



RENCONTRE FRANCO - QUEBECOISE

DESTINATION NOUVELLE-FRANCE

TOURISME DE MEMOIRE
CONSTRUIRE ENSEMBLE UN RESEAU

Mardi 14 octobre 2025

Hôtel de Ville d'Angoulême - 9h à 18h

COMMISSION DE LA MEMOIRE FRANCO-QUEBECOISE



14 Octobre 2025 – Hôtel de Ville d'Angoulême

**Rencontre franco-québécoise,
le tourisme de mémoire « Destination Nouvelle France »,
construire ensemble un réseau**

Le tourisme de mémoire fait le lien entre le devoir de mémoire et la transmission aux générations futures. « Destination Nouvelle France » nous transportera sur les traces des lieux où des personnages sont partis entre le XV^e et XVIII^e siècle vers la Nouvelle France, le Québec, l'Acadie ou encore La Louisiane, repérés dans les inventaires des sites d'origine des pionniers et personnages majeurs de la Nouvelle France. Il vise le public français, canadien, québécois et américain sensible aux racines familiales et à la recherche de leur identité.

De part et d'autres de l'Atlantique, il s'agit de faire revivre dans l'imaginaire du grand public l'histoire commune de la Nouvelle France, de la sublimer en une stratégie touristique ancrée dans les territoires en France et au Québec.

Le défi majeur est, de part et d'autre de l'Atlantique, de rendre accessible et attractif au grand public l'histoire méconnue de la Nouvelle France. Cette première rencontre doit contribuer à vérifier si ce socle historique et patrimonial disseminé sur le territoire en France et au Québec peut contribuer à l'émergence d'une stratégie collective de valorisation touristique sur le thème de la Nouvelle France.

L'objectif est de mettre en récit l'histoire commune de la Nouvelle France : scénariser l'expérience de terrain du visiteur, capter l'intérêt d'un public sensibilisé et rajeuni : croiser mémoire et intérêt historique et patrimonial. Cette approche innovante, déclinée localement, participerait à nourrir une stratégie touristique de destination dénommée « **destination Nouvelle France** » en cohérence avec les politiques touristiques régionales et nationales.

La mise en réseau et la mutualisation des expériences et initiatives locales, entraineraient une plus grande attractivité et présence médiatique aussi bien au niveau régional qu'international. Par la valorisation des traces historiques et du patrimoine emblématique, les territoires français adhérant à cette initiative pourraient, ainsi, **se doter d'une nouvelle identité, complémentaire, construite autour d'une marque reconnue et identifiée dans le paysage patrimonial et touristique.**

Cette rencontre, organisée sous l'égide de la Ville d'Angoulême en partenariat avec **la Délégation générale du Québec à Paris (DGQP), le ministère de l'Europe et des affaires étrangères, de l'agence Atout France et la commission de la mémoire franco-québécoise** sera animée par **Chantal MORENO, co-présidente de la commission de la mémoire franco-québécoise et Dominique HUMMEL, consultant expert en montage de stratégies touristiques.**

Cette journée sera modérée par **Frédéric BOUILLEUX, conseiller stratégique du domaine de Chaumont-sur-Loire**, en collaboration avec les étudiants du Master Tourisme Parcours e-Tourisme et Ingénierie Culturelle des Patrimoines de l'Université de La Rochelle.

14 Octobre 2025 – Hôtel de Ville d'Angoulême

Ouverture de la première rencontre par les autorités officielles : ville d'Angoulême, ministère de l'Europe et des Affaires étrangères

1. Le potentiel du tourisme de mémoire « destination Nouvelle France »

- Inventaire et cartographie du tourisme de mémoire « destination Nouvelle France » :

Présentation du territoire tourisme de mémoire destination Nouvelle-France : définition et positionnement historique, géographique, institutionnel et politique - **Patrick MAILLARD**, secrétaire général Commission mémoire commune franco-québécoise (section française) et base de donnée « Traces de la Nouvelle France » - **Mohammed Ilef IKHELEF**, développeur de logiciels (Québec).

Les conditions nécessaires à la mise en place d'une approche touristique de destination : présentation par le département d'Ingénierie, développement et prospective d'Atout France :

- Construction d'un discours sur le tourisme de mémoire - **Luc BONNIN**, consultant agence Scarabée ;
- Mise en place du label « destination impressionnisme » - **Christophe de CHASSEY**, directeur de l'innovation et du développement à Atout-France.

Première table ronde : la valorisation culturelle et touristique des territoires peut-elle déboucher sur une stratégie touristique Nouvelle France ?

