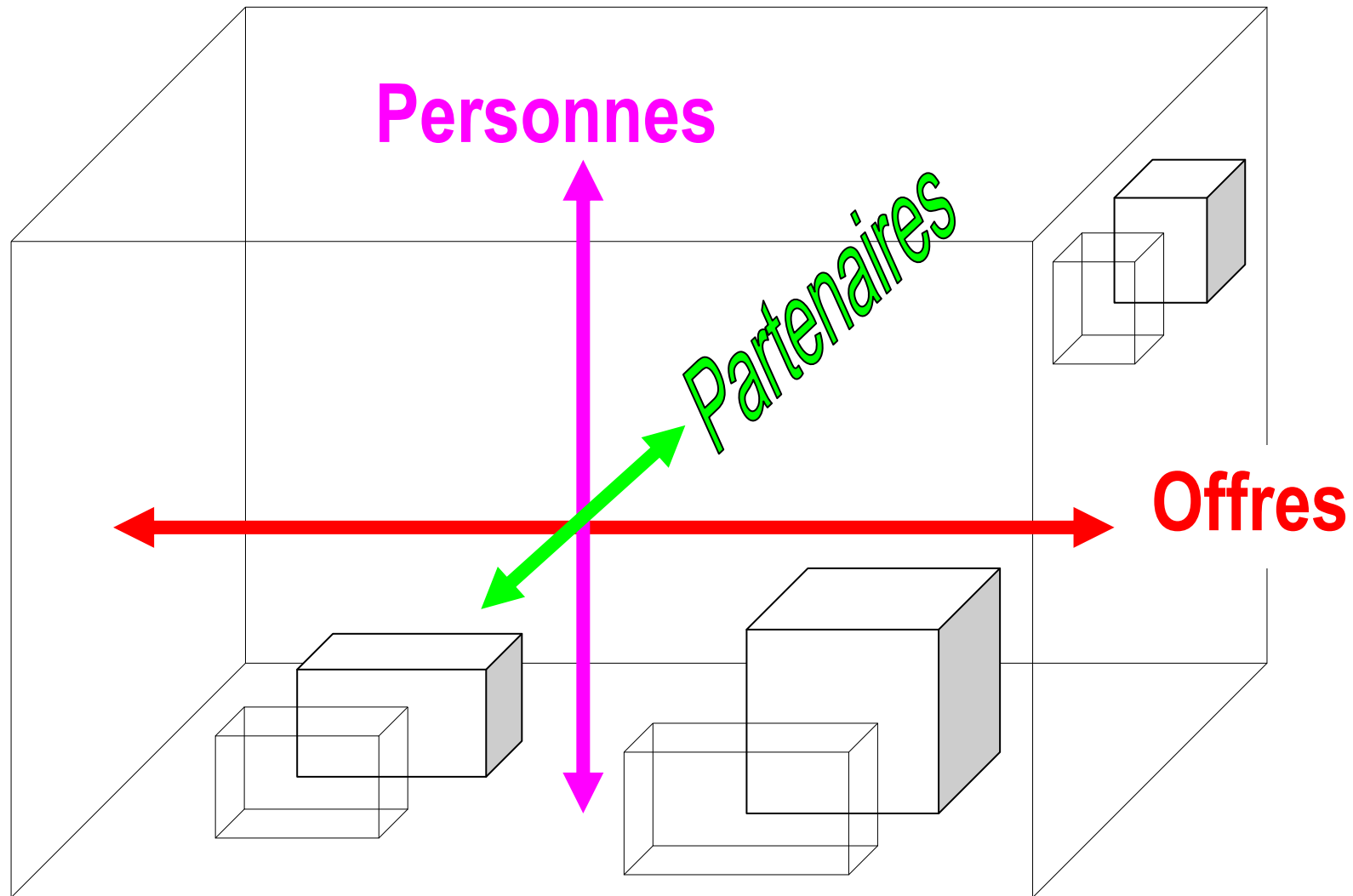
- 1/ déterminer un **grand objectif**
- 2/ arrêter **des objectifs stratégiques** partagés par tous (la règle du zéro objection de la gestion par consentement dite sociocratie)
- 3/ Chaque secteur propose des **objectifs opérationnels**
- 4/ Ensuite chaque opérateurs (entrepreneurs privés ou collectivités) décline ses propres fiches actions

Pout ce faire l'outil analyseur permet de positionner à l'instant « T » les priorité de ces offres, de ces partenariats et des personnes impliquées avec lesquels il va pouvoir travailler

