

COMMUNIQUE DE PRESSE

Béarn, Euskadi, La Rioja, Navarre et Pays Basque présentent les premières avancées du projet transfrontalier GATURI.

- Le projet vise à améliorer la compétitivité des PME dans les secteurs du tourisme et de l'agroalimentaire de la zone transfrontalière par la construction d'une "destination unique" entre la Navarre, l'Euskadi, La Rioja, le Pays Basque et le Béarn en concevant des stratégies communes de marketing et d'internationalisation.
- Le projet a été cofinancé par le Fonds européen de développement régional (FEDER) par le biais du programme POCTEFA.
- La carte des ressources réalisée par les partenaires du projet a montré l'importante culture gastronomique du territoire, des ressources gastronomiques de grande valeur et un bon nombre d'éléments transversaux d'authenticité.
- L'offre de la destination unique sera matérialisée par le développement d'une plateforme web, qui servira de vitrine pour faire connaître, d'une part, les itinéraires et les expériences de la destination et, d'autre part, les ressources agroalimentaires.

Jeudi 27 mai 2021. Pamplona. Aujourd'hui, jeudi 27 mai, à 11h30 au Centre de Congrès et Auditorium de Navarre, Baluarte, a eu lieu la conférence de presse du projet GATURI- EFA338/19, dans le cadre du 4ème Congrès International du Tourisme Gastronomique FOODTREX. La présentation a été suivie par le ministre régional du développement économique et commercial, Mikel Irujo, et le ministre régional de l'environnement et du développement rural, Itziar Gómez, qui étaient accompagnés de représentants des partenaires du projet : Jean Othax, Directeur du Cluster Tourisme du Béarn, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Pau - Béarn, Daniel Solana, Directeur Général de Basquetour, Agence Basque de Tourisme ; Ramiro Gil, Directeur Général du Tourisme du Gouvernement de La Rioja ; Corinne Cerveux, Responsable du Cluster Tourisme Basque GOazen de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bayonne - Pays Basque ; et Ana Beriáin, Présidente de l'Association d'Hôtellerie et Tourisme de Navarre, entité qui dirige le projet.

Le projet GATURI prévoit la création d'une vitrine pour le monde entier des produits et des ressources gastronomiques, agroalimentaires et touristiques des cinq territoires qui y participent, ce qui permet d'accroître de manière cohérente la promotion et le positionnement gastronomique et touristique international du territoire transfrontalier.

Il aidera les entreprises à créer un modèle commun pour leur internationalisation et les outils nécessaires pour la mener à bien, comme une plateforme qui accueillera

différents itinéraires de tourisme gastronomique, un large catalogue d'expériences et une vitrine pour la vente de produits agroalimentaires du territoire commun, destinée à la fois au client final et au canal HORECA.

CARTE DES RESSOURCES

Après un an et demi depuis son lancement, la cartographie des ressources réalisée par les partenaires avec des critères spécifiques en accord avec les lignes stratégiques du projet, a révélé l'importante culture gastronomique du territoire, des ressources gastronomiques de grande valeur et un bon nombre d'éléments transversaux d'authenticité, dans lesquels le secteur primaire joue un rôle fondamental.

Les données obtenues révèlent que l'union des cinq régions n'héberge pas moins de :

- 44 produits avec Appellation d'Origine et Indications Géographiques Protégées.
- Plus de 600 producteurs et industries agroalimentaires enregistrés qui peuvent être visités : caves, fromageries, conserveries, brasseries...
- Plus de 60 musées, fermes-écoles et centres d'interprétation.
- Plus de 500 événements gastronomiques : journées spéciales, foires, conférences...
....
- Plus de 70 établissements km0 qui misent sur les produits locaux, 500 restaurants authentiques (cidreries, restaurants à grill, et bars à pintxos) et près de 200 restaurants avec distinction (étoiles Michelin, Soleils Repsol et Maîtres Restaurateurs).
- 1000 espaces de commercialisation et points de vente spécialisés dans les produits locaux, dont plus de 600 producteurs en vente directe.

GATURI démontre ainsi que la gastronomie et les produits locaux sont des lignes stratégiques fondamentales pour la mise en œuvre de destinations touristiques durables dans leurs 3 aspects (environnemental, social et économique), mais surtout que la définition d'une destination touristique gastronomique peut contribuer à l'équilibre et à la cohésion territoriale.

Le secteur primaire n'est pas une simple toile de fond du tourisme gastronomique, mais un agent actif de l'expérience touristique gastronomique, tout en façonnant le territoire pour que son développement soit plus durable et plus cohérent.

UNE PROPOSITION DE VALEUR COMMUNE

La proposition de valeur de la destination unique offre de nombreuses possibilités au voyageur gastronomique, qu'il s'agisse de celles offertes par le secteur privé (multiples activités et expériences touristiques proposées par les producteurs, les restaurants,

les hébergements et autres agents faisant partie de la chaîne de valeur), ou des festivals et événements qui s'y déroulent.

