ALL

AUTOUR
DU
LOUVRE
LENS

Pas-de-Calais
Le Département

PAS-DE-CALAIS
TOURISME
CÔTE D'OPALE | VALLÉES & MARAIS | AUTOUR DU LOUVRE-LENS

LA CREATION D'UNE MISSION D'INGENIERIE TOURISTIQUE
MISSION LOUVRE-LENS TOURISME

- La Mission Louvre-Lens Tourisme (MLLT) est une mission d'ingénierie qui dépend de Pas-de-Calais Tourisme, soutenue par le Conseil Départemental du Pas de Calais et la DIRECTTE, en collaboration avec les acteurs du tourisme
- Son rôle est de proposer, pour les territoires avoisinant le musée, une véritable stratégie de développement touristique à 10-15 ans. L'objectif est de faire de ces territoires une nouvelle destination touristique à vocation nationale et internationale.
- Cette destination recouvre le périmètre du classement par l'UNESCO du bassin minier au patrimoine mondial associé à l'Artois
- Elle s'articule par ailleurs avec les autres portes d'entrée touristiques régionales que sont Lille et la Côte d'Opale.

- Passer de la demi-journée à la journée de visite puis au court séjour

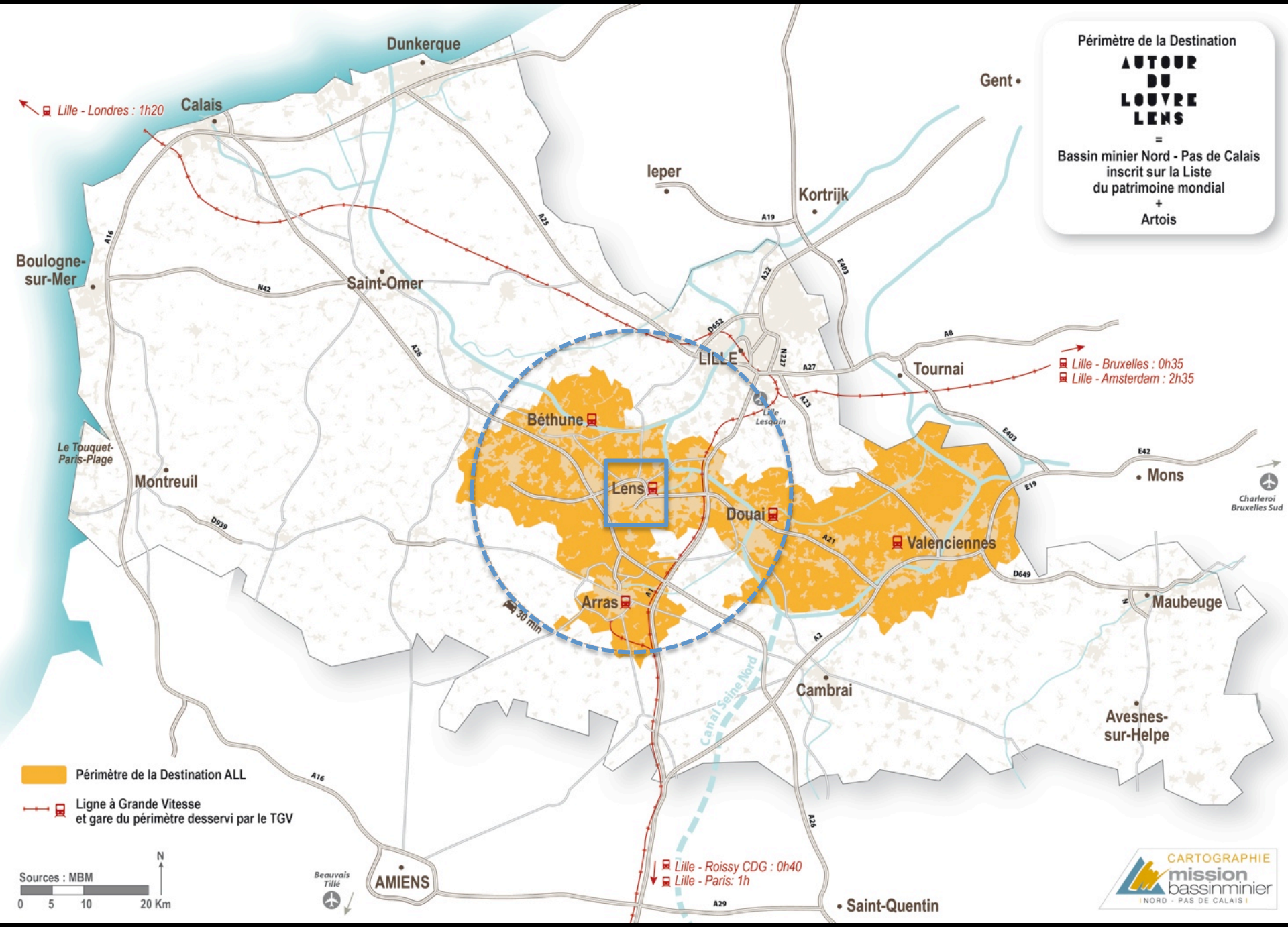
LA GALERIE DU TEMPS

Un espace de découverte décloisonné de 3000 m^2 avec éclairage zénithal

Une présentation chronologique des œuvres

Des œuvres du Louvre Paris renouvelées tous les 1 à 5 ans

Entrée gratuite jusque décembre 2016


Périmètre de la Destination
AUTOUR DU LOUVRE LENS
=
Bassin minier Nord - Pas de Calais
inscrit sur la Liste
du patrimoine mondial
+
Artois
Lille - Londres : 1h20
Dunkerque
Calais
Gent
Ieper
Kortrijk
Boulogne-sur-Mer
Saint-Omer
LILLE
Tournai
Lille - Bruxelles : 0h35
Lille - Amsterdam : 2h35
Béthune
Lens
Douai
Valenciennes
Arras
Le Touquet-Paris-Plage
Montreuil
Mons
Charleroi Bruxelles Sud
Maubeuge
Cambrai
Avesnes-sur-Helpe
Canal Seine Nord
AMIENS
Saint-Quentin
Lille - Roissy CDG : 0h40
Lille - Paris: 1h
Beauvais Tillé
30 min
Périmètre de la Destination ALL
Ligne à Grande Vitesse
et gare du périmètre desservi par le TGV
Sources : MBM
0 5 10 20 Km
N
CARTOGRAPHIE
mission bassinminier
NORD - PAS DE CALAIS

LA METHODOLOGIE POUR CRÉER LE CONCEPT DE DESTINATION « ALL »

- Faire ressortir des territoires concernés leurs valeurs, leur ADN commun, visant à en faire des atouts touristiques capables de donner envie aux visiteurs du musée de découvrir la destination.

- Proposer un concept pour la destination unique, innovant et différenciant, s'appuyant sur les potentiels et les clichés existants pour en faire de réelles forces.

