

La lettre OTV des ACT & ST



Compte-rendu du 2ème Forum OTV
des Associations Culturelles et Touristiques
et des Sites Touristiques

N° 2 12 septembre 2019



Retours d'expérience de directeurs et responsables d'Associations Culturelles et Touristiques et de Sites Touristiques, sur la saison 2019. Des responsables satisfaits dans l'ensemble. Mais au prix de remises en question, d'innovations, de communication. Rien n'est acquis. Témoignages.

L'occasion également de parler des avis clients mis en ligne sur Internet et de la façon de les gérer.

Abbaye Royale et Musée Deluol - saint-Michel-en-l'Herm



Ass. d'Animation Culturelle et Touristique

Marie-Hélène SUREAU-FLEURY

musee-andredeluol.fr - adact85580@gmail.com

La saison 2019 a été un peu en recul vis-à-vis des années précédentes. Difficile d'en connaître les causes. Comme beaucoup, on s'interroge sur l'influence de la canicule.

En ce début septembre l'Abbaye et le Musée sont encore ouverts, mais tributaires de l'Office de Tourisme pour la billetterie (horaires restreints).

Un certain nombre d'animations a eu lieu durant l'été comme une exposition de sculptures dans le musée Deluol, en juillet. Les animations pour enfants en juillet et août fonctionnent bien.

L'association est ouverte à toute initiative susceptible de développer la fréquentation. Suggestion : pourquoi ne pas organiser des journées portes ouvertes pour la population locale qui pourrait devenir prescriptrice.

Pour les Journées du Patrimoine, les propriétaires seront présents et une salle de l'abbaye habituellement fermée est proposée à la visite.



L'un des problèmes avec cette abbaye, c'est la pluralité des propriétaires. Ils sont 4. C'est forcément plus compliqué d'avoir des décisions unanimes pour l'entretien et la restauration.

Les travaux se font parfois à minima. Par ailleurs, entre propriétaires et bénévoles, il y a parfois des divergences d'intérêts.

Musée Blockhaus Hôpital - Les Sables d'Olonne



Diane FRADIN

www.blockhaus-sables.com - blockhaus-sables@orange.fr



Comme les autres participants, le Musée Blockhaus Hôpital définit la saison 2019 comme une bonne saison.

Certes, les premières semaines de l'été ont été plutôt moyennes en termes de fréquentation et la fin fin juillet n'a pas été exceptionnelle, mais le mois d'août a largement rattrapé les chiffres globaux. Non seulement, la fréquentation était tout à fait satisfaisante, mais des records ont même été battus !

La boutique, qui propose des jouets, souvenirs mais aussi de la littérature, a très bien fonctionné. C'est un incontournable désormais, intégré dans la stratégie de développement.

Pour le début d'arrière-saison, il semble que le mois de septembre soit marqué par un maintien soutenu de la fréquentation. On assiste donc à une modification des modes de consommation des loisirs à laquelle il faut savoir apporter des réponses.

Cette fréquentation est aussi certainement à mettre sur le compte de nouveaux supports : de nouvelles maquettes, de nouveaux mannequins mais aussi une traduction en hollandais des scènes, en plus de l'anglais, l'allemand et l'espagnol. La clientèle est en effet composée en grande partie d'européens.

Le Musée Blockhaus Hôpital participe également à des temps forts, comme la Nuit des Musées en mai (succès mitigé cette année) et aux Journées du Patrimoine en septembre. Cette année il est même prévu, au sein du musée, une "Chasse aux citrouilles" le 31 octobre, pour Halloween... Une seconde édition pour cette chasse aux citrouilles, afin de découvrir un lieu atypique dans une autre ambiance.



Le Château de Sigournais



ASPHODEL - Camille NEX

www.chateau-sigournais.fr - info@chateau-sigournais.fr

Très bonne saison. Les chiffres de la fréquentation sont en hausse. Mais ce n'est pas venu tout seul. Il y a eu une grosse remise en cause dans la façon d'accueillir les visiteurs et les activités proposées.

En 2018, une première Fête Médiévale avait été organisée, avec un bilan mitigé. La réflexion a donc été menée en interne mais aussi avec Vendée Vallée.

