

Elaboration du concept pour le centre oenotouristique du Luxembourg

La Direction générale Tourisme du Ministère de l'Economie a chargé le bureau d'études The Impact Lab pour réaliser le concept du futur Centre Mosellan, centre d'expérience autour du vin à Ehnen. Un accent particulier a été mis sur une approche participative et collaborative.

Les objectifs étaient multiples :

- conceptualiser un lieu fédérateur œuvrant en faveur d'une valorisation des produits et du patrimoine vitivinicole et d'une démocratisation du vin ;
- concevoir un lieu multifonctionnel capable d'évoluer dans un environnement micro- et macroéconomique stimulant ;
- ancrer le futur Centre Mosellan dans les réalités socio-économiques régionales et sectorielles ;
- prendre en considération les besoins réels des différentes parties prenantes, et notamment du secteur vitivinicole ;
- renforcer la compétitivité et la rentabilité économique du Centre Mosellan ;
- créer un lien de proximité entre consommateurs et producteurs, entre visiteurs et locaux en plaçant le facteur humain en général, et le public cible en particulier, au cœur des préoccupations actuelles et futures.

Le processus de conception et de développement du concept, qui a compris différentes étapes, a eu lieu entre février et juillet 2017 impliquant quelques 45 professionnels issus des secteurs de la vitiviniculture, du tourisme (y compris l'œnotourisme) et du développement régional.

Création d'un cadre conceptuel et méthodologique pour appréhender les défis multiples

L'analyse contextuelle approfondie préalable, comprenant 5 différents types d'analyses, a permis de saisir les enjeux, les défis et les opportunités relatifs au macro- et au microenvironnement dans lequel le Centre Mosellan évoluera. L'approche participative adoptée et les niveaux d'implication des différentes parties prenantes ont par la suite permis de prendre en considération les besoins et considérations de ces derniers et d'évaluer l'expérience client (actuelle et future). L'analyse de différentes études de cas, les observations et visites de terrain d'événements œnologiques ainsi que de centres oenotouristiques internationaux combinées à une recherche approfondie conduisaient à une évaluation des tendances actuelles de l'œnotourisme, du monde du vin, du tourisme et de la muséographie.

Par des gens pour des gens – créer une communauté d'intérêts diverse

Un accent tout particulier a été mis sur l'implication d'une grande diversité de parties prenantes pour définir le cadre stratégique du futur Centre Mosellan sur les besoins et l'expertise des secteurs respectifs

- interviews extensives avec 20 représentants des secteurs viticulteurs, oenotouristiques et touristiques
- mise en place d'un Miselerland Lab
- crowdsourcing (sondage public)

Un laboratoire d'innovation¹ au cœur du processus, le *Miselerland Lab*

- Période: 4 séances entre mars et juin 2017
- Participants: 25 participants issus des secteurs de la viticulture, du tourisme, de l'œnotourisme et du développement régional
- Lieu d'implémentation physique: Le Miselerland Lab a été implémentée physiquement au Musée du Vin à Ehnen, en tant que partie intégrante de l'exposition et moyen de dialogue avec les visiteurs du musée
- Mission: Analyse du parcours client de l'actuel Musée du Vin et du public cible du futur Centre Mosellan, développement de la vision et de la mission du Centre Mosellan, développement collaboratif des lignes directrices du concept stratégique, analyse des résultats du sondage public

¹ Définition: "Innovation lab brings together an unusual bunch of participants, cutting across the boundaries of industries, professions and cultures to fuel collaborative innovation" Gryszkiewicz, L., Toivonen, T. & Lykourantzou, I. (2016) Innovation Labs: 10 Defining Features, Stanford Social Innovation Review online, Nov. 3, 2016, https://ssir.org/articles/entry/innovation_labs_10_defining_features

(crowdsourcing), validation des fondements conceptuels et des scénarios des espaces du futur Centre Mosellan

Un des fruits du travail des membres a été le développement de la vision et de la mission du futur Centre Mosellan².

Vision : Site incontournable de la Grande-Région, le Centre Mosellan est la référence viticole et œnotouristique nationale et internationale.

