



## **Appel à projets**

### **« Monet gourmet 2026 »**

***Événements gastronomiques en Île-de-France et en Normandie  
pour célébrer le centenaire Monet en 2026***



## Sommaire

1. Contexte .....	3
2. Lignes directrices de « Monet Gourmet » .....	4
3. Objectifs du projet .....	5
4. Bénéficiaires de l'appel à projets .....	6
5. Pourquoi se faire labelliser ? .....	6
6. Critères de labellisation .....	7
7. Obligations .....	8
8. Calendrier .....	9
9. Présentation des projets .....	9
10. Modalités de sélection .....	9
11. Procédures de dépôt des projets .....	10
12. Contacts .....	10
Annexe 1 : Inspirations .....	11
Annexe 2 : Communication .....	13

## 1. Contexte

Le projet « Monet Gourmet » s'inscrit dans le cadre du centenaire de la disparition de Claude Monet, qui se déroulera en 2026 en Île-de-France et en Normandie. Il vise à célébrer l'Impressionnisme, indissociable de ces deux régions, à travers la gastronomie, en s'appuyant sur les initiatives locales. Il propose de valoriser les paysages qui ont inspiré le peintre, son art de recevoir autour d'une table, et plus largement, la sociabilité, la joie de vivre caractéristiques de l'univers impressionniste, ainsi que les produits locaux et la gastronomie régionale.

- **Qui sommes-nous ?**

Le présent appel à projets est lancé dans le cadre d'une démarche collective, le Contrat « Normandie Paris Île-de-France : Destination Impressionnisme », qui, depuis 2014, réunit notamment les Régions Normandie et Île-de-France et leurs agences touristiques : Normandie Tourisme et Visit Paris Region. Aux côtés de ces structures, le Contrat de Destination Impressionnisme fédère l'État, Atout France et plus de 40 partenaires institutionnels, culturels et touristiques liés à ce courant artistique.

L'ambition de cette démarche est de faire de l'Impressionnisme un atout touristique majeur pour les territoires normands et franciliens. Né sur ces deux régions, ce mouvement mondialement reconnu génère chaque année 7 millions de visites autour de plus de 50 sites impressionnistes en Normandie et en Île-de-France (musées, maisons d'artistes, jardins, paysages). **Le Contrat de Destination Impressionnisme** vise à renforcer ce potentiel touristique en travaillant de façon collaborative sur l'excellence de l'offre de visite et la visibilité internationale de la « Destination impressionniste » grâce à une stratégie commune de développement et de promotion touristiques.

- **Centenaire de la disparition de Claude Monet en 2026**

En 2026, l'Île-de-France et la Normandie commémoreront le centenaire de la disparition de Claude Monet, figure majeure de l'Impressionnisme, artiste connu et apprécié dans le monde entier. Considéré comme un levier d'attractivité internationale, cet anniversaire donnera lieu à un programme événementiel ambitieux sur l'ensemble des territoires impressionnistes normands et franciliens. De grandes expositions, visites insolites, concerts, conférences seront proposés par les différents territoires et lieux de visite impressionnistes dès mars 2026.

Pour le **Contrat de Destination Impressionnisme**, l'enjeu de cette célébration est de :

- favoriser la diffusion des flux touristiques au-delà des sites incontournables et encourager les mobilités douces ;
- conforter la notoriété nationale et internationale de la Destination impressionniste ;
- innover au niveau événementiel avec un vaste programme de manifestations gastronomiques à l'échelle inter-régionale dont l'ambition est de mettre en valeur les paysages d'inspiration, la joie de vivre impressionniste, la gastronomie et les produits locaux.