La plus grande innovation en 2019, pouvant paraître anodine, a été le recours à une guide un peu plus impliquée, car étudiante en Histoire. 6 jours sur 7, en saison, l'étudiante a su proposer des visites commentées empreintes de références historiques, qui ont su ravir un large public. Cela a fait toute la différence.

En complément, le contenu de la visite et les animations ont été étoffés :

Achat de mannequins, Jeux en bois, Aménagement/reconstitution d'une chambre, Tour de gué, Aménagement d'une salle des outils d'antan, 2 animations ont été proposées.

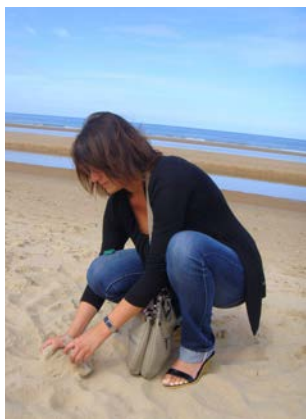
Par ailleurs, le château de Sigournais a participé à la mise en place d'un Pass multisites en Vendée Vallée.

Pour la saison 2019, le chiffre des entrées est en hausse de 40%. Un certain nombre de groupes a pu être accueilli, même si c'est parfois difficile à organiser (toutes les options posées par les autocaristes ne s'étant pas concrétisées).

Enfin, une boutique a été aménagée, pour donner plus de visibilité aux produits comme la Folle de Sigournais (vin blanc sec typique de la commune), le jus de pomme, les jouets et déguisements pour enfants et autres (épée, diadème, héraldique, cartes postales, etc.)

Le Musée du Sable - Les Sables d'Olonne

Jean-Claude DANIEL - www.museedusable.com - museedusable@gmail.com



L'originalité du Musée du Sable, c'est qu'il n'a pas de lieu à lui. Du moins, pas encore, puisqu'un projet (presque finalisé) est en cours.

L'association d'intérêt général mène son activité dans le domaine de la médiation culturelle, auprès du public le plus large possible.

Elle emploie actuellement 2 salariées en CDI épaulant un certain nombre de bénévoles, qui assurent les animations sur le thème du sable auprès des groupes scolaires, sur sites, dans les centres aérés et auprès des touristes (plages, hôtelleries

de plein air...). Les responsables de classes, très satisfaits, renouvelant fréquemment leurs sollicitations.

Mais l'association arrive aux limites du modèle : en 10 années, elle est passée de quelques animations par an à plus de 80 auxquelles se sont ajoutées d'autres missions...

Cet été, début juillet, le Musée du Sable était présent sur l'exposition « La Mer XXL » à Nantes (Beaujoire), en collaboration avec des industriels. Le Musée y proposait, entre autres, un Escape Game. Toutes les séances étaient complètes, soit au total plus de 500 personnes (il a même fallu refuser du monde !). Les bénévoles et les salariées ont, là encore, montré des compétences de grande qualité.

Sinon, le Musée du Sable a animé tout l'été des ateliers aux Sables d'Olonne, notamment pour les 10/12 ans, sur la thématique : « Le sable dans tous ses états ». L'équipe est également intervenue dans les HPA, pour des animations



Ces changements ont pu se faire grâce à la prise de conscience des bénévoles qui ont compris que leur statut ne les dispense pas d'être des "professionnels" et des commerçants. Ils ont compris notamment qu'ils devaient "vendre la Vendée".

Comme il a été dit, 2 grosses animations ont été proposées dans l'été : un concert gratuit le 18 juillet, qui a attiré 120 personnes et un Festival de la Chevalerie, le 24 août, avec 400 personnes, dont 50 sont restées le soir pour le repas.

Il est aussi question d'accueillir en résidence une troupe de jeunes évocateurs en costumes proposant des reconstitutions et des ambiances inspirées de l'époque médiévale. Ils sont en effet à la recherche d'une "base" pour leurs activités.

Enfin, dernière précision : les visiteurs sont essentiellement des vacanciers, originaires du nord ou de l'est de la France. Et en règle générale, les gens sont contents de leur visite.

En conclusion : la preuve a été apportée que même avec un statut de bénévole, on peut faire de grandes choses, à condition de sortir de l'amateurisme.