**Les différences comme atouts !**



# Un outil au service des projets : l'ANALYSEUR



**Construire ensemble  
des réponses adaptées aux demandes et attentes**

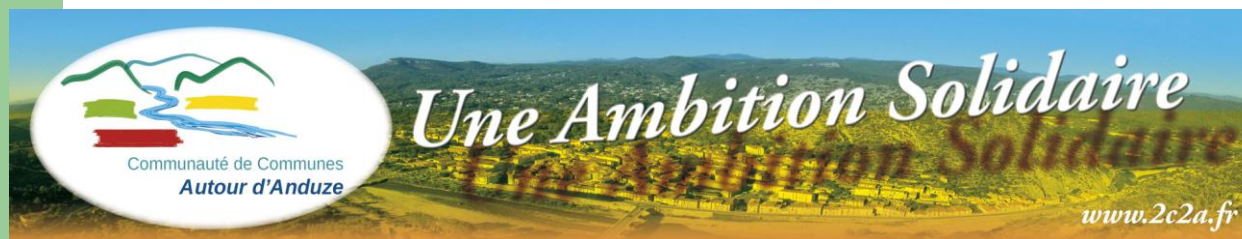


## 1/ exemple de GRAND OBJECTIF du territoire «Autour d'Anduze»

Consulter le livre paru en juillet 2010 : <http://www.calameo.com/read/0001416652d301b762a9a>

### 1 grand objectif adossé au Slogan de la 2c2a

CONSOLIDER UN TERRITOIRE RURAL ET CITOYEN POUR RELEVER  
LES DEFIS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIO-ECONOMIQUES



10



## 2/ OBJECTIFS STRATEGIQUES et OBJECTIFS OPERATIONNELS du groupe TOURISME

FIDÈS-Conseils : Joël Raimondi & Isabelle Farges, consultante  
Assemblée territoire du 24.04.2010 ; communauté communes autour d'Anduze

# Tourisme

### Objectifs stratégiques

Développer l'éco-tourisme, l'œno-tourisme, l'agri-tourisme et le tourisme culturel et éducatif

Améliorer la communication et la mise en réseau des acteurs

Élargir la saison touristique pour aller vers le qualitatif plutôt que la quantitatif

### Objectifs opérationnels

Mener un travail d'animation avec les acteurs locaux du tourisme

Développer les activités de pleine nature (randonnée...)

Développer la labellisation des produits

Installer durablement des manifestations culturelles et artisanales liées aux ressources locales

S'appuyer et valoriser des activités artisanales et culturelles ( poterie...) et les faire partager aux touristes

Identifier, rénover, préserver et valoriser les éléments du patrimoine

Développer des visites guidées du patrimoine

Construire une offre autour de la culture régionale

Développer les jumelages



## OBJECTIFS opérationnels « Tourisme » (suite)

FIDÈS-Conseils : Joël Raimondi & Isabelle Farges, consultante  
Assemblée territoire du 24.04.2010 ; communauté communes autour d'Anduze

# Tourisme

## Objectifs opérationnels

Mener un travail d'animation avec les acteurs locaux du tourisme

Développer la labellisation des produits

Développer les jumelages

S'appuyer et valoriser des activités artisanales et culturelles ( poterie...) et les faire partager aux touristes

Construire une offre autour de la culture régionale

Développer les activités de pleine nature (randonnée...)

Installer durablement des manifestations culturelles et artisanales liées aux ressources locales

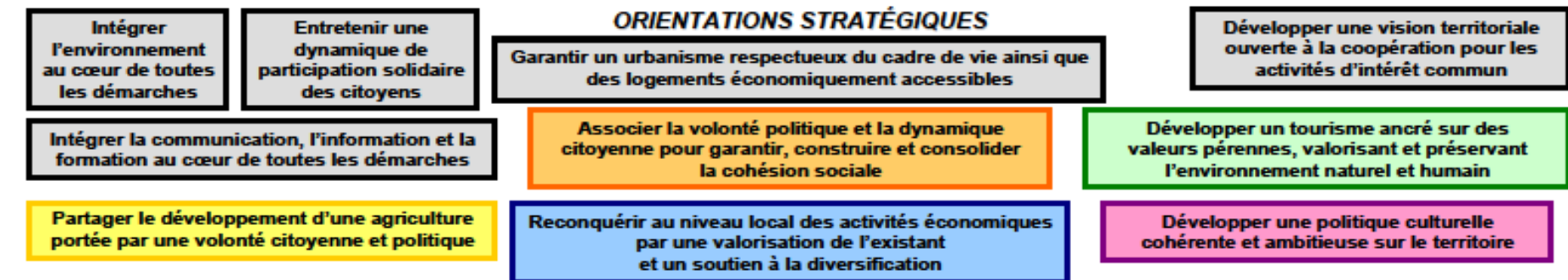
Identifier, rénover, préserver et valoriser les éléments du patrimoine