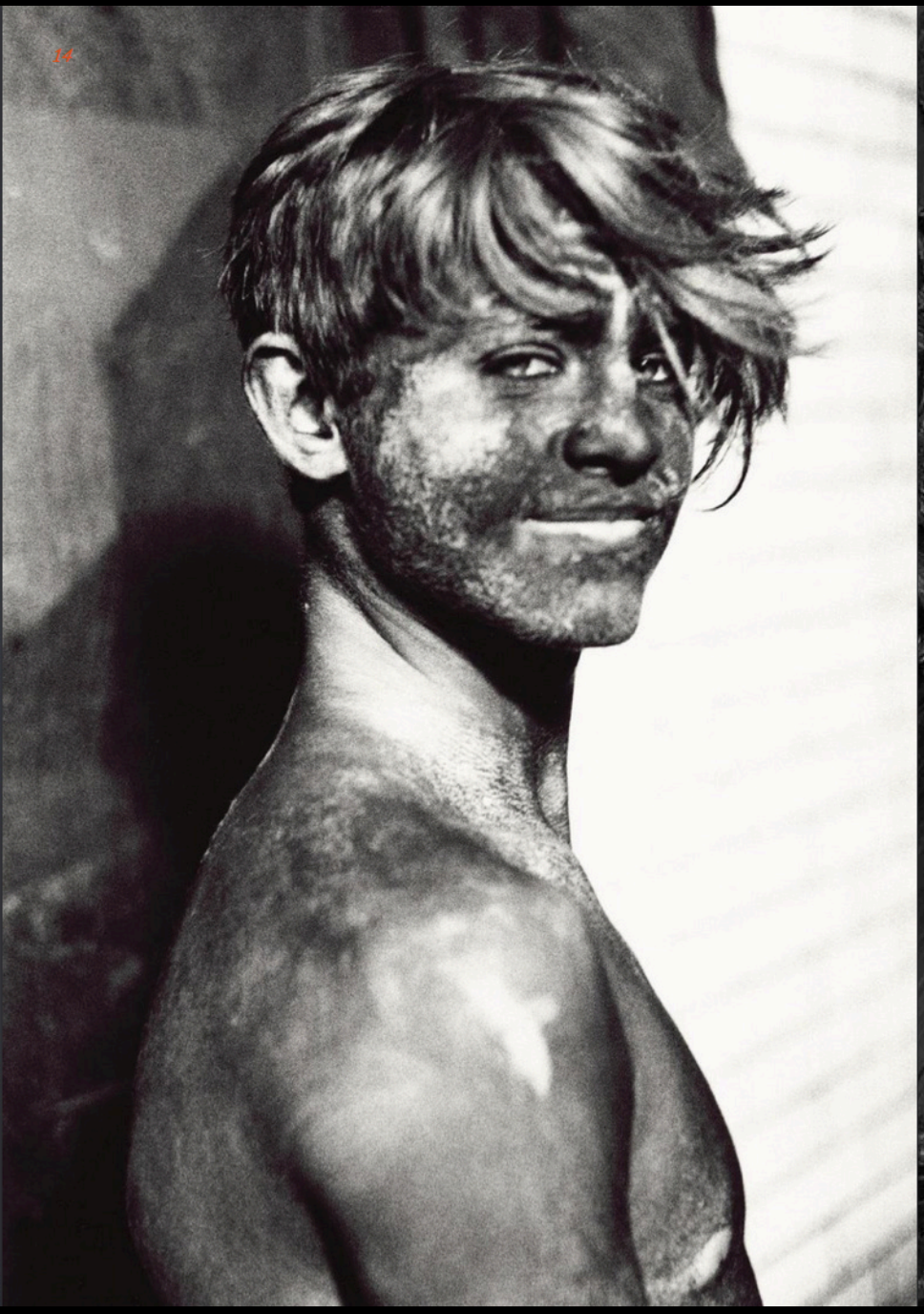
- Respecter le passé , les valeurs, tout en s'inscrivant dans une démarche contemporaine.

- Un processus créatif, pluridisciplinaire et humaniste pour apporter des solutions aux problématiques et enjeux socio-économiques

.

UNE APPROCHE EN TROIS TEMPS

- 2010-2011 : un cercle de créativité pluridisciplinaire
- 2011: une étude d'identité et de positionnement touristique
- 2012 : une étude de concept de destination touristique



COMMENT PARTICIPER À UNE IDENTITÉ COMMUNE TOUT EN SE DÉMARQUANT ?

WE ARE FAMILY

CULTURE ET IDENTITÉ

une réponse collective

une mobilisation

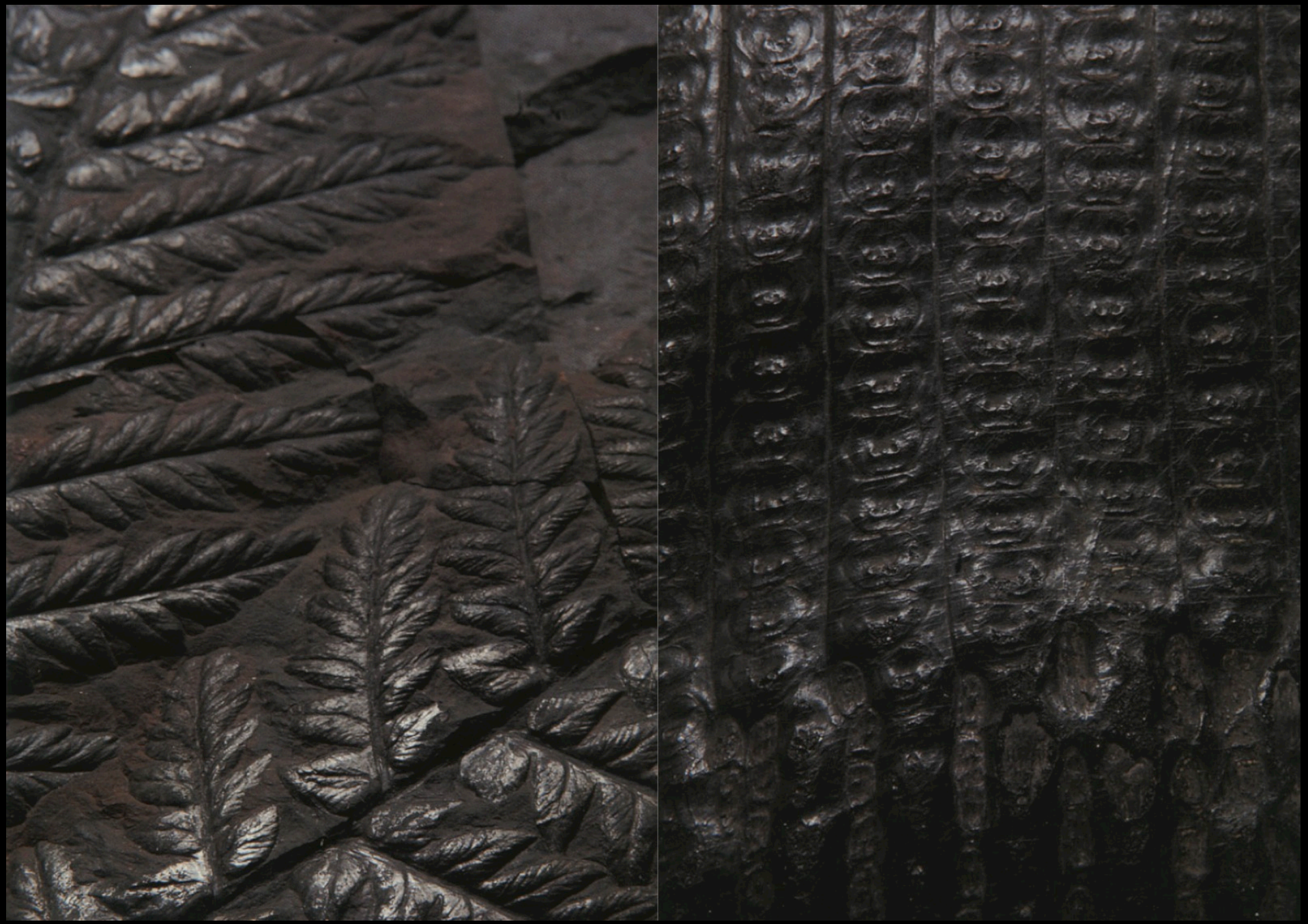
un engagement

une esthétique

BOULEVARD
DE LA CITÉ Nº 2

Vive Ste Barbe

HARMONIE
DES MINEURS
DE SESSEVALLE
MINES D'ANICHE
SOMAIN NORD
1908



TERRILS= =NATURE

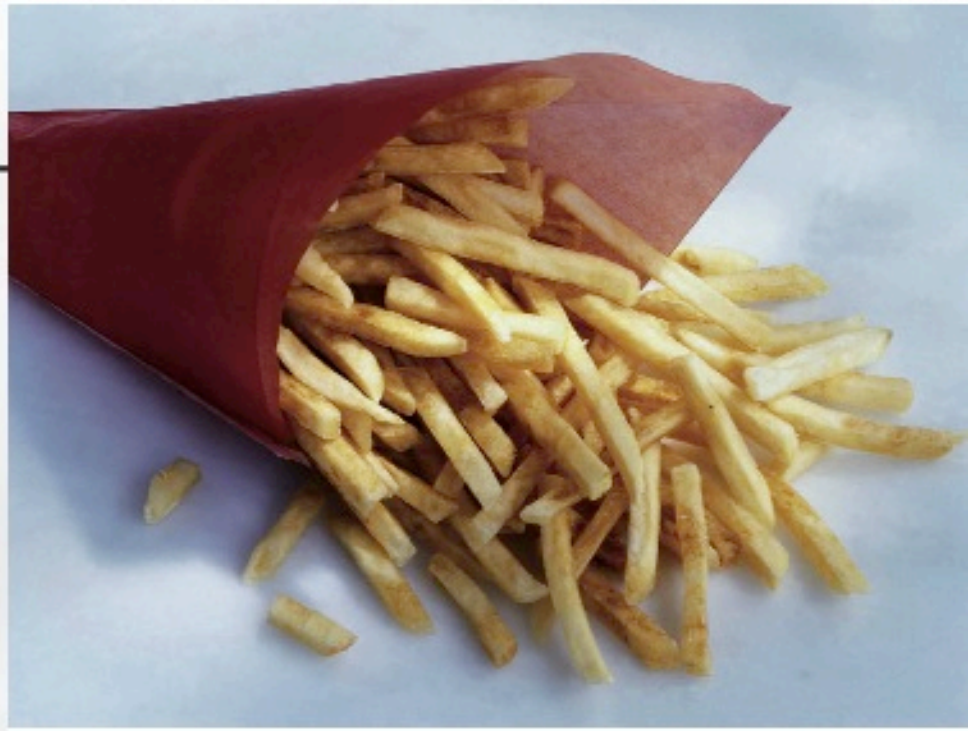
Mais une nature déterminée à reprendre ses droits, avec des plantes pionnières qui colonisent les anciens « stériles ». On parle de miracle car ces choses qui paraissaient stériles sont en réalité fertiles et abritent des espèces inconnues ici jusqu'alors.
Ces éco-pôles faunistiques et floristiques sur les terrils prennent aujourd'hui toute leur importance : des mousses, des baies, des plantes et aussi des animaux ont colonisé ces espaces.