La difficulté réside parfois dans le fait que la commune n'apporte pas d'accompagnement de ce site privé, ce qui limite les moyens, car certaines ressources pourraient être mises à disposition.

artistiques ou scientifiques. Il s'agit d'animations payantes qui rencontrent un franc succès. Enfin, en hiver, le Musée intervient dans les EHPAD sur les mêmes thématiques. En 2019, le Musée du Sable a organisé 2 demi-journées (les Défis Sable) en extérieur, sur la Grande Plage des Sables, avec des activités gratuites autour du sable.

A noter également cette nouveauté : une exposition de la reproduction de la Tapisserie de Bayeux, réalisée par l'artiste Kaviar, à l'aide de 8 millions de grains de sable naturels, non teintés, naturellement ocre, noir ou grenat. Longue de 42 m, elle a été accueillie par la médiathèque de Talmont-Saint-Hilaire durant tout le mois de juillet puis au Prieuré St Nicolas aux Sables d'Olonne, en août. Elle est appelée à être exposée dans d'autres endroits et pourquoi pas à "se poser" de façon permanente dans un prochain lieu dédié.

En octobre, le Musée du Sable a coordonné la Fête de la Science en Vendée (46 projets) et le Village des Sciences aux Sables d'Olonne (plus de 2 000 visiteurs sous la croisée du Musée de l'Abbaye Sainte-Croix).

Enfin, il reste à évoquer le projet « Planète Sable ». Comme il a été dit, le Musée ne dispose pas de locaux propres pour ses activités, ses expositions, ses animations. Depuis plusieurs années, un projet se dessine : disposer d'un bâtiment en dur capable d'accueillir à l'année de telles activités, sur le territoire de la commune nouvelle née de la fusion. Les choses sont bien avancées : lieu, financement, fonctionnement. A noter le soutien régional, départemental, intercommunal et communal aux côtés du mécénat d'entreprises qui se met en place. C'est l'Agglomération qui sera maître d'ouvrage.

PS. Depuis ce témoignage, nous en savons un peu plus. Un site vient d'être retenu pour la construction : une partie du terrain de l'ancienne clinique du Pas du Bois, en sortie des Sables d'Olonne, sur la route de Talmont accueillera « Planète Sable » pour une ouverture au public en 2021 ou 2022. (<https://otv85.fr/actu-acteurs-touristiques/>)



Tourisme Animation Cantonale - Chaillé-les-Marais



Jean-Guy BLUTEAU
bluteau.jeanguy@wanadoo.fr



2019 est une très bonne année. Beau succès de fréquentation pour les 7 animations qui ont été proposées cette année : 2 balades gourmandes (avec repas) + 3 balades des écluses dans les marais et enfin 2 soirées dans la baie de l'Aiguillon.

Au total, plus de 700 personnes ont participé à ces animations. Le plus gros succès reste les sorties sur la baie, qui ont attiré 170 à 180 personnes chacune. Et à chaque fois, plus de 60 kg de moules sont englouties en fin de parcours !

Les activités se poursuivent et il reste deux rendez-vous importants :

- Le nettoyage, le 3 novembre prochain, du pied de la digue. Cette manifestation très écologique répond à une demande réelle et devrait remporter un franc succès populaire.

- La crèche vivante, proposée comme chaque année dans un lieu atypique, avec un thème insolite (l'an passé, c'était un rappeur qui avait été invité). Cette animation attire généralement de 350 à 400 personnes. La participation financière est laissée à l'appréciation de chacun. Les retours laissent penser que les gens sont satisfaits. Des efforts sont faits pour collecter des adresses emails et alimenter une base de contacts qu'il sera possible, avec leur accord et dans les règles de la RGPD, d'informer et de relancer grâce à une Newsletter (en automne et en avril notamment).

Jean-Guy confirme l'affirmation de Camille Nex : « Il faut devenir des pros, même si nous sommes des bénévoles ».

-*-*-

Enfin, notons les échanges fructueux avec « Soullans Animation Tourisme », association qui fonctionne un peu sur le même modèle. Ces deux territoires, situés aux deux extrémités de la Vendée mais tous deux au cœur des marais, arrivent à échanger expériences et idées. Prendre exemple sur ce témoignage peut s'avérer être une bonne piste d'ouverture et d'enrichissement..

