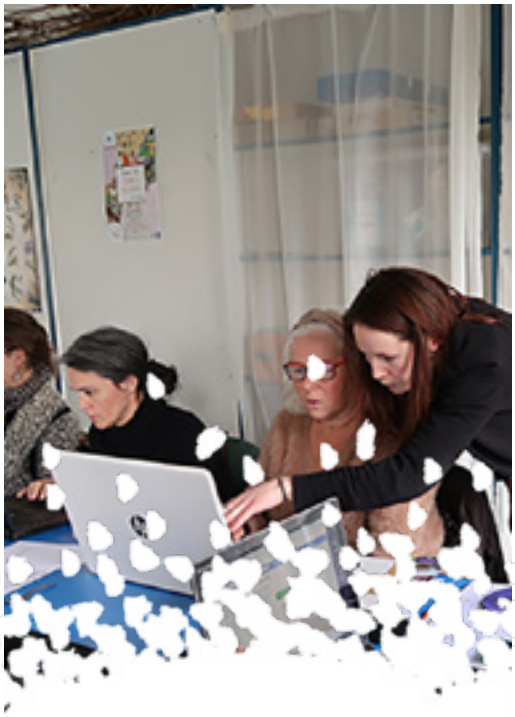
LIVRET DE L'ACCOMPAGNATEUR-TRICE

Créer et animer un réseau de tourisme durable



Pour un
TOURISME DURABLE

GENÈSE

En 2022, le réseau de tourisme durable « **Suisse normande territoire préservé** » a eu 17 ans. Il est passé d'une vingtaine de structures à une cinquantaine, autant de membres qui se retrouvent autour des mêmes valeurs et qui ont à cœur de s'associer pour **s'engager collectivement dans une démarche de tourisme durable**. Durant cette période, de nombreuses structures (collectivités, associations, privés) ont sollicité le réseau pour bénéficier du témoignage de cette expérience.
Parallèlement à cette expérience, **le Parc naturel régional des boucles de la Seine normande** a développé un réseau d'hébergeurs et de restaurateurs à travers la marque « **Valeurs Parc naturel régional** ».
En 2020, **le CPIE et le Parc naturel régional se sont associés** pour partager leurs expériences de création et d'animation de réseau et vous proposer ce livret qui pourra vous aider à initier ce type de démarche sur vos territoires.

POURQUOI S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE DE TOURISME DURABLE ?

Le tourisme est une activité économique en forte augmentation (4 % par an) dans le monde entier :

- en **1950** : **25 millions** de touristes,
- en **2000** : **702 millions** de touristes,
- en **2005** : **800 millions** de touristes,
- en **2019** : **1,5 milliard** de touristes.

La Normandie : une terre de tourisme...

L'attrait touristique de la Normandie émerge à la fin du XIXème siècle, avec l'instauration de nouvelles pratiques thérapeutiques venues tout droit de l'Angleterre. **Les stations thermales** comme Forges-les-Eaux et Bagnoles-de-l'Orne connaissent un engouement important. La découverte des **bienfaits de l'eau de mer** engendre un essor massif du tourisme sur les côtes normandes, situées à mi-chemin de l'Angleterre et de Paris.

Aujourd'hui, la Normandie est **la région la plus connue au monde, après la Californie**. Sa réputation s'est construite autour de **ses paysages** et de **ses lumières**, rendus célèbres par de nombreux peintres et écrivains, de **son histoire**, de **son patrimoine architectural, culturel et gastronomique**. En 2018, la Normandie était la **deuxième région la plus fréquentée** après l'Ile-de-France, avec 11 millions de nuitées.

...mais des impacts environnementaux et sociaux visibles...

S'il apporte une manne économique substantielle pour le territoire, le tourisme génère cependant des **impacts sociaux et environnementaux non négligeables** :

- **l'accroissement de la population** pendant la période estivale (multipliée par 10 pour certaines communes littorales) engendre une consommation importante des ressources naturelles (eau, énergie) et des problématiques de gestion de l'assainissement ou de déchets,
- **la fréquentation importante** des sites touristiques, des dunes, des falaises... engendre une érosion et une dégradation de la biodiversité,
- **l'urbanisation des bords de mer**, (+ 11 % entre 1995 et 2006 sur les communes littorales bas-normandes), contribue à la disparition des milieux naturels et des paysages,
- **le sur-développement du locatif touristique, la flambée des prix de l'immobilier**... peuvent également engendrer des impacts négatifs pour la population locale,
- se rajoutent également les **effets du changement climatique** qui engendrent des problématiques supplémentaires (érosion côtière, afflux de touristes du sud recherchant le « frais », diminution de la ressource en eau...).