Les formes des terrils sont magnifiques ; on ressent une sérénité incroyable lorsque l'on est tout en haut, d'où tout le paysage du Bassin minier se lit comme un livre ouvert. Les terrils se prêtent aux promenades ou aux escapades des nouveaux romantiques, à pied, à cheval, à vélo…

Car ceci est une grande tendance à venir : le retour à la balade, à l'échappée vers la nature, comme des road-movies que l'on entreprendrait entre amis ou en amoureux. Un nouveau style de vie, où dorénavant, le fait de marcher et de voir suscite l'horizon du monde et de l'action.

CHICORÉE
LEROUX

twitter



BOLLAERT
N REVAIT
GLASGOW
'A FAIT
10 CARRIERE

Depuis 1906
RACING CLUB DE LENS
RCL

FOOT

Etre ensemble
Tous ensemble

Nous sommes dans une terre de foot, nous sommes fiers du foot.

C'est aussi un espace de partage et de mélange, de transmission des valeurs du sport et de notre passion. On peut nourrir cette passion avec les autres, faire connaître notre passion, la transmettre aux plus jeunes.

CIRQUE *et* CARNAVAL

Ce territoire a dans ses gènes le sens de la fête et du carnaval : l'absurde, le cirque, le plaisir à tout âge, le déguisement, le cabaret, et surtout le feu d'artifice, un art à part entière.

L'humour, le rire, l'exploit : des armes de libération massive pour le futur

GÉANTS

Assumer l'imaginaire, voir en grand.

La tradition du territoire pour la démesure rencontre une tendance actuelle pour le gigantisme, dans le design et dans l'art avec par exemple des objets usuels agrandis dans des proportions énormes.

Il faut réadapter, réinventer cette histoire, cette tradition, la remettre en avant. L'imaginaire des enfants est complètement stimulé par les géants et pour les adultes, il faut imaginer des objets géants, des êtres géants, des tables géantes…

FANFARES

"Importance de l'harmonisation, de la composition, de l'orchestration de la vie en groupe"

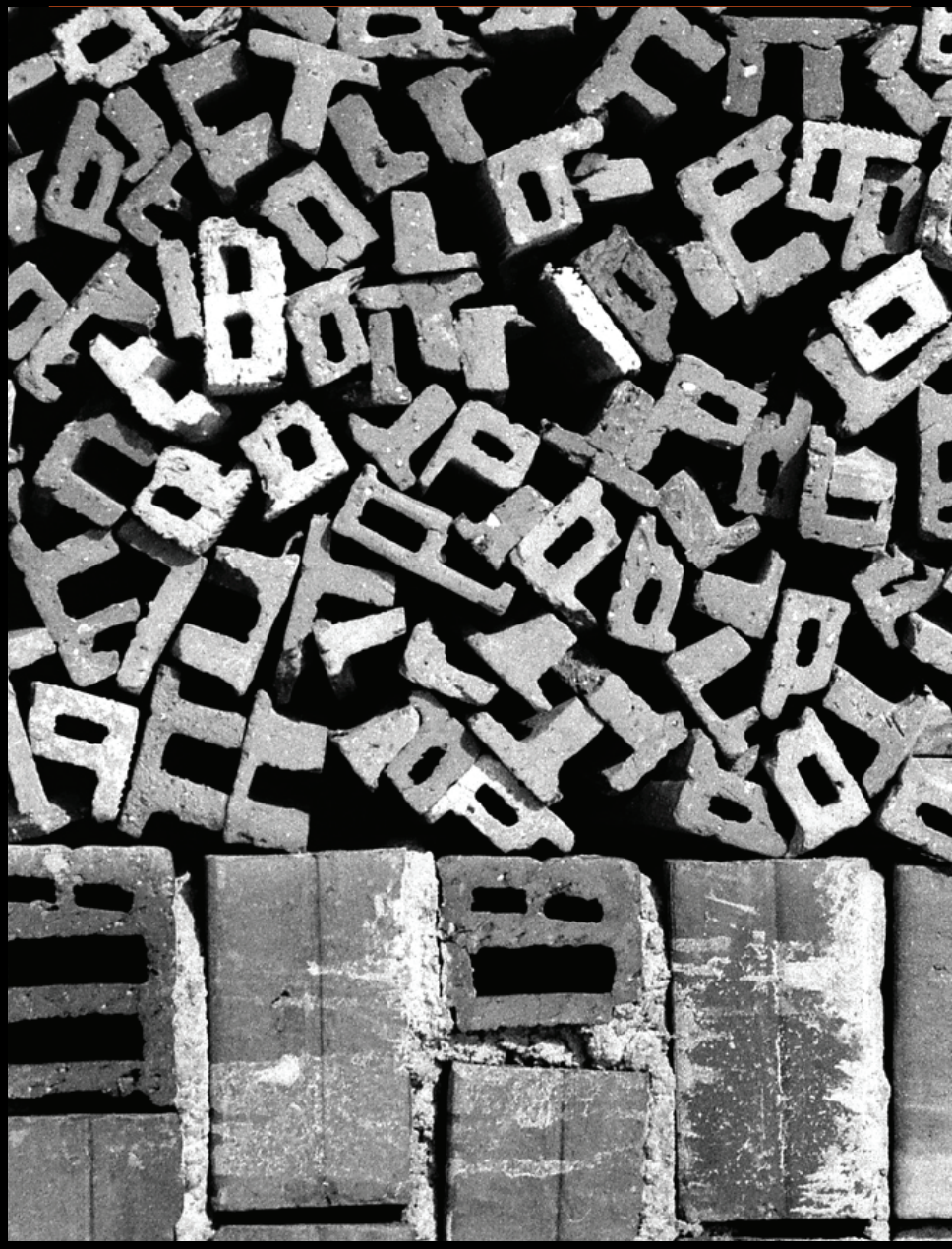
Voilà encore une activité que l'on fait ensemble, en groupe, en famille ; on compose, on orchestre, on forme un grand corps, on vibre ensemble. Il y a le passé, mais aussi la modernité des fanfares, un retour à ce type de rites collectifs.

Cela rejoint la question du déguisement et du plaisir : les jeunes générations sont attirées par les vêtements et les costumes d'époque.

1834

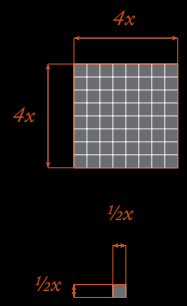
UNE CHARTE GRAPHIQUE
UN CODE DE MARQUE
UN BLOC DE VALEURS
UNE MARQUE DE DESTINATION

x
x
= _ : ! " # %
A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z É F L T
Æ Ç Ó Ô Ö Ü Ü Ü Ü
Á À Â Ä Ã Å É È Ê Ë Ì Ï
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