## 2. Lignes directrices de « Monet Gourmet 2026 »

Ce projet est né de la convergence de deux éléments : **le lien fort entre Monet et la gastronomie d'une part, et l'essor de nouvelles expériences culinaires d'autre part.**

### - la gastronomie et l'Impressionnisme, le carnet de recettes de Claude Monet

Amateur de bonne chère, Claude Monet faisait de **la table un lieu privilégié d'échanges** avec ses proches et amis : la qualité des mets, l'attention portée à l'harmonie, à la convivialité et aux invités étaient au cœur de cet art d'accueillir autour d'un repas.

Plusieurs sources écrites, notamment le carnet de recettes de Claude Monet, permettent de reconstituer cette cuisine simple, bourgeoise, généreuse, mais aussi raffinée qui était servie à Giverny ; un véritable art de vivre, en adéquation avec l'image de ses toiles (cf. annexe 1).

La conservation de ces recettes ouvre ainsi des opportunités pour revisiter les plaisirs de la table selon Monet et proposer une cuisine ancrée dans les produits locaux.

### - reconnecter la gastronomie à la source des produits et des paysages

Plus largement, l'Impressionnisme est associé avec des tableaux **qui célèbrent les plaisirs de la table, les déjeuners sur l'herbe et les guinguettes** en bord de Seine.

**A travers cet appel à projets, la Destination souhaite mobiliser les acteurs locaux sur la création d'expériences gastronomiques inédites qu'elles soient en plein air, au sein des restaurants ou dans d'autres lieux.**

Ces expériences peuvent être inspirées d'un certain nombre de concepts mis en place ces dernières années (voir annexe 1- Inspirations » en fin de document).

Toutefois, au-delà de ces concepts d'événements, cet appel à projets vise à encourager une diversité de propositions que pourront imaginer les acteurs locaux.

### 3. Objectifs du projet « Monet Gourmet » en 2026

- **Faire « événement », renforcer l'attractivité** en misant sur le croisement culture/gastronomie avec un événementiel innovant ;
- **Élargir l'audience du centenaire Monet avec une proposition à portée universelle** : la gastronomie ;
- **Relier** les 2 régions autour d'un concept commun ;
- **Promouvoir et diversifier l'image** de la gastronomie des 2 régions ;
- **Stimuler l'économie locale, créer de la valeur** sur une large partie de la chaîne de valeur touristique et notamment l'ensemble des acteurs de la production agricole, de l'artisanat, de la restauration, de l'événementiel touristique et du guidage ;
- **Développer un tourisme durable** en valorisant les circuits courts et les acteurs locaux, promouvoir une alimentation équilibrée et respectueuse de l'environnement.

Et plus spécifiquement :

- **Mettre en lumière l'héritage culturel et le patrimoine impressionniste** : valoriser les paysages d'inspiration, la joie de vivre et la convivialité impressionnistes, emblématiques des deux régions et de l'art de vivre à la française.
- Promouvoir les savoir-faire des métiers de bouche
- **Innover avec - notamment - une gastronomie en plein air** : répondre à la tendance actuelle d'une gastronomie hors les murs, pour une expérience inédite à la source des tableaux du maître impressionniste.
- **Encourager les projets coopératifs** : acteurs de la restauration et de la production agricole, guides-conférenciers, artistes, offices de tourisme et organisateurs d'événements sont invité-e-s à collaborer et à créer ensemble des expériences innovantes et de haute qualité.
- **Augmenter l'expérience visiteur** avec des événements :
  - « sensoriels » : plaisirs gustatifs et des autres sens ;
  - porteurs de sens : l'héritage de Claude Monet devra être pleinement intégré aux événements ;
  - riches en rencontres : à l'image du collectif qui animait le mouvement impressionniste, ces événements doivent favoriser les rencontres entre participants mais aussi avec les acteurs locaux (chef-fes, guides...).

#### **4. Bénéficiaires de l'appel à projets**

Cet événement s'adresse à l'ensemble de la chaîne de services touristiques : professionnel·les de la restauration, de la production agricole, du tourisme et de l'événementiel (les chef·fes de cuisine, restaurateurs, producteurs, offices de tourisme, guides et organisateurs d'événements notamment).