Tous font partie de la proposition et le voyageur pourra rentrer dans la destination pour connaître l'ensemble de l'offre et sélectionner les propositions qui correspondent le mieux à ses intérêts et à ses besoins :

Grâce au projet GATURI, une série de propositions touristiques et agroalimentaires ont été identifiées, en fonction des intérêts et des besoins du touriste :

1. Visiter les producteurs et les industries.
2. Déguster la gastronomie caractéristique de chaque territoire, acheter des produits et réaliser d'autres activités gastronomiques.
3. Connaître le patrimoine gastronomique matériel et immatériel de notre territoire (musées, paysages, coutumes, métiers, ...).
4. Participer à des événements gastronomiques : festivals, traditions et événements liés à la culture gastronomique, associés à des produits locaux, protégés par des marques de qualité attribuables à l'origine (DO, IGP et autres certifications) et à la cuisine traditionnelle.
5. Vivre des expériences gastronomiques : propositions de consommation originales et uniques (berger d'un jour, journée des vendanges, ateliers de cuisine, ...), mémorables pour le touriste avec une forte composante expérientielle et clairement liées au territoire et à la culture gastronomique locale.
6. Réaliser des routes ou des itinéraires gastronomiques autour des produits ayant le plus grand pouvoir d'attraction, tels que les routes du vin et du fromages, la route des appellations d'origine, la route des expériences d'authenticité et de tradition, celles de la haute cuisine et l'identité gastronomique des destinations ayant leur propre nom.

Cette offre de destination unique se matérialisera par le développement d'une plateforme web, qui servira de vitrine pour faire connaître, d'une part, les itinéraires et les expériences de la destination et, d'autre part, les ressources telles que les produits alimentaires et leurs producteurs, les points de vente et les établissements d'hébergement et de restauration.

Chacun des territoires participants recèle une importante richesse gastronomique et des ressources gastronomiques de grande valeur et chacun d'entre eux, par lui-même, peut être considéré comme une destination gastronomique.

Cependant, en mettant l'accent sur l'internationalisation, l'union nous permet d'échanger des connaissances pour faire face à l'environnement concurrentiel qui consiste à attirer les visiteurs et à créer une destination gastronomique unique au monde.

En ce sens, nous travaillons intensivement et en collaboration au développement d'une marque qui combinera les attributs propres à la destination et sera adaptée aux

caractéristiques des marchés sur lesquels nous entendons commercialiser notre destination.

La nouvelle marque et l'offre commune verront le jour au cours des prochains mois, accompagnées d'un plan de promotion et de communication de la destination touristique unique : une batterie d'actions destinées à faire en sorte que toutes les parties impliquées dans la génération de trafic de visiteurs sur le territoire, soient conscientes de la gamme d'activités attrayantes et inspirantes qui font son authenticité.

Video du projet:

En français sous-titré en Espagnol: <https://vimeo.com/538557954/bdd5ffaf09>

En français sous-titré en basque: <https://vimeo.com/538556415/6f6621f774>

Web: www.gaturi.org

Réseaux sociaux:

- twitter.com/Gaturi_Eu
- www.facebook.com/DestinoGaturi
- www.linkedin.com/company/gaturi-interreg-poctefa

Pour plus d'information:

- Maite Gabilondo INTIA Tel.0034 683353667 mgabilondo@intiasa.es
- Andrea Chocarro AEHN Tel.0034 609058374 andrea@hostelerianavarra.com

LE PROJET

Le projet POCTEFA GATURI a une durée de 29 mois, depuis le 1er Janvier 2020 jusqu'au 31 Mai 2022 et le principal objectif est celui d'améliorer la compétitivité des PME du secteur touristique et agroalimentaire dans un espace transfrontalier et à travers la construction d'une destination unique entre la **Navarre, Euskadi, La Rioja, Pays Basque y Béarn** tout en créant des stratégies conjointes de commercialisation et internationalisation.

MEMBRES DU PROJET

- AEHN
- Basquetour
- La Rioja Turismo
- INTIA
- CCI Bayonne Pays Basque
- CCI Pau Bearn

MEMBRES ASSOCIES

- Agencia de Atractividad y Desarrollos Turísticos Béarn – Pays Basque
- Asociación Riojana de Hoteles
- Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo de Gobierno de Navarra
- Asociación de Hostelería de Bizkaia

- SEA – Hostelería Ostalaritza
- Asociación de Empresarios de Hostelería de Gipuzkoa

RESULTATS ATTENDUS DU PROJET

- Carte de ressources et agents des 5 territoires (tourisme, agroalimentaire et HORECA).
- Etude de la demande de la part des marchés cible
- Journée pour le transfert de connaissances entre producteurs, restaurateurs et agents touristiques des 5 territoires
- Création d'une stratégie et d'une marque communes pour la promotion de la destination unique.
- Création de routes du tourisme gastronomique.
- Plate-forme pour la commercialisation de la destination destination unique.
- Guides pour soutenir l'internationalisation.
- Actions de promotion de l'internationalisation.
- Accords commerciaux pour promouvoir la destination.

COOPERATION

La coopération transfrontalière permettra aux entreprises :

- Se doter des outils et ressources nécessaires pour l'internationalisation.
- Amplifier le potentiel de l'internationalisation.
- Apprendre des entreprises des autres régions du même secteur.
- Enseigner à offrir le produit et comment le traiter au canal HORECA du reste des territoires.
- Les entreprises du secteur touristique auront un accès aux marchés internationaux auxquels ils ne pourraient pas accéder individuellement par leurs moyens.

FINANCEMENT DU PROJET

Le projet a été cofinancé au 65% par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) à Travers le Programme Interreg V-A Espagne- France- Andorre (POCTEFA 2014-2020). L'objectif de POCTEFA est de renforcer l'intégration économique et sociale de la zone frontalière Espagne- France- Andorre. Son aide se concentre sur le développement d'activités économiques, sociales et environnementales transfrontalières par le biais de stratégies conjointes de développement territorial durable.

Projet subventionné par la Direction générale du tourisme, du commerce et de la consommation du gouvernement de Navarre au partenaire AEHN - Association d'hôtellerie et de tourisme de Navarre.