ALL

AUTOUR
DU
LOUVRE
LENS



le contraste de l'échelle

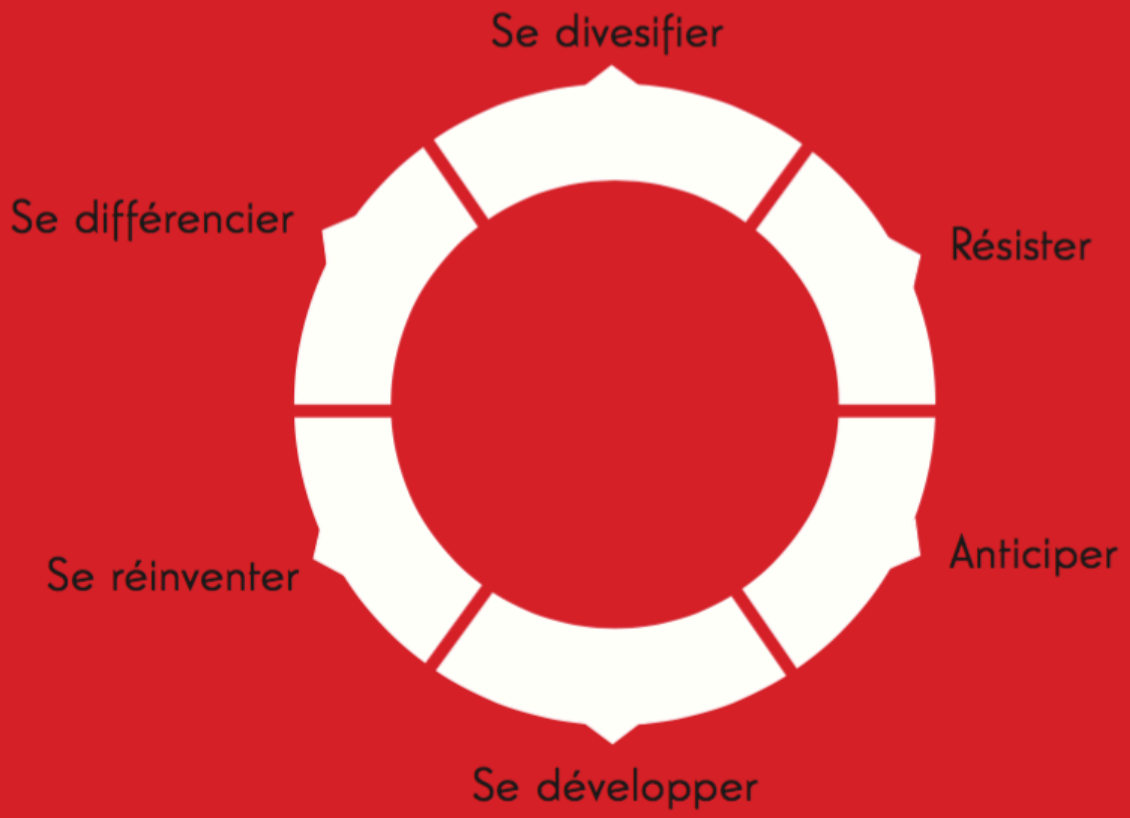
UNE MINE DE DÉBOUCHÉS

DEFENSE
DE FUMER

le noir comme stratégie de valeur

UNE DEMARCHE DESIGN INTEGRÉE DANS LE PROCESS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET D'ATTRACTIVITÉ

En agissant sur la qualité de l'offre, le design permet aux entreprises de :



Source : «L'économie du design» - APCI, Cité du design de Saint-Etienne, Institut Français de la Mode - Rapport commandé par la DGCIS, 2010

Pour 95% des entreprises qui l'utilisent, le design est une compétence clé qui permet de :

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISE AVEC LE CHEQUE DESIGN

- Définition d'un cahier des charge avec le porteurde projet et adaptation au concept de destination ALL.
- Financement de 60 % plafonné à 5 000 € HT d'une prestation d'un créatif : designers, architectes,paysagistes, artiste…
- Un appui et une diffusion sur le print et le web

➢ 52 projets étudiés et accompagnés dont 31 opérations « design »

LES BOULETS DANS LA TRADITION
À SOUHAITS DU LOUVRE-LENS
La GHTI
La Page 24
LENS
ALL
LES BOULETS DU MINEUR
À partager
www.autourdulouvrelens.com
LE CONFIT DE CHICONS
Pour tartiner & cuisiner
LES GAUFRES DU NORD
À déguster

ALL
LE SAVON
À la chicorée !
ALL
LE SAVON
Au houblon !
ALL
LE SAVON
À la patate !
ALL
LE SAVON
Au charbon !
ALL
LE SAVON
DU MINEUR
Au charbon !

BIÈRE DE GARDE
CH'TI
BLONDE
Alc. 6,4% Vol.
BRASSÉE À L'ANCIENNE DE PÈRE EN FILS
Bière Blonde à l'Ancienne
la Goudale
Alc. 7,2% Vol.
33 cl
Saveurs d'OR
Page 24
Hildegarde
BIÈRE BLONDE
Réserve Hildegarde
BRASSÉES DANS LA TRADITION
À 30 KM AUTOUR
DU LOUVRE LENS
La CH'TI
Brasserie Castelain
13 rue Pasteur
62410 Bénifontaine
FRANCE
www.chti.com
La Goudale
Les Brasseurs de Gayant
185 rue Léo Lagrange
59500 Douai
FRANCE
www.brasseurs-gayant.com
La Page 24
Brasserie Saint Germain
26 route d'Arras
62160 Aix-Noulette
FRANCE
www.page24.fr
A26
A21
LENS
ARRAS

JULI
JULIO
JULI 2016
Donderdag
Jueves
Donnerstag
28
Vrijdag
Viernes
Freitag
Vendredi
29
Zaterdag
Sábado
Samedi
30
Zondag
Domingo
Dimanche
Sunday
Sonntag
Domenica
31

WE ARE FAMILY
WE ARE FAMILY
WE ARE FAMILY

WE
ARE
FAMILY
DRANKEN / DRINKS
BOTTLE
GLASS
Château de Rabouchet, Bordeaux supérieur 27.00 € 5.50 €
Grafé Lecocq Merlot 23.00 € 4.50 €
Château Grand Pey Lescour 47.00 €
Domaines de Ribaules Chardonnay 23.00 € 4.50 €
Petit Chablis La Chablisienne 31.00 € 6.00 €
Champagne Taittinger 59.00€ 11.00 €
Jupiler 2.90 €
Orner 4.50 €
Triple Lefort 4.50 €
Leffe blond 4.50 €
Chaudfontaine mineraal / mineral 2.90 €
Chaudfontaine bruisend / sparkling 2.90 €
Coca cola / Coca cola Zero 3.10 €
Sinaasappelsap / Orange juice 2.70 €
Koffie / Coffee Columbia Supremo 2.70 €
Thee / Tea Oma's Garten 2.70 €
Thee / Tea Darjeeling Margaret's Hope
A LA CARTE
Croissant 2.50 €
Chocolade koek / Chocolate bun 2.50 €
Kaas / Cheese
Trio de fromages : Maroilles, Monts des Cats, Ecume de Wimereux 8.00 €
Gebak / Pastry
Merveilleux au Chocolat 6.00 €
Tarte à la Cassonade 5.50 €
'Boulets du mineur' 6.00€
Roomboterwafeltjes / all-butter dry waffles 4.00€
'Confit de Chicons' - Confiteur van witlof / A recipe based on endives and chicory 5.00€
MENU 1
24 €
Potjevlees van gevogelte uit Lezaire
Gestoofde witlof 'Parels van het Noorden' met Cassonade
Meat dish of poultry from Lezaire
Braised chicory 'Pearls of the North' with cane sugar
Kookvisfilet met zwarte pasta in een jus van crustaceeën geserveerd met paarse wortelen en pastinaak
Coalfish with black pasta served in a juice of crustaceans with purple carrots and parsnips
Mousse van fondant chocolade
Mousse of dark chocolate
MENU 2
24 €
Gemarineerde makreel met jeneverbessen, rode biet en bonen 'Lingots du Nord'
Marinated mackerel with juniper berries, beetroot and beans 'Lingots du Nord'
Stoofpotje van rundvleeswangetjes op zijn Oma's, pure, prunen en witlof 'Perle du Nord' met prunen
Stew of beef cheeks with Oma's beer, mashed potatoes, prunes en chicory 'Perle du Nord'
'Chiramisu' van speculoos
'Chiramisu' of spiced biscuit
In samenwerking met chef Luc Dreger / In collaboration with chef Luc Dreger
SANIBOY

DE NOUVELLES FORMES D'HÉBERGEMENT

Dans des contextes économiques troublés, les frontières s'ouvrent entre les gammes d'hôtellerie. Le développement d'airbnb et de l'économie solidaire bousculent les codes de l'hébergement classique : la chambre à la maison se transforme en hôtel, et les hôtels veulent ressembler à des maisons, quand ce n'est pas à des campings.

Quant à l'envie d'une cabane dans les arbres, qui ne la partage pas ? Face à la multiplication des catastrophes naturelles, les designers du monde entier rivalisent d'ingéniosité pour la création d'habitats d'urgence, cet espace minimum qui paradoxalement nous séduit : il rejoint nos demandes de nouveaux Robinsons, prêts à vivre un moment loin de tout, avec peu.