Labyrinthe en Vendée Vallée - Vendrennes



Jean-Claude BILLAUD
www.labyrinthvendeevallee.com
thelabyrinth85@gmail.com

Comme beaucoup, le labyrinthe a vécu un début de saison difficile. Les comportements changent et les chiffres avaient de quoi inquiéter : une fréquentation de seulement 16 entrées/jour durant les journées de forte chaleur de début juillet, au lieu des 200 attendues !

Cette canicule a fortement impacté les groupes, car il y avait une obligation de confinement des enfants dans les écoles et les centres aérés, ce qui a conduit à des annulations et des pertes de 100%. Autre difficulté : le vandalisme. La nuit du 14 au 15 juillet, le site a été victime de dégradations volontaires. ☹️☹️

Au final, si l'on considère la saison complète, juillet 2019 a été l'équivalent de 2018 et août en progression de 12%, soit +5% au total. Le public est composé aux 2/3 de locaux et 1/3 de touristes.

OTV à Jean-Claude : « Comment, sur un site totalement tributaire des aléas de la nature (labyrinthe de maïs), réussissez-vous à renouveler et à adapter votre offre, à la base « simple » (le champs de maïs), face aux nouvelles attentes de consommation ? »

Jean-Claude, gérant du site : Le Labyrinthe repose sur un principe: 1 nouveau thème et tracé chaque année, pour toujours apporter une nouveauté et ce, en lien avec l'histoire ou les grands événements de Vendée. Après le Vendée-Globe (2017) puis la Guerre 14/18 et Clemenceau (2018), c'était le trompe-l'oeil qui servait de fil rouge cette saison 2019, avec l'accueil en résidence d'un très grand spectacle de magie. Ce Théâtre Magique œuvrait tous les soirs, avec une billetterie indépendante. Chacun a profité à l'autre. Cela a créé le buzz et le bouche-à-oreille a fait le reste. Il a quand même fallu installer un semi-remorque de 44 tonnes qui se transforme en salle de théâtre pouvant accueillir 90 spectateurs dans une atmosphère climatisée, « juste une petite logistique à mettre en place », ironise Jean-Claude.



Cet été, le labyrinthe a connu de grosses journées à 400 visiteurs, soit x2 l'objectif, ceci grâce à une forte communication sur les réseaux sociaux, le site web, au sein des offices et via les médias. Là encore, il a fallu s'adapter et trouver des solutions pour gérer la file d'attente. « Heureusement, je peux compter sur une équipe motivée et souple, notamment au niveau des horaires. Quant à moi, je ne compte plus mes heures », nous confie Jean-Claude. Tout cela a permis de limiter l'attente à 10 minutes maxi, à l'aide de petites animations intermédiaires fort ludiques.

A noter qu'en septembre, les entreprises ont pris le relais avec des after-works notamment, grâce à une offre de service complète : traiteur, labyrinthe de nuit, spectacle de magie ...

Le site est très lié à la météo et à la culture du maïs. Jean-Claude a des origines agricoles et ça compte, il connaît les contraintes. Il assure de A à Z le labyrinthe: plan, semi, nettoyage, traçage, ainsi que les animations. Toujours en recherche de solution alternative, moins gourmande en eau et permanente, Jean-Claude a pensé à l'herbe aux éléphants (ou Miscanthus) : « Ce sont des rhizomes et malheureusement les racines sont un obstacle au traçage » nous explique-t-il.

Pour conclure, le concept d'événementiel en résidence est à retenir, mais pas tous les ans, car c'est très lourd à organiser.

Jean-Claude termine avec un questionnement : Serait-il pertinent de faire des tarifs préférentiels sur les 15 à 20 premiers jours de juillet (comme les campings) ? L'auditoire ne semble pas convaincu. Il est cependant donné comme exemple le site du Vélo-Rail de Commequiers, qui affiche des tarifs juillet/août plus élevés que ceux des mois précédant et suivant la saison.



Musée du Chocolat - La Roche sur Yon



Florence LAMANT

www.chocolats-gelencser.com

museeduchocolat@chocolats-gelencser.com

Si 2018 a pu être qualifiée de mauvaise année, en terme de fréquentation, 2019, au contraire a été couronnée de succès !

Comme beaucoup de professionnels, le Musée du Chocolat a connu un départ de saison laborieux. Mais après le 15 juillet, la fréquentation s'est envolée jusqu'à la fin du mois d'août.