...qui nécessitent de s'engager dans des démarches plus durables.

Le tourisme durable est une démarche qui peut être adoptée par tout acteur touristique, mais il relève aussi de la responsabilité de chaque touriste, à travers ses choix de voyage et son comportement. De même, les collectivités ont leur rôle à jouer dans la préservation de leur territoire.

Le tourisme durable est défini par l'Organisation mondiale du Tourisme comme « **un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des populations locales** ». Au niveau mondial, son objectif est de rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales.

Cela se traduit par :

- la préservation des ressources naturelles, de la biodiversité, des paysages et du patrimoine bâti, vitrines de chaque territoire,
- le respect de l'identité socioculturelle des populations locales,
- l'assurance d'une activité économique viable sur le long terme avec des avantages socio-économiques, équitablement répartis, et des retombées pour les populations locales.

COMMENT CONSTRUIRE UN RÉSEAU DE TOURISME DURABLE SUR UN TERRITOIRE ?

La connaissance du territoire

Pour définir un territoire touristique, il est nécessaire de **s'appuyer sur l'un des acteurs-clé** qui est le touriste ou le visiteur. En effet, c'est bien grâce à sa vision et à ses représentations que le territoire touristique sera défini comme tel. Ses représentations s'appuient sur les **éléments patrimoniaux** qui vont constituer l'identité touristique d'un territoire. Quand cette dimension patrimoniale se confronte à la dimension politico-administrative du territoire, il peut y avoir des différences dans la délimitation. **Le territoire touristique se construit entre les différentes visions**, celles des réseaux d'acteurs professionnels et institutionnels et celle des touristes.

Il importe de bien connaître ce territoire par la **collecte d'informations quantitatives et qualitatives**. Celles-ci seront à la base de la construction d'un réseau de tourisme durable. En effet, on ne peut pas transposer une même démarche sur un autre territoire car celui-ci a **ses propres spécificités** et **ses propres problématiques**.

Les professionnels

Un réseau de tourisme durable peut être constitué **d'offices du tourisme, d'hébergeurs, de restau-**

rateurs, de producteurs de produits du terroir, d'artisans d'art, de boutiques de produits du terroir, de structures à vocation sportive, culturelle, bien-être et environnementale. La diversité professionnelle est une richesse qui peut induire une dynamique interactive importante.

La mobilisation des professionnels

L'initiative peut venir **d'une collectivité, d'un office du tourisme, d'une association d'éducation à l'environnement ou d'acteurs touristiques**.
La mobilisation d'acteurs, quels qu'ils soient, nécessite un **travail de communication important** en plusieurs étapes :

- **présentation des enjeux** du tourisme durable sur le territoire,
- **connaissance fine des problématiques** rencontrées par les acteurs touristiques (qui peuvent être éloignées des préoccupations liées au développement durable).

Il est nécessaire de **partir des besoins et problématiques du territoire et des acteurs** pour commencer à travailler de façon collective. Une enquête, une réunion, une formation, un témoignage de ce qui se passe dans un territoire voisin sont des accroches qui peuvent permettre d'amorcer le début d'un réseau. Il n'est pas nécessaire de commencer avec un nombre important de structures, le plus important étant que la motivation à travailler ensemble soit présente.

La première rencontre entre ces acteurs doit permettre à ceux-ci d'**exprimer ce qu'ils vivent**, **ce qu'ils ressentent** mais aussi **ce qu'ils défendent** à travers leurs valeurs. Ce moment d'expression doit être associé à la compréhension des enjeux du tourisme durable mais aussi à la façon d'appréhender une démarche de tourisme durable. Ce moment partagé doit aboutir, par la suite, à **l'écriture d'une charte** pour que l'adhésion repose sur des valeurs et à la définition d'axes stratégiques couplée à un plan d'actions.

COMMENT FAIRE VIVRE UN RÉSEAU DE TOURISME DURABLE ?