Il vise à encourager la création de projets de qualité offrant une expérience gourmande unique à l'occasion du centenaire Monet en 2026.

Les structures publiques ou privées pouvant attester de leur capacité d'expertise, d'organisation et de gestion budgétaire pour ce type d'événement peuvent répondre à cette labellisation, et notamment (de manière non limitative) :

- Offices de tourisme et structures départementales de développement touristique
- Musées et lieux de visite
- Restaurants traditionnels et nomades
- Associations, tiers-lieux
- Collectivités locales...

#### **5. Pourquoi se faire labelliser ? La valeur ajoutée de la labellisation**

Les projets retenus dans le cadre de cet appel à projets reçoivent le label de la Destination impressionniste et voient leurs actions intégrées dans la programmation et la communication globale autour du Centenaire Monet.

Les projets feront l'objet d'un relais sur l'ensemble des supports de communication de la Destination impressionniste (à travers les outils de sa marque, les Voyages impressionnistes) et Normandie Tourisme et Visit Paris Region. Les quelques indicateurs suivants permettent de mesurer l'importance de l'audience touchée grâce à cet éco-système.

- Les Voyages impressionnistes : Site web & Réseaux sociaux – 200.000 abonnés et 12,7 millions d'audience cumulée en 2024
- Normandie Tourisme : Site web – 11,4 millions de visites en 2023 (6 millions pour le site français) & Réseaux sociaux – plus de 300.000 abonnés
- Visit Paris Region : Site web & réseaux sociaux – 600.000 abonnés

A cela s'ajoute un plan de communication ambitieux, tourné vers la France et les marchés étrangers.

En effet, la Destination impressionniste travaille sur la mise en place d'une importante promotion du centenaire Monet en direction de la presse française et internationale. Une vaste campagne de promotion touristique (collaborations avec des influenceurs

et des médias, campagne de promotion touristique dans les médias...) est par ailleurs en cours de construction, dans la continuité des actions entreprises (et couronnées de succès) pour les 150 ans de l'Impressionnisme.

## **6. Critères de labellisation**

Cet appel à projets vise à encourager les projets qui répondent aux critères suivants :

- faire appel aux produits locaux, régionaux et de saison, s'appuyer sur les chef-fes de l'une ou l'autre région ou leurs réseaux professionnels ;
- être à destination du grand public ;
- proposer un repas (petit-déjeuner, brunch, déjeuner, apéritif, pique-nique, dîner...) en lien avec le centenaire Monet (œuvres, lieux de vie, paysages d'inspiration, thématiques associées) ;
- présenter un événement en adéquation avec les objectifs de l'appel à projets. Les événements pourront notamment, à ce titre, s'inspirer des concepts suivants :
  - menus inspirés des recettes de Claude Monet ou évocateurs d'un tableau par leur "mise en scène" dans l'assiette ;
  - repas immersifs dans les paysages d'inspiration des tableaux de Monet ;
  - événements « du paysage à la fourchette » avec balade guidée et déjeuner sur l'herbe locavore ;
  - événements « du tableau à l'assiette » : visite des œuvres ou lieux de vie liés à Claude Monet suivie de menus inspirés de ces visites, repas accompagnés d'une médiation sur le centenaire Monet (apéritif ou rencontre avec des guides, création de contenus ou documents explicatifs...)
  - création de plats et/ou menus spécifiques dans des restaurants.
- se dérouler en Normandie et/ou en Île-de-France, sur les territoires impressionnistes, entre le 1<sup>er</sup> mars 2026 et le 31 décembre 2026 ;
- garantir un récit respectant une rigueur historique pour présenter l'Impressionnisme et la Destination impressionniste. A cet effet, le Contrat de Destination met à disposition des porteurs de projets le « *répertoire des sites impressionnistes en Normandie et à Paris Île-de-France* » ainsi que le récit « *Normandie, Paris Île-de-France : Destination impressionniste, Brève histoire de l'impressionnisme dans ses territoires* ». L'appui sur des guides locaux est par ailleurs fortement encouragé ;
- s'engager sur la qualité tant dans l'organisation de l'événement que dans la prestation culinaire ;