UN HÉBERGEMENT POUR DEMAIN ?

Les budget sont plus serrés, le besoin de sécurité croît, le temps est compté : en contrepartie les voyageurs sont en demande d'expériences étonnantes, de lieux uniques. Si les hébergements sont insolites, ils peuvent constituer le vrai but d'un voyage.

Apparaissent des lieux plus ouverts, qui proposent de nouveaux services.
De véritables lieux de vie, où chacun croise l'autre le temps d'un séjour : le visiteur du Louvre-Lens y côtoie le supporter du RCLens, les skieurs des terrils ou le voisin qui passe travailler un moment. Les établissements s'affranchissent des gammes traditionnelles. En marge des classements en étoiles, la clientèle s'y rencontre plus sur un style de vie que sur une catégorie sociale.

Ces évolutions du tourisme trouvent un écho particulier dans le territoire du Nord et les valeurs qu'il porte : une tradition de convivialité et de solidarité.

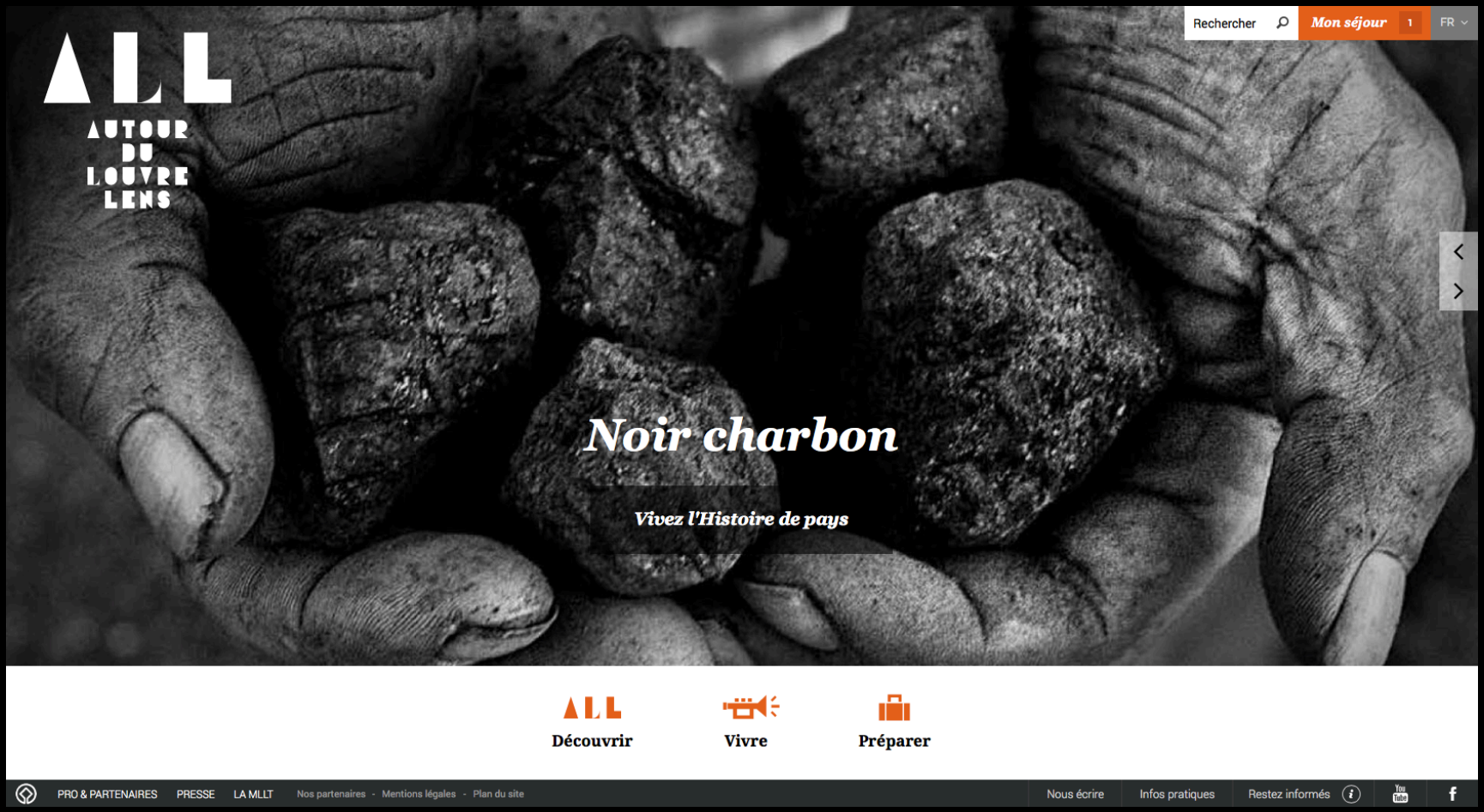
RESTAURANT
BAR

crédits G. Da Silva Architecte d'Intérieur

HUMBLE GENTS
SOCIAL
CLUB
INC.

CARA COAL

La création d'un site web et d'une stratégie digitale

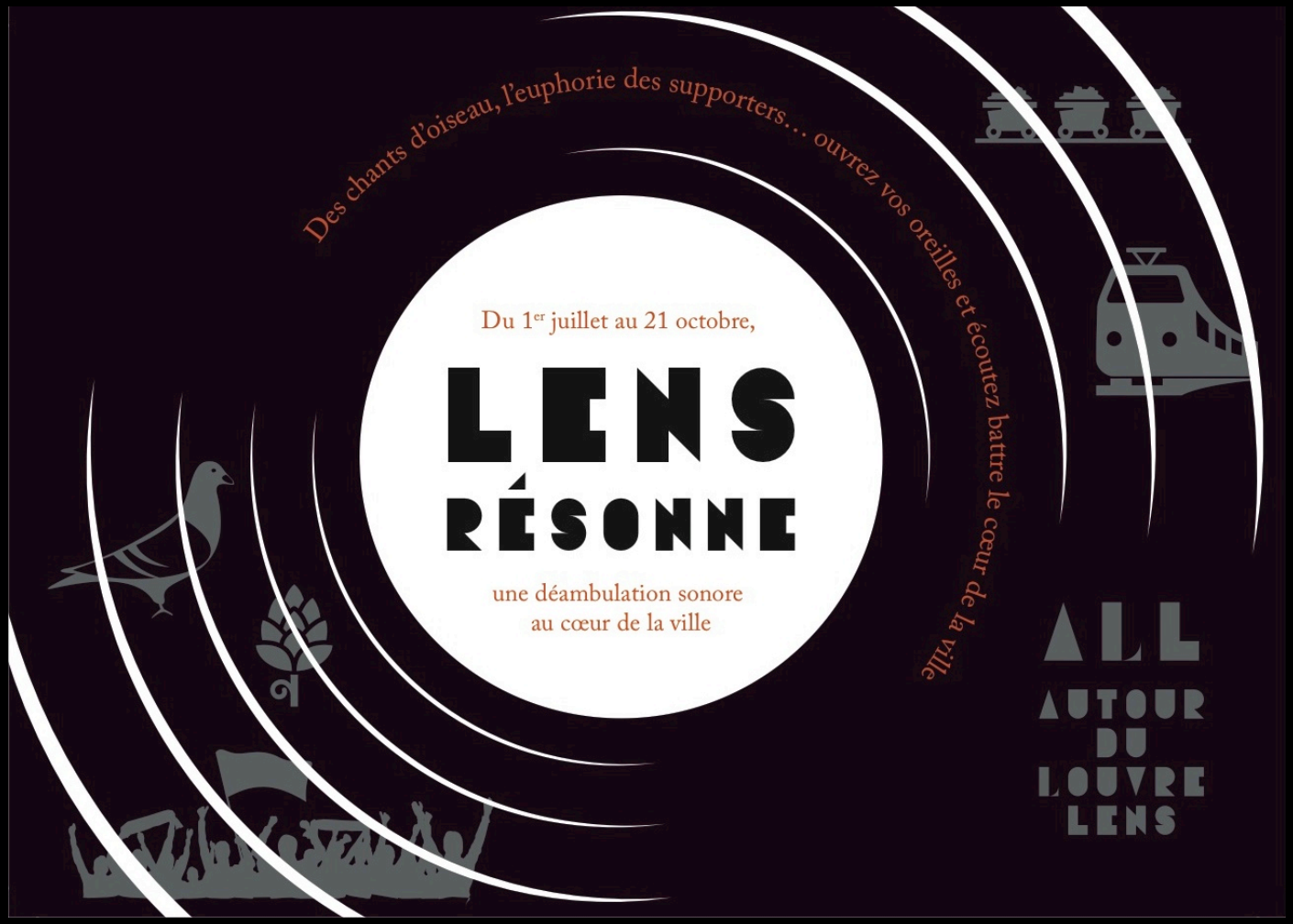


EXPÉRIMENTER

LE GUIDE ÉMOTIONNEL DES HABITANTS DE LENS-LIÉVIN

INTERREG IV A - France-Channel-England (2013-2015)