- La démarche « Grand Est Terre d'Histoire et d'Innovations » structurer les sites historiques et culturels autour d'une campagne de communication digitale collective - **Intervenants à préciser** ;
- La politique du département de l'Aube (exposition : Il était une fois Montréal à Troyes) - **Valéry DENIS**, vice-Président en charge de la Culture ;
- La communauté de communes du Haut Perche réflexions autour des Museales : leur positionnement, le partenariat dans le cadre du projet « la terre de nos ancêtres » – **Virginie DJENNADI**, Vice-Présidente de la communauté de communes en charge du Tourisme ;
- La ville de La Rochelle, le tourisme Nouvelle-France quelle évolution au fil du temps ? – **Intervenants à préciser**.

Synthèse des échanges :

Frédéric BOUILLEUX, conseiller stratégique du domaine de Chaumont-sur-Loire.

2. Destination Nouvelle-France : Réinventer l'approche de médiation touristique, développer l'imaginaire (personnages emblématiques et histoires) afin de se démarquer et viser le grand public

Deuxième table ronde : les nouvelles formes de transmission qui permettent de scénariser l'histoire pour séduire un public plus large et plus jeune

Applications mobiles et guides interactifs, utilisation de la réalité augmentée, visites immersives, géolocalisation, géocaching, etc. les outils qui offrent des parcours personnalisés et **ont révolutionné l'approche touristique des lieux patrimoniaux**

- L'approche immersive avec Edeis (Théâtre antique d'Orange, Arènes et maison carrée Nîmes) – **Intervenants à préciser** ;
- La médiation et la participation des publics dans les musées avec l'intelligence artificielle générative : exemples du musée de Lille - **Régis COTENTIN**, responsable art contemporain palais des Beaux-Arts de Lille ;
- La révolution du géocaching en Région Nouvelle Aquitaine « Terra aventura » l'exemple de Monts-sur-Guesnes – **un représentant de l'agence du tourisme de Nouvelle-Aquitaine** ;
- L'accompagnement des collectivités dans la réflexion sur les équipements et leur exploitation exemple des travaux menés par les cabinets spécialisés – **Thierry AMIEL**, la Prod est dans le Pré.

La place des réseaux dans la diffusion d'une stratégie touristique de destination :

La valorisation de l'histoire de la Nouvelle France s'inscrit dans une stratégie globale d'attractivité touristique, en mettant en avant l'authenticité et la richesse culturelle de la région. Elle s'appuie sur **les réseaux de coopérations existants, investir les réseaux sociaux et développer les nouvelles formes de communication** : mise en valeur du patrimoine bâti et immatériel : Villes et Pays d'art et d'Histoire / Sites et Cités remarquables et Petites Cités de Caractère – **Intervenants à préciser**.

Les attentes des opérateurs touristiques français, québécois et canadiens vis-à-vis du tourisme de mémoire destination Nouvelle France :

L'expérience des tours opérateurs français et québécois pour attirer un public de mémoire : Langue, Culture & Découverte – **Anne-Christine MARTINOT**, Novacadie Tours – **Richard LAURIN**, Quel Beau Voyage – **Denise LAFOND**, Traditours, Groupe Voyages-Québec, Diasporacadie – **Claude BOUDREAU**).

Comment élargir le réseau des tours opérateurs travaillant sur cette destination ? **Contact en visio avec la partie québécoise**.

Synthèses des échanges :

Frédéric BOUILLEUX, conseiller stratégique du domaine de Chaumont-sur-Loire.

3. Atelier de co-construction « destination Nouvelle France » : inspirer et partager une nouvelle approche pour bâtir une stratégie collective avec Dominique HUMMEL, président de STRATO.

Co-construction d'une feuille de route :

Identifier et définir **la communauté destination France**, la doter d'une **marque qui devient la bannière collective**

La langue française vecteur de promotion de la destination Nouvelle France

La cité internationale de la langue française de Villers-Cotterêt peut-elle se positionner comme un centre d'interprétation sur l'histoire de la Nouvelle France ?

Harmoniser le discours grand public sur la Nouvelle France, l'inscrire et le décliner dans les politiques touristiques des Régions

Développer la mise en réseau des activités portées par les territoires afin de faciliter la connaissance mutuelle sur les projets : développer un réseau des centres d'interprétations régionaux

Mettre en place une gouvernance propre à la destination Nouvelle France

Synthèse des échanges :

Frédéric BOUILLEUX, conseiller stratégique du domaine de Chaumont-sur-Loire.

Conclusions de la première rencontre par Monsieur le Maire d'Angoulême, le Délégué Général du Québec en France et la Co-présidente de la commission de la mémoire commune.