- mobiliser une large communauté d'acteurs ;

-prendre en compte les mesures environnementales en vigueur, s'inscrire dans une démarche d'éco-responsabilité. Travailler la gestion des déchets, la lutte contre le gaspillage alimentaire, l'éco-mobilité, et le caractère éco-responsable de la prestation dans la mesure du possible (vaisselle lavable ou compostable, serviettes ou nappes en tissus, goodies responsables etc.). [Le guide de la restauration événementielle durable de l'ADEME](#) est en ce sens un outil méthodologique pour tous les acteurs.

- avoir bien pris en compte le public touristique ;

Il est également conseillé d'intégrer la réservation en ligne. Si l'événement nécessite un achat ou une réservation, les outils proposés par les offices de tourisme ou agences départementales d'attractivité sont à privilégier.

Ne sont pas éligibles à ce dispositif les animations non touristiques telles que les congrès, publications de livres, expositions, colloques universitaires, manifestations professionnelles, rencontres techniques.

Nota : Un programme d'animations décomposé en plusieurs événements fera l'objet d'une seule labellisation.

## **7. Obligations**

- Respecter les obligations en termes de communication telles que décrites à l'annexe 2 ;

- S'engager à transmettre selon un calendrier transmis par la Destination impressionniste, toutes les informations nécessaires à la promotion de l'évènement sur internet et les réseaux sociaux (saisie de l'évènement par l'organisateur sur les systèmes d'information touristiques notamment) – cf annexe 2 ;

- Avoir anticipé, notamment pour les événements en plein air, les conditions de report, d'annulation et éventuellement de compensation ou remboursement ;

- Disposer des autorisations administratives et légales, assurances et autres couvertures juridiques obligatoires, assurer (ou permettre) l'accessibilité aux personnes en situation de handicap ;

- Transmettre les données détaillées de fréquentation à la fin de l'évènement et s'engager à répondre aux éventuelles sollicitations des observatoires de Normandie Tourisme et Visit Paris Region.



## **8. Calendrier**

- Ouverture de l'appel à projets : 26 janvier 2026
- Clôture dépôt des dossiers : 16 mars 2026
- Sélection des projets éligibles : 6 avril 2026

## **9. Présentation des projets**

Les projets devront être envoyés selon le calendrier indiqué et comporter :

- une note descriptive du projet détaillant point par point l'adéquation avec les objectifs de l'appel à projets et critères exposés (cf. 6. Critères de labellisation). Les porteurs de projet sont invités à décrire l'expérience visiteur proposée ; en quoi leur projet est innovant et de qualité, comment le lien est fait avec Claude Monet, quel est le réseau de partenaires mobilisé, l'ampleur et le public attendus, le calendrier d'organisation et la communication envisagée ;
- un calendrier de réalisation du projet ;
- tout document utile à la compréhension du projet (description, programmation prévisionnelle...).

## **10. Modalités de sélection**

Les projets soutenus dans le cadre de l'appel à projets seront sélectionnés à travers une grille d'évaluation mesurant :

- La pertinence du projet au regard des objectifs et des attendus de l'appel à projets ;
- La qualité de l'expérience visiteur proposée ;
- La qualité du lien avec l'Impressionnisme ;
- Le caractère partenarial du projet ;
- Le(s) lieux de présentation du projet ;
- La cohérence du budget et la viabilité du projet ;
- L'ambition en matière d'impact sociétal et environnemental ;
- L'ancrage dans le territoire, ses retombées économiques potentielles.