LES VITRINES SONORES ET LA BANDE-SON DE LA DESTINATION



INTERREG IV A - France-Channel-England (2013-2015)

EXPÉRIMENTATION ÉCO-MOBILITÉ TOURISTIQUE

ECO CONDUITE
PRISE EN MAIN DES VÉHICULES

LES CARNETS DE TENDANCES

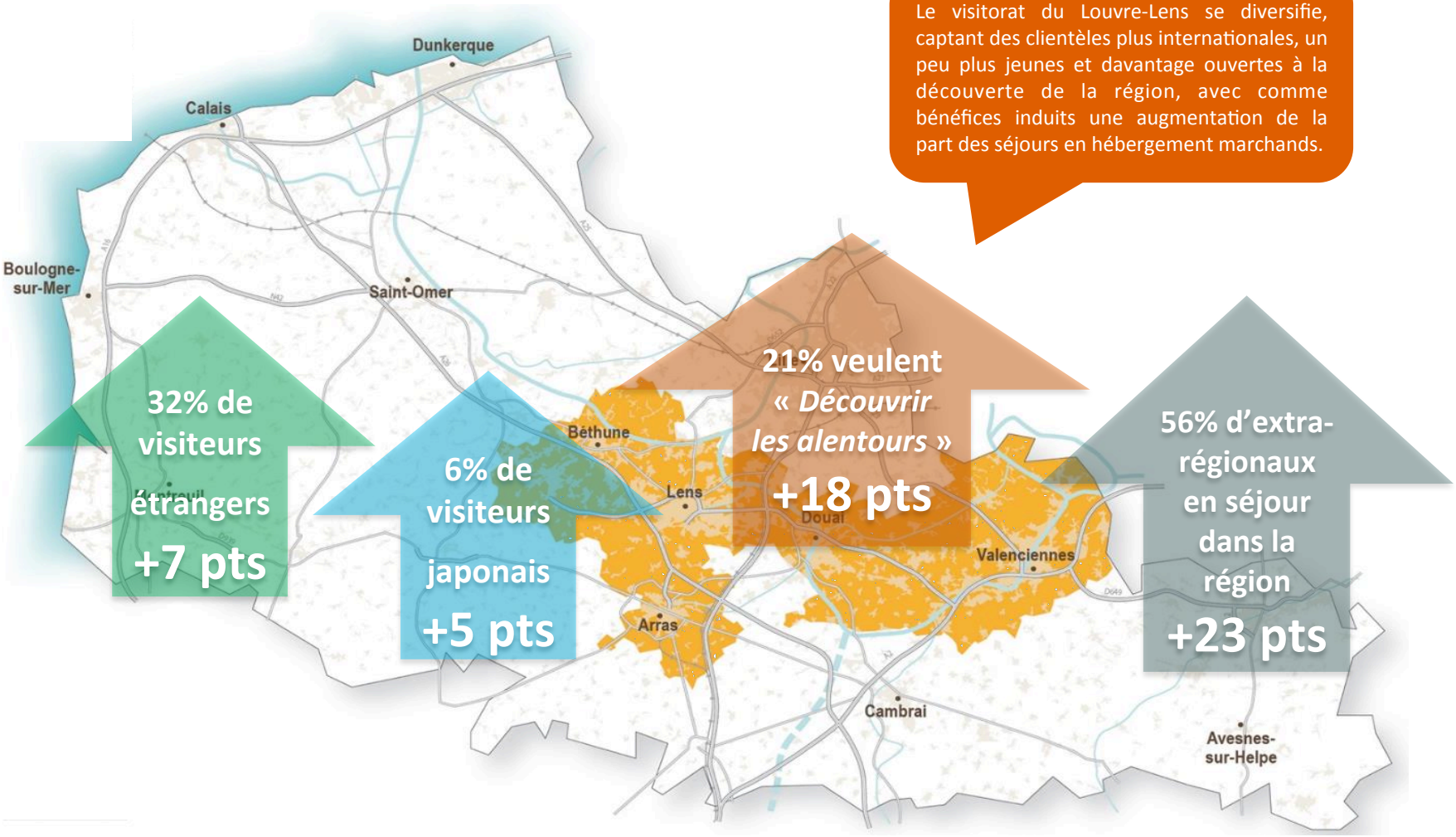
5 carnets déclinant l’ ADN du territoire : valeurs, espaces, shopping, hébergement, alimentation

EVALUER

Principales évolutions 2013-2015 (Louvre-Lens)

Remarque : *les tendances ne concernent que le site du Louvre-Lens et sont réalisées à partir des données comparables disponibles dans l'enquête menée par la mission ALL en 2013*

Le visitorat du Louvre-Lens se diversifie, captant des clientèles plus internationales, un peu plus jeunes et davantage ouvertes à la découverte de la région, avec comme bénéfices induits une augmentation de la part des séjours en hébergement marchands.

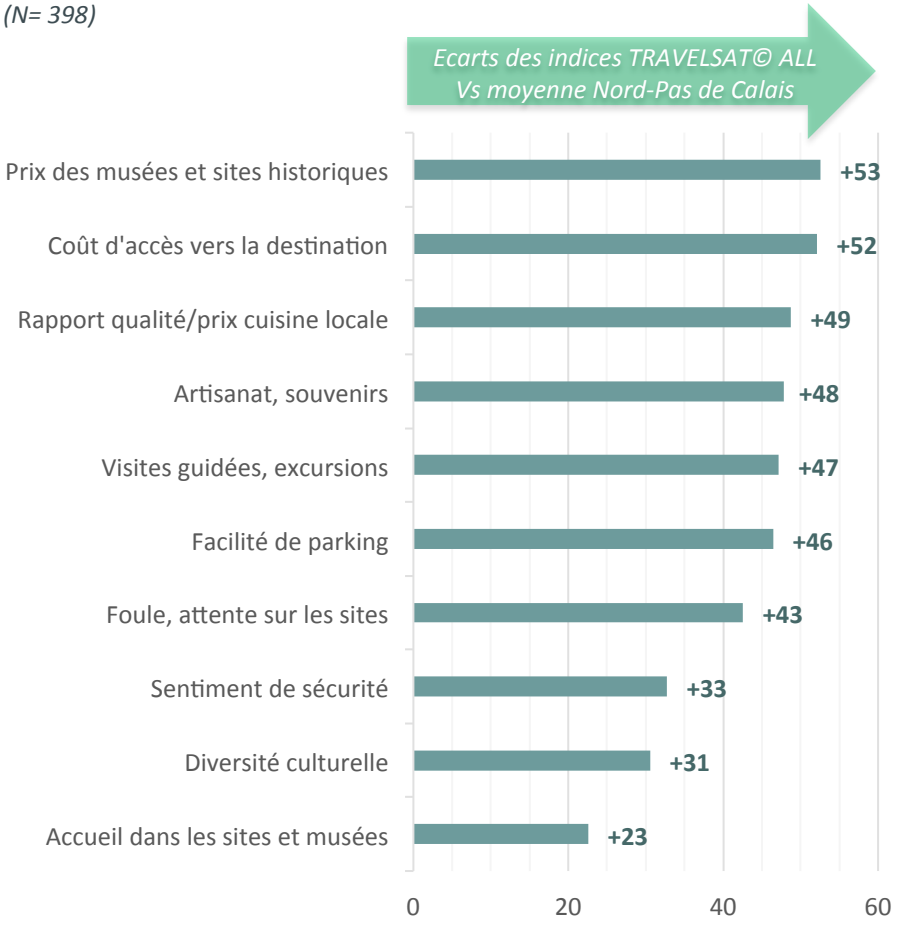


Impact en termes d'expérience

La destination ALL contribue fortement à la compétitivité qualité de la région Nord-Pas de Calais

Critères de qualité d'expérience sur lesquels la destination ALL sur-performe par rapport à la moyenne Nord-Pas de Calais