Développer des visites guidées du patrimoine

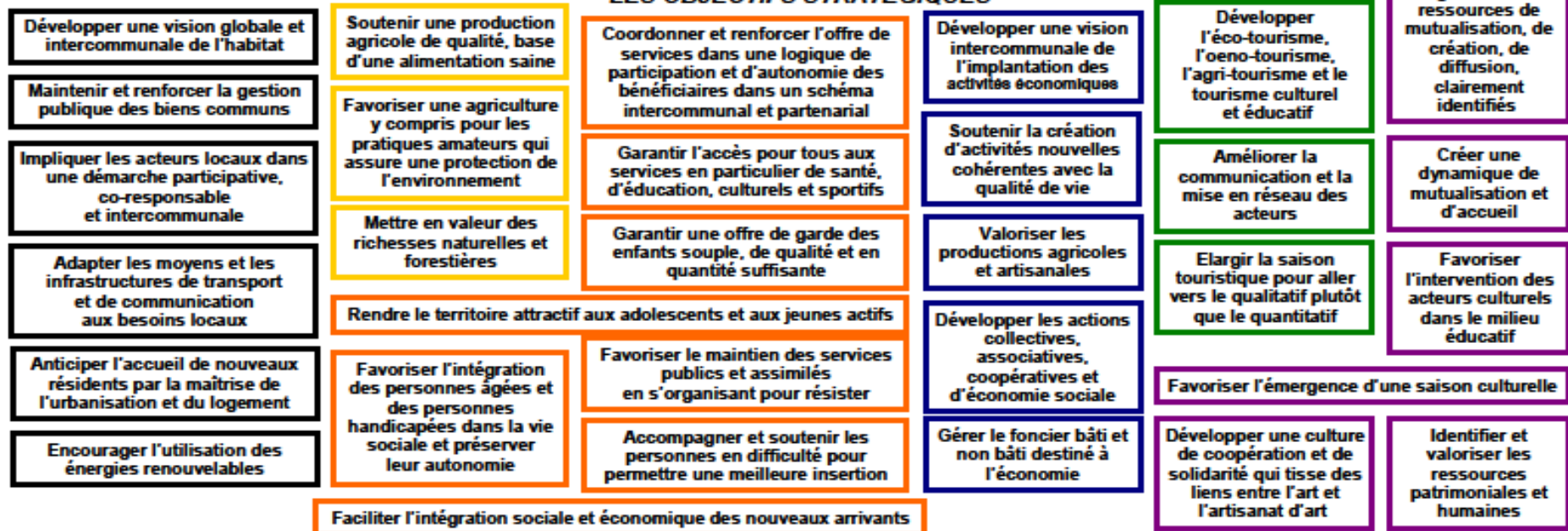


**GRAND OBJECTIF**

**CONSOLIDER UN TERRITOIRE RURAL ET CITOYEN POUR RELEVER LES DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIO-ÉCONOMIQUES**



**LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES**



Document validé par l'Assemblée de Territoire du vendredi 23 avril 2010 – Communauté de Communes Aiguon d'Anduze – Isabelle Farges et FIDÈS-Conseils, Joël Raimondi.



## ANNEXE : **Les créatifs culturels** : Émergence d'une nouvelle culture (d'après Patrice Van Eersel)

Une étude américaine sur les “acteurs de changement de société”, menée auprès de plus de cent mille personnes pendant une quinzaine d'années par une équipe dirigée par le sociologue Paul H. Ray (université du Michigan) et la psychologue Sherry Ruth Anderson (université de Toronto), affirme dans un ouvrage renversant - *L'émergence des Créatifs Culturels* - qu'en opposition abrupte avec la politique menée à Washington, **un quart environ des citoyens américains vivrait d'ores et déjà dans un système de valeurs et de comportements complètement nouveau, ouvert à l'écologie, à la solidarité, aux valeurs féminines et à l'éveil intérieur.** Catégoriquement niés par les politiques et par l'ensemble des médias (aux USA comme en Europe), ces “créateurs de nouvelles cultures” constitueraient le départ d'une civilisation post-moderne aussi importante que le fut le modernisme il y a cinq cent ans.

