



Porteur régional du projet

FRPATB, en partenariat avec plusieurs régions sous une marque ombrelle nationale **Bienvenue au Pays** dans la dynamique du plan qualité Tourisme. Marque déposée à l'INPI.

Opérateur territorial Pays Touristiques

Thématique

Valorisation des productions locales et régionales, des savoir-faire et de la culture.

Objectifs

Développer l'activité des cafés labellisés en attirant une nouvelle clientèle avec une offre transversale toute l'année.

Offrir de **nouveaux débouchés** pour les producteurs locaux et les artisans, ainsi que des retombées en terme d'image.

Soutenir l'offre de proximité en milieu rural et urbain. Unique commerce parfois multiservices en milieu rural. **Revitalisation et dynamisation des bourgs et quartiers.** Le café peut être également un formidable lieu de vie en milieu urbain notamment dans un quartier emblématique. Il est, ainsi, nécessaire de **conserver des lieux d'échanges et de sociabilité tant** pour la population locale que pour les clientèles de passage,

Réaliser un véritable maillage régional avec une forte dimension culturelle en créant de nouveaux espaces de **diffusion de la culture locale**

Répondre à une demande de services de la part de la clientèle locale et de passage et offrir des gages de **qualité**, qui viendront renforcer l'image des territoires

Renforcer la professionnalisation des cafetiers par le biais d'actions de formation et de conseil en terme de législation du spectacle vivant, communication événement, et de promotion touristique et culturelle

Créer une nouvelle dynamique partenariale sur le territoire par l'animation en réseau des cafetiers pouvant aboutir à des actions collectives transversales associant les domaines du tourisme, de la culture et du terroir

Cibles privilégiées

Population touristique et locale
Producteurs et artisans, artistes professionnels et amateurs.

Constats préalables

Les clientèles qu'elles soient françaises ou étrangères expriment, lorsqu'elles choisissent la destination Bretagne, une **envie de découverte des terroirs, de culture, de rencontres, d'échanges avec les populations locales.**

Représentant souvent l'un des derniers commerces des communes rurales, connaissant aussi les problèmes liés à la dévitalisation de certains quartiers urbains, le maintien des cafés constitue un enjeu majeur pour les territoires. Ce secteur a connu, ces dernières années, une **perte importante de nombre d'établissements.**

Avec des amplitudes horaires et journalières importantes, complémentaires aux offices de tourisme, les cafés constituent un **relais d'information** en lien direct avec la population locale et les touristes de passage.

Les diagnostics réalisés sur différents territoires, notamment dans le cadre de l'ODESCA, ont permis de définir un certain nombre de besoins concernant le développement des commerces et des entreprises artisanales :

- soutien de l'offre en milieu rural et/ou quartiers urbains
- renforcement du professionnalisme dans une démarche qualité
- animation de l'ensemble des territoires par des actions collectives et transversales.

Description de la démarche

Le cafetier devient un maillon de la chaîne de **valorisation qualitative des produits du terroir.**

Il propose à la vente au minimum 5 boissons régionales et deux en-cas (« blizig »), composés à base de produits locaux.

Il contribue à l'**amélioration de la qualité de l'accueil** en offrant une information touristique auprès des visiteurs relayant de manière complémentaire un service au delà des horaires et des jours d'ouvertures des offices de tourisme.

Il dispose d'une documentation touristique dans son café.

Il favorise la **rencontre entre population locale et clientèles touristiques** en proposant des animations. **Il organise quatre manifestations culturelles tout au long de l'année**—expositions, débats conférences, musique, danse, théâtre....

**FÉDÉRATION RÉGIONALE
DES PAYS TOURISTIQUES
DE BRETAGNE**



Mise en œuvre régionale du projet Ingénierie touristique régionale : FRPATB

- Participation inter-régionale aux marques de pays.
- Coordination régionale opérationnelle : accompagnement et suivi techniques, définition de l'économie du projet (coordination des financements publics/privés, recherche mécénat),
- Organisation des comités d'agrément, coordination du comité régional de labellisation
- Organisation d'événements : **Les Cafés de Pays en fête** à la Toussaint et à Pâques.
- Communication régionale (définition, suivi, approvisionnement du pack communication, conception et réalisation du dépliant régional, presse...)
- Professionnalisation : journées d'échanges et de rencontres professionnelles, exemple sur la législation liée à organisation spectacles
- Evaluation régionale : bilan annuel de l'opération.