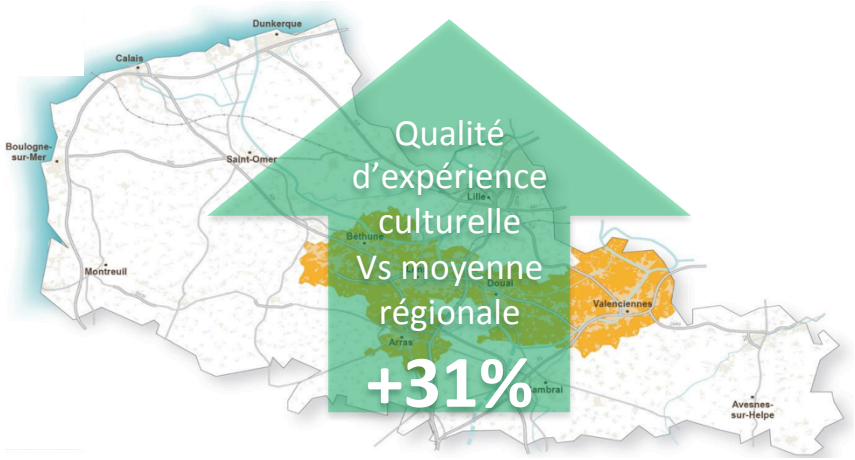
(N= 398)



Critères de performance clefs

(N= 398)

Indices TRAVELSAT©	Destination ALL		*Moyenne Nord-Pas de Calais*
Satisfaction Globale	**175**	+23	*152*
Rapport qualité/prix du séjour	**156**	+53	*103*
Intention de recommandation	**74%**	+ 8	*66%*
Intention de revisite de la région	**57%**		*58%*



Impact en termes d'image

L'expérience de la destination ALL permet d'améliorer largement l'image d'une région qui véhicule toujours certains clichés (plus auprès des visiteurs français qu'étrangers d'ailleurs)

Perception de la région <u>AVANT LE SEJOUR</u>
(N= 254)

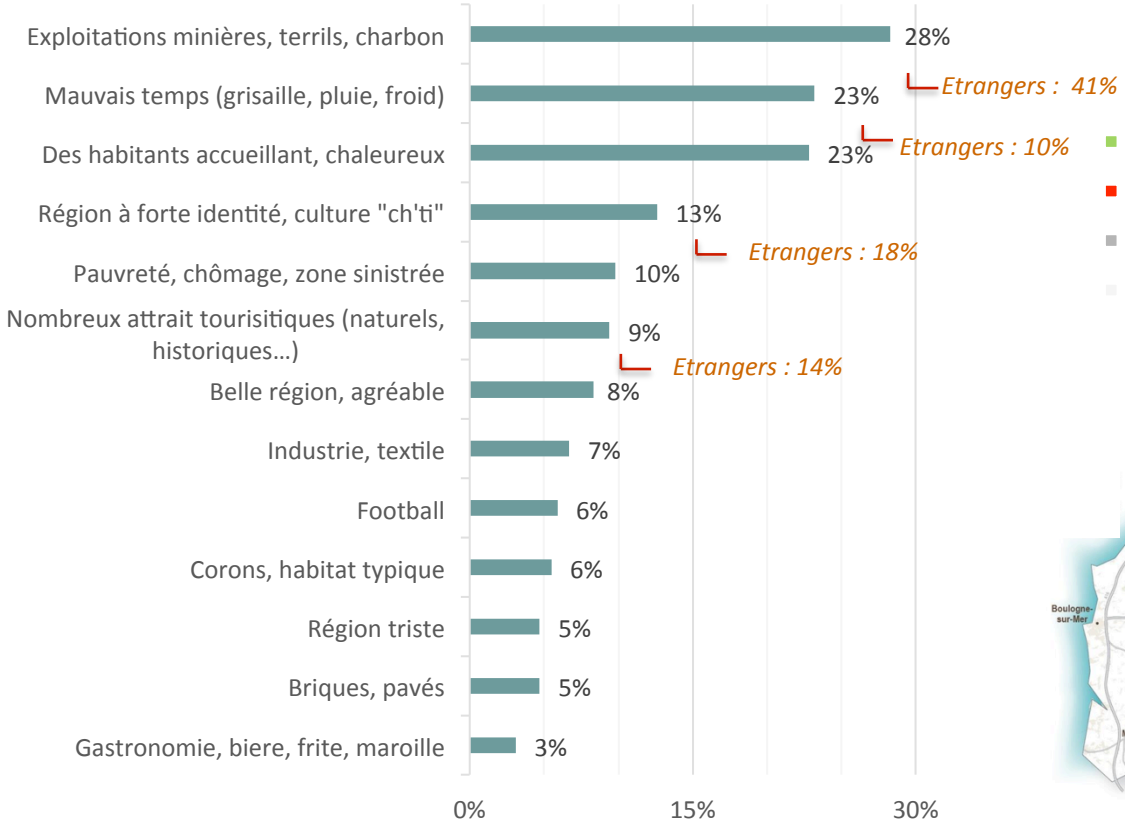
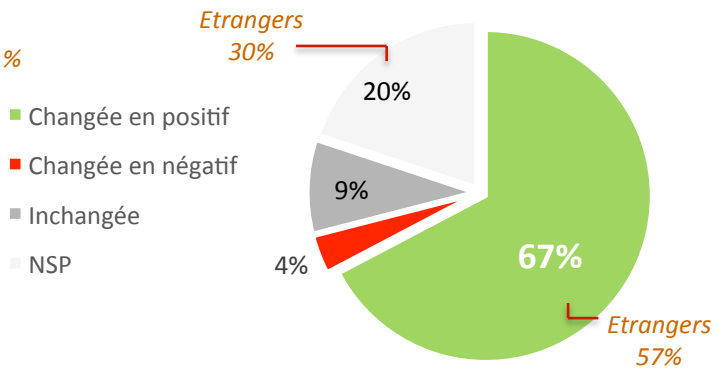
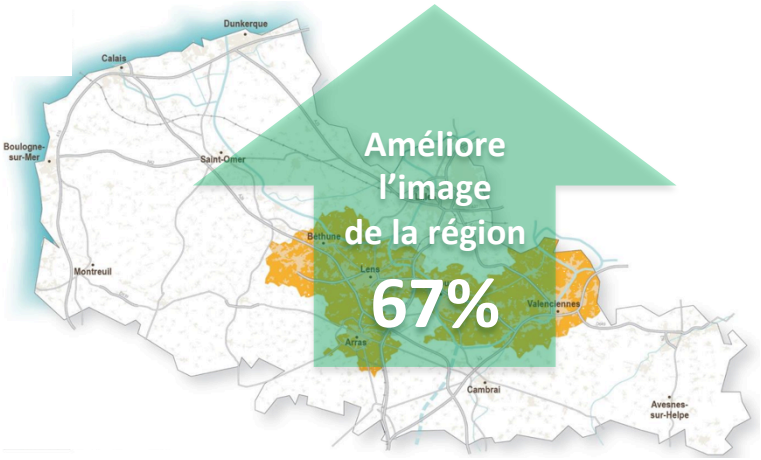


Image de la région <u>APRES LE SEJOUR</u>
(N= 593)





Corpus du Web social analysé

500+ post forums / blogs
3 dernières années

4 000+ posts Twitter
Janvier-Avril 2016

2 000+ posts Facebook
Janvier-Avril 2016

25 000+ avis
24 derniers mois

trivago · Booking.com · Cityvox yelp · Gîtes de France · routard.com · Rough Guides · couchsurfing · Ciao travel · Doctissimo · madmoiZelle.com · e-Voyageur.com · VoyageForum · KAYAK · YAHOO! TRAVEL · aufeminin.com · tripadvisor · Expedia · HARDWARE.fr · zoover avis de voyageurs · HOLIDAYCHECK · lafourchette a TripAdvisor company · FRANCE GEOCACHING · linternaute.com · Hotels.com Le choix évident · venere.com book hotels, B&Bs and apartments · lastminute.com · Weekendesk créateurs de week-ends d'exception · yelp

Prolonger l'expérience

« Harmonie architecturale des commerces »

De nombreux magasins, cafés et restaurants font l'effort d'adopter une architecture originale ainsi qu'un design d'intérieur cohérent et en continuité avec le style des monuments historiques à proximité, créant une atmosphère singulière et plaisante pour les touristes.

« De nombreux établissements ont leurs façades agrémentées de panneaux. Tous différents, ils renforcent l'atmosphère des places et donnent un cachet particulier aux arcades. » Arras

Notamment, les visiteurs apprécient particulièrement les commerces du centre d'Arras pour leur emplacement sous les arcades.
Ils aiment aller déjeuner et diner dans les anciennes caves maintenant réaménagées en restaurants, où dormaient les soldats durant la Première Guerre mondiale ; des lieux chargés d'histoires et d'anecdotes qui font vivre aux visiteurs une expérience différente et unique.