La boutique, incontournable, a très bien fonctionné. Du coup régnait une très bonne ambiance dans le musée, tant pour le public que pour le personnel, très impliqué.

En 2019, un effort a été fait sur la communication et celle-ci n'est sans doute pas étrangère au succès de l'été. Le samedi 17 août a connu une affluence record.

2019 a aussi été marquée par une expérience de réalité virtuelle, avec vidéo 3D, en collaboration avec Cocktail Vision. Dans les casques, il était alors permis de faire une balade dans la jungle amazonienne, au milieu des cacaoyers.

La tendance haussière semble se poursuivre : le mois de septembre a très bien démarré. Mieux que l'an passé en tout cas.

A noter que le succès de la boutique, en fin de visite, se confirme.

Concernant le personnel, le musée en lui-même emploie deux personnes à l'année. En été, il n'y a pas de recrutement de saisonniers. En revanche, c'est le personnel de production qui pose parfois le tablier pour venir prêter main forte, de bonne grâce. Chacun se sent très impliqué dans le projet.

Le musée accueille chaque année de 20 à 25.000 visiteurs. Dont 6.000 à 9.000 pour les seuls mois de juillet-août. Ce sont essentiellement des touristes. Sans doute faut-il réfléchir aux moyens de faire venir plus de locaux ? En fait, on voit ceux-ci lors des Journées du Patrimoine et des rencontres organisées pour les entreprises alentours.

Les prix sont raisonnables : 5,50 € pour un adulte, 3,50 € pour un enfant, avec 60 gr de chocolat offert en dégustation... Les visites sont généralement familiales.

-*-*-

OTV à Florence : Qu'en pense le client de ce prix d'entrée ? de la visite ? de la dégustation ? Le Musée du Chocolat est-il attentif aux avis laissés sur le web ? Quelle est votre politique vis-à-vis de ces retours d'expérience mis en ligne par les visiteurs ?

Florence, responsable du musée : « Il est effectivement important de relever tous les jours les avis laissés sur les différents sites et d'y apporter des réponses personnalisées, tant à un ressenti négatif d'une personne déçue, qu'à un visiteur qui a pris le temps de dire qu'il a été enchanté ».



En consultant en direct quelques plateformes d'avis, on note que toutes les générations participent à ces évaluations. Sur Trip Advisor, on a parfois « de mauvais coucheurs » ; les avis sur Google semblent plus pondérés et sont désormais considérés comme N°1 des évaluateurs, avec Facebook ; Trip Advisor semble donc en recul pour les professionnels.

Florence complète : « Il importe d'apporter des réponses personnalisées. Parfois, on est interpellé sur des points dont il suffit de peu d'arguments pour lever une incompréhension. Mais ce n'est pas toujours facile. Certains commentaires émanent de gens dont on a un souvenir précis et pour lesquels la visite semblait avoir été appréciée. Leurs commentaires négatifs a posteriori sont parfois vécus comme des trahisons. On a l'impression que les gens ont perdu l'habitude de s'exprimer en face ! »

En tout cas, la règle simple qu'il convient d'appliquer est de suivre les avis au jour le jour, d'y répondre, qu'ils soient positifs ou négatifs, et si possible de façon individuelle. C'est gratifiant pour celui qui a pris le temps de rédiger un avis et utile pour l'établissement dans le cadre de sa démarche de progrès et d'amélioration de ses services (qualité de l'écoute et de l'accueil).

Au final

Ce 2ème forum fut à nouveau utile pour les professionnels. C'est un temps de partage et d'échange qui est apprécié. Un rendez-vous avant saison (mars ou avril) serait le bienvenu, afin de rester sur 2 rencontres annuelles.

Anne-Sophie avance l'idée que ce forum pourrait s'inscrire dans le prolongement de la Bourse aux Documents, l'après-midi par exemple. Il pourrait ainsi bénéficier de la présence d'un certain nombre d'Offices de Tourisme, avec qui les sites et associations souhaiteraient une meilleure proximité. Idée à suivre et à creuser. (Pour rappel et anticipation de vos brochures 2020, la BOD est lundi 23 mars, 9h00 à L'Historial de Vendée).

Faites-nous part de vos idées d'échanges pour le prochain forum, en écrivant à annesophie@otv85.fr