Mise en œuvre territoriale du projet - Ingénierie touristique territoriale PAYS TOURISTIQUES

Sensibilisation / Accompagnement à la labellisation

- Information et sensibilisation des établissements – réunions d'information.
- Évaluation des établissements et des cafetiers intéressés par l'entrée dans le label (visite de l'établissement et entretien avec le professionnel)
- Accompagnement conseil en terme de faisabilité, de communication et travail en réseau avec partenaires touristiques et artisans / producteurs locaux / acteurs culturels
- Formation des cafetiers à l'accueil et l'information touristique
- Montage et dépôt d'un dossier de candidature au label « Café de Pays » auprès du comité de pilotage régional

Suivi et animation du réseau

- Signature des conventions tripartites (Cafetier / FRPAT/ Pays touristique)
- Équipement et mise en place des supports de communication (vitrines de produits locaux et présentoir touristique, enseignes, sous bocks)
 - Promotion des cafés labellisés à l'échelon local par le biais de la presse, de dépliants de présentation des cafés de pays et de leurs animations.
 - Évaluation des besoins en formation des cafetiers et sensibilisation aux formations existantes
 - Organisation de session d'information/formation, à destination des établissements labellisés, sur l'accueil, la découverte et la promotion du territoire et de ses différents acteurs, sous la forme de journées d'éditeurs, de visites d'ateliers d'artisans ou de producteurs du terroir, ou de conférence
 - Aide à la mise en place d'animations—Café de pays en fête
 - Suivi du réseau (réassort en documents touristiques, remplacement de l'équipement des cafetiers, mise en œuvre du dispositif de contrôle de respect du label, dénonciation de la convention)

Partenaires associés

A l'échelle nationale : Les Régions Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Haute et Basse Normandie, Auvergne...

A l'échelle régionale : Conseil régional, Comité Régional de Tourisme, FROTSI, DRT, Commission culture : DRAC, ADDM et services culture des Conseils généraux, Théâtre en Bretagne, Musique et danses, Sacem, cafetiers labellisés.

A l'échelle locale : prestataires locaux, groupements de professionnels, offices de tourisme, associations culturelles..

Nous travaillons également avec le CAT Emeraude ID de Lannion.

Dans une démarche de développement durable, nous avons été séduit non seulement par l'efficacité économique garantie par la fabrication régionale de ces meubles, mais aussi par le respect accordé par l'entreprise à l'environnement (PEFC, utilisation de matières renouvelables ou recyclables) , et encore et surtout par l'équité sociale développée par cette entreprise de travail adapté.

Critères d'évaluation / Indicateurs de résultat

34 cafetiers labellisés en 2009
 Nombre de demandes traitées : 80
 Nombre d'actions culturelles : 126 / an
 Edition d'un dépliant à 20000 ex.
 Retombées presse, médias régionaux et nationaux
 Évaluation directe avec professionnels : augmentation CA, indicateurs de nouvelles clientèles
 Montage de produits touristiques combinés associant les Cafés de Pays.
 Participation des professionnels aux éditions **Cafés de Pays en fête**
 Toussaint 2008 : 19 / 24 Cafés de Pays, plus de 50 artistes.

Financement

Conseil régional (FRPATB), entreprises privées (Crédit Mutuel de Bretagne, Breizh Cola, Lancelot, Manoir du Kinkiz, Kerné Production), collectivités (Pays), professionnels labellisés. Certains Pays bénéficient de financement Odesca. Droits d'entrée comprenant un pack communication (présentoirs de produits locaux et de documentation touristique fabriqués par une entreprise bretonne, enseigne, plaque, sous-bock...)

Perspectives

Développement d'une coordination d'actions culturelles avec les différentes régions partenaires de l'opération. (Aquitaine, Languedoc-Roussillon, Haute et Basse Normandie, Auvergne.),

Contact : FRPATB
 2 Place Bisson 56300 Pontivy
 Tél : 02 97 51 46 16 - contact@frpatb.com
 www.frpatb.com
 http://bretagne.bienvenueaupays.fr
 Chargée de mission : Nathalie Blivet
 Référent commission Marques de Pays :
 Stéphane Legrand - Pays de Vannes Lanvaux