Ne vous est-il jamais arrivé - quand il est question des valeurs fondamentales auxquelles votre cheminement vous a finalement conduit - de vous sentir nié par le monde alentour ? C'est ce qui se produit, disent Ray et Anderson, quand on passe à un type de culture résolument nouveau : l'ancien système, non seulement ne comprend pas, mais ne voit carrément rien.

Cela dit, les intéressés eux-mêmes ne connaissent pas leur force non plus. Interrogés sur le nombre de gens qui, à leur avis, partagent leurs valeurs et leurs comportements, les “Créatifs Culturels” (CC, expression la moins imparfaitement traduite de **Cultural Creatives**) se sous-estiment dramatiquement : ils se croient, en moyenne, 5 % de la population alors qu'ils seraient cinq fois plus nombreux, selon notamment l'institut de sondage American Lives (entre 1986 et 1999).

### **Qui sont les “Créatifs Culturels” ?**

Les CC sont des gens qui mettent en application quatre types de valeurs :

- ▶ implication personnelle dans la société par des engagements solidaires, locaux et globaux, immédiats et à long terme ;
- ▶ vision féminine des relations et des choses ;
- ▶ intégration de l'écologie, de l'alimentation bio, des méthodes naturelles de santé ;
- ▶ importance du développement personnel, de l'introspection, des nouvelles spiritualités.

Psychologiquement, les CC ont un point commun important : ils ne supportent plus d'être divisés, coupés, en contradiction avec eux-mêmes - ce qui caractérise d'ailleurs tout début de nouveau mouvement de société. Leurs mots clés sont : cohérence, congruence, interaction, synergie. Que l'on puisse prôner le respect des équilibres écologiques et ne pas en tenir compte dans sa propre vie quotidienne leur est devenu insupportable. Sincèrement croire que seuls des comportements plus solidaires pourraient sortir l'humanité de la catastrophe... et ne pas s'engager soi-même dans ce sens les horripile. Quant à prêcher l'éveil d'une vie intérieure et baratiner sur la spiritualité tout en continuant à se comporter, au travail, dans la cité, chez soi, comme les générations précédentes leur paraît grotesque. **Dire ce que l'on fait, faire ce que l'on dit**, c'est leur devise, et l'enquête de Ray et Anderson montre, dans son suivi à long terme, qu'il ne s'agit pas là de vains mots.



## Le ressort spirituel des Créatifs Culturels

Essentielle à ceux que l'enquête présente comme les plus dynamiques du mouvement, l'approche spirituelle est certainement la plus difficile à intégrer dans la grille moderniste des médias et des politiques. Pourtant, s'il a fallu vingt ans pour que les mouvements "contre la guerre" deviennent des mouvements "pour la paix", ou les mouvements "anti-mecs" des mouvements "pour de nouvelles relations hommes/femmes", c'est que le catalyseur de ces métamorphoses est très souvent venu de la spiritualité et de la psychologie humaniste, dont l'intégration ne peut se faire que lentement.

« En effet, écrivent Ray et Anderson, il faut beaucoup de temps pour bien saisir la substance de l'enseignement des mouvements d'éveil de la conscience.

## ET en France ?

Les Créatifs Culturels pensent globalement et agissent localement autour de 6 axes :

- l'écologie et le développement durable : le biologique, la consommation, les méthodes naturelles de santé
- la reconnaissance des valeurs féminines : l'empathie, la coopération, l'attention à la violence, une autre idée de la réussite
- être ou paraître : rapport aux autres, rapport à l'argent
- la connaissance de soi: le développement personnel, la dimension spirituelle
- l'enjeu sociétal : l'implication individuelle et solidaire dans la société, le social avec une dimension locale
- l'ouverture culturelle : le respect des différences, le multiculturel. Les commentaires de sociologues et les enjeux soulevés par les Créatifs Culturels : une enquête passionnante !

Cette vaste enquête a été menée par l'Association pour la Biodiversité Culturelle, laquelle a constitué un groupe de recherche depuis 4 ans, sous la direction scientifique de J.P.Worms, sociologue au CNRS. Il a été député (rapporteur des principales lois de décentralisation), membre du Conseil de l'Europe, d'associations civiques de développement local et internationales, Laboratoire du Futur, etc.

### A lire :

*L'émergence des Créatifs Culturels*, de Paul H. Ray et Sherry Ruth Anderson, éd. Souffle d'Or

Les Créatifs Culturels en France : Editions Yves Michel Collection Société civile : ISBN : 978-2-913492-44-8

### A voir :

<http://www.culturalcreatives.org/>

### A écouter :

[Patrice van Eersel : Les Créatifs Culturels, entretien exclusif de 31 minutes.](#)