Pour qu'un groupe fonctionne, il faut que chacun travaille, qu'il apprenne de lui et des autres, qu'il y trouve un intérêt personnel et surtout du plaisir, le tout dans une ambiance détendue et conviviale. Le groupe se réunit autour de valeurs partagées donc il est important de faire **un travail en amont sur la motivation du groupe à participer.**

Les points suivants sont des clés permettant à un groupe de bien fonctionner en mode participatif, ce qui va engendrer de la motivation et donc de la disponibilité :

Le cadre des rencontres

L'organisation de l'espace n'est pas à négliger. La façon dont il est occupé permettra des échanges plus ou moins riches et plus ou moins équitables. En effet, pour libérer la parole, il est important de **ne pas instaurer de position de pouvoir**. La disposition des **chaises en rond**, **sans tables** devant les participants, avec un(e) animateur-trice au même niveau, est un moyen parmi d'autres d'atteindre cet objectif. De même, **différents espaces** pourront permettre d'alterner les séquences, que ce soit en assemblée ou en petits groupes de travail, de façon ludique et non conventionnelle. De plus, la mise des **corps en mouvement** permet une meilleure concentration et un meilleur apprentissage.

La posture de l'animateur-trice

Animer un réseau nécessite d'y investir du temps et d'**aimer être en relation avec d'autres personnes**, d'en apprécier les échanges, d'être dans l'écoute active et dans la recherche de solutions communes. Il est également important de **ne pas être trop ambitieux** et de ne prendre que ce que chacun peut accorder. En effet, les professionnels du tourisme sont déjà très mobilisés par leur activité et il n'est pas toujours aisé, pour eux, de se dégager du temps pour s'investir dans un réseau.

Les attitudes et compétences qu'un(e) animateur-trice peut développer sont les suivantes :

- bienveillance,
- alliance,
- humour,
- instinct,
- constance,
- enthousiasme,
- neutralité,
- humilité,
- créativité,
- adaptabilité.

Les points suivants sont des clés permettant à l'animateur-trice d'instaurer un climat favorisant la production dans un groupe :

- rendre les **temps de rencontres accessibles** à toutes et à tous (horaires, jours de réunion, périodes de rencontres...),
- définir un **enjeu clair des rencontres** (définition des objectifs communs, suivi de leur évolution au cours du projet)
- **animer les séances de travail** (définir les ordres du jour, confier des missions, rédiger des comptes rendus ...),
- avoir une **posture de coopération** qui permette à chacun d'interagir avec les autres et avec son environnement,
- permettre au groupe de se sentir **en sécurité et en confiance** (respect, bienveillance, non-jugement, horaires, règles de fonctionnement...),
- veiller à l'**inclusion des personnes**,
- permettre à chacun d'**évoluer selon son propre rythme**,
- répartir équitablement le **temps de parole**,

- veiller à ce que le groupe reste **ouvert à l'accueil, à la nouveauté**,
- **partager la responsabilité**, l'animateur-trice n'étant pas le ou la seul(e) responsable de ce qui se passe, le groupe étant là pour expérimenter,
- **aider à penser** et ne pas penser pour le groupe,

Quelques outils d'animation de réunion

Des outils sont proposés pour les étapes suivantes (qui peuvent être nécessaires ou pas, selon le type de réunions) :

- temps d'interconnaissances,
- temps d'appropriation d'informations,
- temps de questionnement, de représentations,
- temps de productions,
- temps de conclusion et de perspectives.

Quelques exemples d'outils d'interconnaissances :

- se positionner debout, sur une **carte imaginaire** pour dire d'où l'on vient,
- **se regrouper par types d'activités** (hébergeurs-euses, restaurateurs-trices, producteurs-trices, artisan-es d'art...) sans préciser les activités, chacun-e devant aller questionner l'autre,
- se mettre par deux et **se trouver des points communs** en deux minutes, présenter ensuite ses points communs au groupe,
- se positionner sur une ligne **par ordre de prénom ou de nom de structure**, chacun-e devant aller questionner l'autre,
- **donner son prénom à son-sa voisin-e**, le-laquel-le donne son prénom et répète tous les prénoms précédemment donnés,
- se mettre par deux et présenter son activité et ce qui motive la personne à être ici : **chacun présentera ensuite l'autre personne**,
- **l'écriture d'une anecdote sur une feuille**, celles-ci sont ensuite distribuées à toutes et tous et chacun-e doit retrouver la personne qui a écrit cette anecdote.

Quelques exemples d'outils d'appropriation de l'information :

- le diaporama,
- la lecture de panneaux ou de nappes en papier répartis dans la salle,
- la présentation par différentes personnes,
- la lecture d'une partie chacun-e d'un document, et la restitution d'un résumé de chaque partie à toutes et tous.

Quelques exemples d'outils de questionnement, de représentations :

- écrire ses questions **sur les nappes** sur lesquelles les informations étaient données,
- écrire ses représentations **sur des post-it** qui sont ensuite classés par thème sur un tableau.