Les projets seront étudiés selon le calendrier indiqué par un jury composé notamment de représentants des Régions Île-de-France, Normandie, de Normandie Tourisme et Visit Paris Region.

## **11. Procédure de dépôt des candidatures**

Les candidatures devront être déposées en ligne à l'aide de ce formulaire :  
<https://forms.gle/MidyCKvnvrSVdLQCA>

La décision d'attribution du label sera communiquée par Normandie Tourisme ou Visit Paris Region.

## **12. Contacts**

- Pour toute demande de précisions liée à la labellisation :

Destination Impressionnisme :

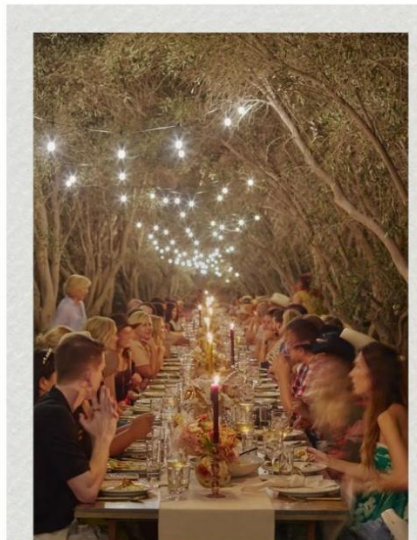
CRT Normandie – Nathalie Lecerf [n.lecerf@normandie-tourisme.fr](mailto:n.lecerf@normandie-tourisme.fr)

Choose Paris Region – Raphaëlle Guillou [raphaelle.guillou@chooseparisregion.org](mailto:raphaelle.guillou@chooseparisregion.org)

Certains projets labellisés pourront bénéficier d'un accompagnement financier de la part de la Région Normandie. Pour connaître les modalités d'intervention contactez :

Région Normandie – Camille Varin [camille.varin@normandie.fr](mailto:camille.varin@normandie.fr)

**Annexe 1 Inspirations, concepts d'événements gastronomiques, & ressources documentaires**



**INSPIRATIONS**



## A. Concepts d'événements gastronomiques

Depuis le début des années 2000, des événements comme « Outstanding in the fields », véritable "restaurant itinérant sans murs", organisent aux USA des dîners en plein air directement à la source des ingrédients : fermes, vignobles, plages, etc. L'objectif est de reconnecter les convives à la terre et aux producteurs locaux.

En France, des dîners insolites sont organisés en suivant ce concept. Par exemple, Marseille Provence Gastronomie propose des repas gastronomiques en plein air, tenus dans des lieux exceptionnels de la région, parfois révélés à la dernière minute. Chaque dîner est orchestré par un chef local de renom, mettant en avant les produits du terroir provençal. En Normandie et en Île-de-France, des projets s'inscrivent dans cette tendance : « A la belle étoile » autour de Paris, « Gambade ! » (Pôle métropolitain de l'estuaire), « Rouen à table » (Rouen Tourisme).

Sur un autre registre, certains chef-fes, exerçant notamment en Normandie ou en Île-de-France, proposent des menus « De la toile à l'assiette » : un tableau découvert au musée devient source d'inspiration culinaire : chaque plat du dîner fait écho à l'univers artistique du peintre et transporte les convives dans son imaginaire.

Autre source d'inspiration : l'opération **Les Papilles Impressionnistes**, organisée en 2024 par la Région Île-de-France avec l'appui de la CCI Versailles Yvelines. Cet événement a célébré le lien entre **gastronomie et impressionnisme** à l'occasion des 150 ans du mouvement artistique. Une centaine de restaurateurs franciliens et normands ont proposé des menus identiques élaborés par un panel de chefs. Ces menus ont été inspirés des saveurs (dont les carnets de Monet) et des ambiances du XIX<sup>e</sup> siècle, revisitant les plats prisés des peintres de l'époque. Parrainée par la cheffe Ghislaine Arabian, cette initiative a mis à l'honneur les **produits locaux de saison**, les **savoir-faire régionaux** et la créativité culinaire.