« Lots of restaurants set in the caves where the soldiers slept during the first world war.» Arras

« Une expérience de la cuisine locale comme prolongement de la visite de site »

Le restaurant du Louvre-Lens et celui du Centre Historique Minier de Lewarde ont également opté pour une architecture et décoration en harmonie avec leurs musées respectifs : l'atelier de Marc Meurin s'adapte parfaitement à l'architecture japonaise du musée du Louvre Lens et joue sur le concept de rotonde vitrée offrant un panorama complet, notamment sur les jardins du musée tandis que Le Briquet a été construit dans une ancienne scierie dont il a gardé l'architecture et offre une vue intéressante sur les bâtiments du Musée de la Mine.

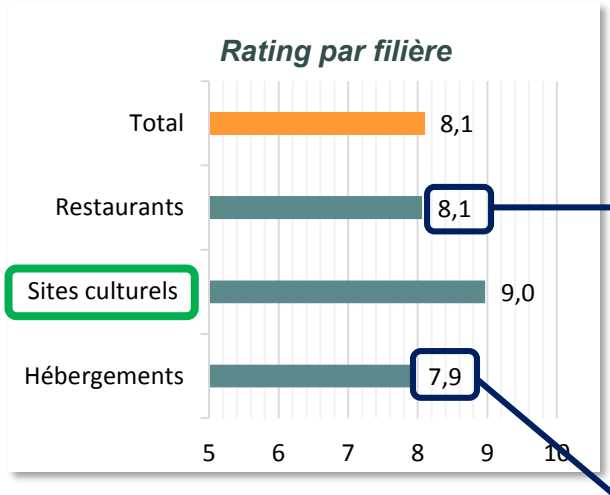
« The building is in close harmony with the Japanese architecture of the museum » - Restaurant L'atelier de Marc Meurin

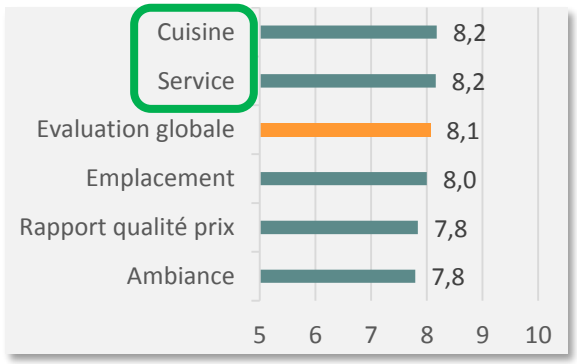
« The design of the restaurant is great, you have a great view of the outside with all the glass. » Restaurant L'atelier de Marc Meurin

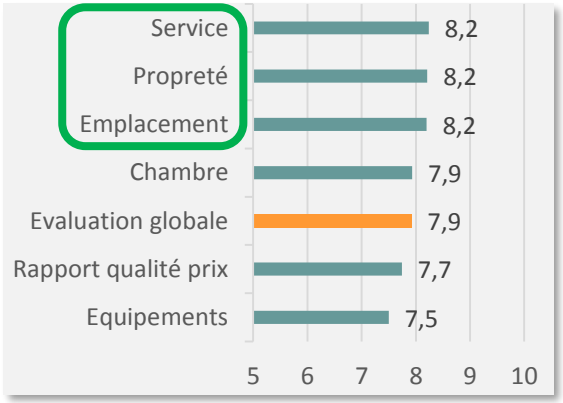
« With restaurants, shops and bars all around and dripping in history. » Arras

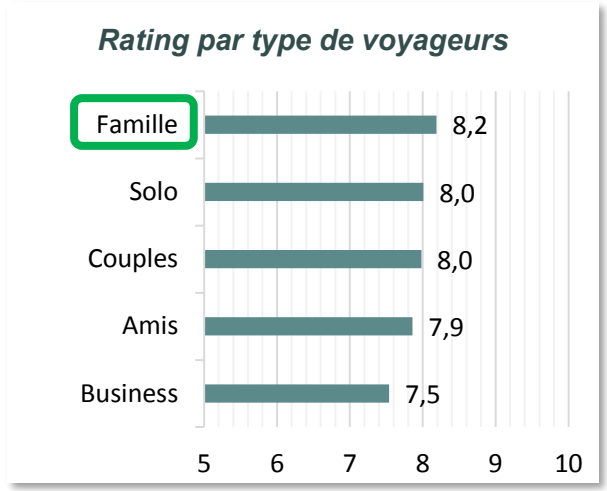
« Cadre sympa à l'image du site » Restaurant Le Briquet dans le Centre Historique Minier de Lewarde

Evaluation par les visiteurs – Critères clefs









Rating par nationalité TOP10

Canada	8.6
UK	8.4
USA	8.4
Australia	8.4
Switzerland	8.3
Belgium	8.2
Russia	8.1
Spain	8.0
France	7.9
Germany	7.9

TCI Research
Tourism Competitive Intelligence

capitaliser sur les forces locales

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET DE LA RÉGION NORD - PAS-DE-CALAIS
Pas-de-Calais
Le Département
CENTRE HISTORIQUE MINIER LEWARDE
CWGC
Commonwealth War Graves Commission
la Maison Rouge HOTEL
Campanile HOTEL RESTAURANT
Cœur Communauté de Communes d'Ostrevent
D'ici jaillit une nouvelle énergie !
NOVOTEL HOTELS
CCI RÉGION NORD DE FRANCE
NORD Comité Départemental du TOURISME
ARTOIS COMM.
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DE L'ARTOIS
www.artoiscomm.fr
Française de Mécanique
UNESCO
Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
ROQUETTE
BASSIN MINIER
NORD - PAS DE CALAIS
PATRIMOINE MONDIAL
Nord-Pas de Calais
Créateurs d'horizons
henote
gestion & investissements hôtelier
Mercure HOTELS
snav les Professionnels du Voyage
NORD-NORMANDIE
Arena Stade Couvert
Liévin
OFFICE DE TOURISME & DU PATRIMOINE DE LENS-LIÉVIN
PLASTURGIE
NORD - PAS DE CALAIS
Office de tourisme de la région de BÉTHUNE BRUAY
DGE
DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES
Région
Hauts-de-France
Selectour Afat
Perle du Nord & Co
Savourez, on s'occupe du reste
Parc d'OLHAIN
Tous les loisirs sont dans la nature !
VALENCIENNES METROPOLE
RACING CLUB DE LENS
OPEN GOLF CLUB
Hotel Golf Resorts
EXPLORE ARRAS
NORD DE FRANCE
OFFICE DE TOURISME
LA PORTE DU HAINAUT
vnf
Voies navigables de France
LOUVRE
Lens
La Porte du Hainaut
Communauté d'Agglomération
SYNDICAT DES BRASSEURS
de la région du Nord de la France
Douai&Co
La Chartreuse
Arras
Communauté Urbaine
ESPRIT DE FRANCE
L'ESPRIT DES LIEUX
AIRFRANCE
maisons & cités
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU DOUAISIS
Pictanovo
LILLE REGION IMAGE COMMUNITY
AÉROPORT DE LILLE
Communauté d'Agglomération de Lens-Liévin
Place voyages
Louvre Lens Vallée
LE PÔLE NUMÉRIQUE CULTUREL
TOYOTA
SMT
Syndicat Mixte des Transports Artois-Gohelle
I-TRANS
9-9bis
GÎTES DE FRANCE
Nord
le Département
PAS-DE-CALAIS TOURISME
CÔTE D'OPALE
VALLÉES & MARAIS
AUTOUR DU LOUVRE-LENS
Caisse des Dépôts
RENAULT
SNCF
CLÉVACANCES
LOUEZ EN TOUTE QUALITÉ
sanef
Voyages sncf.com
Crédit du Nord
shop in Lens
LE CLUB DES COMMERÇANTS

LE CONTRAT DE DESTINATION TOURISTIQUE

CONTRAT DE DESTINATION « AUTOUR DU LOUVRE-LENS »

- Une ambition partagée au national et à l'international
  - Une alliance collective pour réussir
  - Ensemble ne veut pas dire tous pareils
- Un projet pensé comme un outil de développement économique et de marketing territorial
- Imaginer le tourisme de demain pour :
  - Augmenter le court-séjour culturel et événementiel
  - Augmenter les nuitées et les chiffres d'affaires des entreprises
  - Avoir une meilleure visibilité et attractivité à l'international

BUDGET 2,8 millions d'euros

PAS-DE-CALAIS TOURISME
CÔTE D'OPALE | VALLÉES & MARAIS | AUTOUR DU LOUVRE-LENS

Pas-de-Calais
Le Département