Mission : Véritable hub professionnel œnotouristique, le Centre Mosellan invite les visiteurs régionaux, nationaux et internationaux à découvrir et à apprécier de manière vivante, interactive et innovante les produits régionaux. Il cherche à créer des synergies entre les différentes parties prenantes. Vitrine de la région, il sert d'accueil touristique central.

350 idées supplémentaires rassemblées lors d'un sondage public

Une initiative comme le développement du concept du Centre Mosellan ne pourrait jamais être un véritable succès sans l'implication de l'utilisateur final. Un sondage public de crowdsourcing a donc été mené afin de recueillir des suggestions concernant l'avenir du Centre. Le sondage a été organisé autour de trois questions pertinentes (« Qu'est-ce que le vin pour vous ? », « Votre idée originale pour promouvoir les vins luxembourgeois » et « Que voudriez-vous vivre dans un centre d'expérience du vin ? ») dans trois endroits différents (Marché du Vin Grevenmacher, Springbreak, Centre Mosellan) entre mars et mai 2017. Les quelques 350 suggestions collectées de +-200 personnes ont été analysées par les membres du Miselerland Lab et ont par la suite été intégrées aussi bien dans leur travail que dans celui du bureau d'études pour le développement des fondements conceptuels finaux.

Un concept ouvert et évolutif capable de s'adapter aux besoins émergents et aux exigences futures

Plusieurs facteurs ont guidé la phase de conceptualisation des futures fonctions et activités du Centre Mosellan:

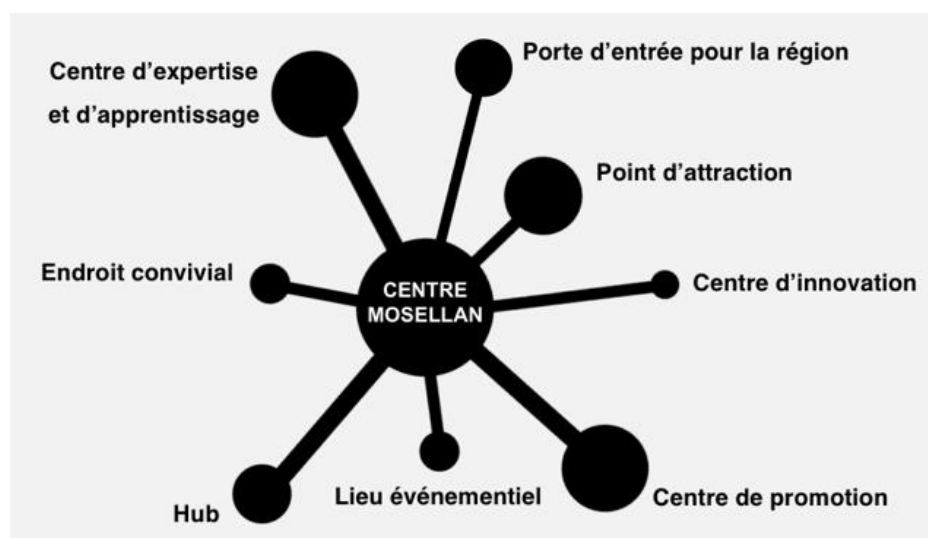
- opportunités et défis résultant de l'analyse du micro et macro environnement du secteur viticole en général et du Centre Mosellan en particulier ;
- besoins des parties prenantes du Centre Mosellan ;
- besoins du futur public cible du Centre Mosellan ;
- stratégie de développement des vins luxembourgeois ;
- limites et perspectives du lieu ;
- tendances internationales du tourisme, de l'œnotourisme et de la muséographie ;
- tendances et évolution du marché national et international du vin ;
- observations de terrain et études de cas internationaux ;
- mise en contexte du musée viticole et folklorique A Possen.

L'analyse approfondie de ces facteurs a permis de dégager l'accroche thématique du Centre Mosellan « **Viticulture aujourd'hui et demain** » et d'identifier les zones de chevauchement qui forment sa base conceptuelle.

Lieu multifonctionnel où les frontières entre lieu d'exposition, point d'attraction convivial, centre de promotion et espace de rencontre professionnel se fondent, le Centre Mosellan favorisera la transmission du savoir grâce à une approche interactive et sensorielle et grâce à la facilitation de rencontres entre visiteurs et usagers temporaires et permanents, entre consommateurs et producteurs, entre professionnels de différents secteurs. Contenu et contenant refléteront l'esprit de la région et du secteur viticole - un mélange subtil entre traditions/authenticité et modernité/innovation – faisant du Centre Mosellan un lieu exceptionnel, expressif et fonctionnel.