## B. Ressources documentaires :

- *A la table de Monet*, par Philippe Piguet ; Editions Biro Eds, 2010
- *Les carnets de recettes de Monet à Giverny*, par Claire Joyes, Editions Le Chêne, 2011
- Entretien avec Philippe Piguet, A la table de Monet - version longue : <https://youtu.be/lRd54ejwEN8>
- Entretien avec Philippe Piguet, A la table de Monet version courte : [https://youtu.be/rvUHt\\_fu-wE](https://youtu.be/rvUHt_fu-wE)

## **Annexe 2**

### **Communication**

#### **Avant-propos**

En étant labellisé dans le cadre de l'opération *Monet Gourmet*, vous participez à une programmation collective, visant à générer de la visibilité et du public pour votre structure mais également pour la Destination impressionniste au global. Cela implique de votre part un engagement à penser votre plan de communication dans le cadre de cette démarche collective et à y faire référence.

Les engagements en termes de communication listés ci-après n'ont pas vocation à représenter une contrainte supplémentaire, mais bien à constituer une valeur ajoutée pour élargir votre promotion et votre fréquentation.

#### **1. Intégration dans la communication globale *Monet Gourmet***

Votre événement s'inscrit dans une programmation globale et doit être présenté comme tel dans votre communication et/ou commercialisation.

A ce titre, les équipes de la Destination impressionniste vous communiqueront :

- les éléments textuels,
- les supports graphiques (logo, visuels de référence, bannières web et/ou réseaux sociaux, QRCode...)
- les hashtags pour Facebook et Instagram

à intégrer à votre communication durant le déroulement de votre opération et ce, dès vos premières présentations ou prises de paroles.

#### **2. Référencement de votre événement**

Afin de garantir l'insertion de votre projet sur les sites web touristiques, votre événement doit être saisi sur les systèmes d'information touristiques - Apidae en Île-de-France et Tourinsoft en Normandie. **Ainsi, votre événement sera valorisé sur les sites [normandie-tourisme.fr](http://normandie-tourisme.fr), [visitsparisregion.com](http://visitsparisregion.com) et [voyagesimpressionnistes.com](http://voyagesimpressionnistes.com).**

Pour saisir votre événement, vous pourrez le faire de façon autonome ou bien passer par votre office de tourisme dont le contact du référent vous sera communiqué si besoin.

Nota bene : il est impératif de cocher le critère « Impressionnisme » et de veiller à mettre à jour la fiche si l'événement est complet ou annulé.

### 3. Intégration de Monet Gourmet dans votre communication presse et digitale

La communication sur votre événement doit faire référence visuellement et textuellement au projet *Monet Gourmet*, qu'il s'agisse de vos réseaux sociaux, votre site internet et des relations publiques ou avec les médias.

En parallèle, la Destination impressionniste valorise l'ensemble des événements du programme *Monet Gourmet* en les diffusant sur ses réseaux sociaux et sites web, renforçant ainsi la portée de votre communication.

Pour ce faire, vous vous engagez à transmettre des éléments de communication de qualité (texte de présentation, photos en haute définition et en différents formats, vidéos...) pour permettre à la Destination impressionniste de relayer votre projet.

### 4. Participation aux événements de promotion organisés par la Destination impressionniste

La Destination impressionniste mettra en place des actions de promotion avec des médias, des créateurs de contenus ou des professionnels du tourisme. Dans ce cadre, vous vous engagez, au besoin, à faciliter l'accueil de ces opérations.

### 5. Commercialisation

La vente ou la réservation en ligne sont à privilégier pour optimiser la fréquentation des manifestations. A ce titre, de nombreux offices de tourisme et/ou structures départementales touristiques disposent d'outils adaptés qu'il convient, dans la mesure du possible, d'utiliser.