Quelques exemples d'outils aidant à la production :

- **écrire ses rêves d'une solution** trouvée à une problématique,
- **MOFF** : identification des menaces, opportunités, forces et faiblesses,
- trame d'un tableau déjà écrit dans lequel figurent les questions : **qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi,**
- **world café** : temps limité de petits groupes autour de nappes en papier, chaque groupe y écrit

ses propositions et passe ensuite à une table suivante.

Quelques exemples de temps de conclusion et de perspectives :

- chaque groupe de travail présente aux autres ce qu'il a produit,
- l'animateur-trice écrit les grandes lignes des productions sur un paper-board,
- chacun-e écrit sur un post-it ce qu'il-elle a appris, apprécié ou ce qui le-la questionne encore, ceux-ci étant ensuite affichés sur un tableau,
- l'arbre d'Ostende : à partir d'un dessin représentant un arbre avec des personnages dans différentes positions, chacun-e choisit un personnage qui le-la représente le mieux et explique pourquoi. Cela permet à chacun-e d'exprimer son état d'esprit du moment.

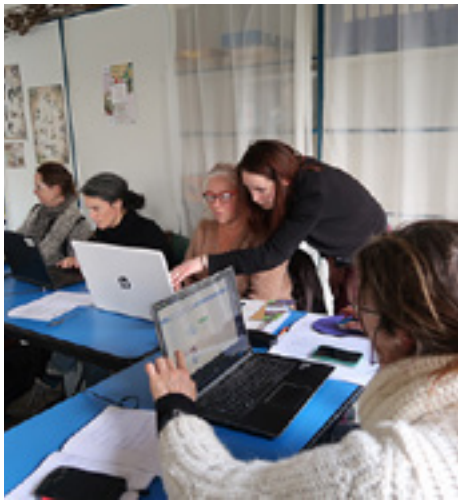
La liste des outils existants n'est pas exhaustive et il ne faut **pas hésiter à innover et à en inventer d'autres,** l'essentiel étant d'arriver à répondre aux objectifs fixés par la réunion, le tout dans un cadre qui permette à toutes et tous de pouvoir s'exprimer d'une façon ou d'une autre.

Le contenu des échanges

Pour qu'un groupe puisse produire, les éléments suivants sont essentiels :

- **travailler collectivement** à l'établissement de ce qui fait sens pour le groupe (valeurs, charte...),
- **transformer des problématiques** en préoccupations collectives,
- **avoir des projets communs** (comme par exemple l'organisation d'un évènementiel),
- **démarrer par des actions concrètes et accessibles**,
- valoriser toutes les réussites, même les plus petites.

Quelques exemples de projets et d'actions de formations mis en œuvre par le CPIE et le PNR :



Formations (un référentiel des formations est à retrouver sur les sites du CPIE et du PNR) :

- communication durable,
- valorisation de son patrimoine et de son matrimoine,
- les produits d'entretien au naturel,
- l'ornithologie,
- la gestion de ses espaces verts pour plus de biodiversité,
- la biodiversité de la nuit.

Communication :

- recueil de témoignages de structures engagées dans du tourisme durable,
- communication sur sa démarche de développement durable,

Evènementiels :

- marché du terroir,
- fête de l'arbre avec une approche sensible,
- portes ouvertes,
- sentiers pédagogiques d'interprétation (sentier du Lembron en Suisse normande, sur la thématique du bocage),
- expositions sur le territoire, en lien avec ses acteurs-trices (exposition sur la Suisse normande disponible en prêt gratuit, en format extérieur ou intérieur).

La communication

Entre les rencontres, il est important de favoriser et de **maintenir le lien à travers des échanges** (suivi des projets, informations, retours sur des documents...)., que ce soit entre l'animateur-trice et les membres ou entre les membres eux-mêmes.

CONCLUSION

Fruit de plusieurs années d'animation de réseau, ce livret donne quelques clés pour le lancement d'une démarche de tourisme durable. Les référent-es des structures peuvent être contacté-es pour échanger sur les pratiques d'animation de réseau.

Comme le dit un proverbe africain, « **Tout seul, on va plus vite, ensemble on va plus loin** » !

COLLINES NORMANDES

RESEAU SUISSE NORMANDE TERRITOIRE PRESERVE

Parc naturel régional des Boucles de la Seine Normande

VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL

PARC NATUREL RÉGIONAL DES BOUCLES DE LA SEINE NORMANDE

RéseauRural Normand 2014 - 2020

Orne LE DÉPARTEMENT

RÉGION NORMANDIE

UNION EUROPÉENNE

Fonds européen agricole pour le développement rural