² Miselerland Lab 1 (6 mars 2017) – définition vision et mission du futur Centre Mosellan

La scénarisation des espaces tient compte des différents publics cibles identifiés, qu'il s'agit d'un public averti ou non averti, en proposant différentes clés et types de lecture.



Centre Mosellan - définition des grandes lignes de contenu³

Centre d'expertise et d'apprentissage : une des activités piliers du Centre Mosellan sera la transmission du savoir, d'expertise, de conseil et d'information relative à la viticulture et aux secteurs liés.

Porte d'entrée pour la région : positionné stratégiquement tant par sa situation géographique que par sa fonction de pôle d'attraction, le Centre Mosellan jouera un rôle important pour promouvoir les attraits œnotouristiques, touristiques et patrimoniaux de la région. Il facilitera le référencement entre les sites de production viticoles et améliorera l'expérience client dans la région.

Point d'attraction : lieu d'expérience polysensorielle et espace de rencontre unique au Luxembourg et dans la Grande-Région, le Centre Mosellan sera un point d'attraction apprécié tant des visiteurs que des habitants de la région. L'originalité du lieu et une offre diversifiée permettront d'attirer une grande mixité de publics.

Centre d'innovation : en fonction de son thème directeur « la viticulture aujourd'hui et demain », le Centre Mosellan hébergera des activités de formation, de collaboration, de cocréation et de médiation. Le Centre Mosellan jouera ainsi un rôle d'innovation important au service du secteur viticole et œnotouristique.

Centre de promotion : le Centre Mosellan sera un lieu de promotion des vins luxembourgeois. Il promeut la notoriété et la réputation viticole et œuvrera pour une amélioration de l'image de marque des vins luxembourgeois. Il contribuera à renforcer l'accessibilité, la promotion et la visibilité des vins luxembourgeois auprès d'une mixité de publics.

Lieu événementiel : lieu atypique, le Centre Mosellan offrira un cadre original et chaleureux aux événements professionnels et privés. L'originalité et la disposition des espaces permettront une utilisation diversifiée pour toute sorte d'événements publics ou privés :

- espace polysensoriel unique ;
- espace de restauration authentique ;
- espaces œnologiques professionnels ;
- espaces extérieurs.

Hub : lieu de partage du savoir et du savoir-faire, le Centre Mosellan offre un cadre convivial propice aux rencontres, aux échanges d'expériences et à la création de nouveaux réseaux. La fonction de hub permettra

³ The Impact Lab (2017) Concept Centre Mosellan

aux professionnels du vin et d'autres secteurs de se rencontrer dans un environnement favorisant l'échange et le co-développement. L'accent sera mis sur la facilitation de collaborations inter- et cross sectoriels.

Endroit convivial : la convivialité, l'authenticité et la proximité humaine joueront un rôle important dans le futur agencement et exploitation du Centre Mosellan et soulignent le caractère unique de la région de la Moselle en général et du secteur vitivinicole en particulier.



Miselerland Lab – 1ère session mars 2017 © The Impact Lab 2017



Panneau / carte postale sondage public (crowdsourcing) design A (recto-verso)

LUXEMBOURG IS WINE.



LET'S CO-CREATE THE TRENDIEST WINE EXPERIENCE CENTER RIGHT AT THE HEART OF THE MOSELLE REGION !
HELLEFT EIS DEE FLOTTSTEN WÄIN-ERLIEFNISZENTER FÜR LËTZEBUERGER WÄINER AM MISELERLAND ZE MARCHEN!

What is wine for you ?
Wat ass Wäin fir Iech?

Your crazy idea to promote
Luxembourgish wines ?
Hutt Dir eng geckeg Iddi fir de
Lëtzebuurger Wäin ze promovéieren?

What would you like
to do in a wine experience center ?
Wat géingt Dir gär an engem
Wäin-Erlebnis-Zenter ugebuedé kréien?

LUEMBOURG
LET'S MAKE IT HAPPEN

Panneau / carte postale sondage public (crowdsourcing) design B

