



ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER

Le tourisme Durable dans les Ardennes

POTENTIELS ET PISTES DE REFLEXION POUR DEVELOPPER LE TOURISME DURABLE DANS LES ARDENNES FRANÇAISES

Etude de mai à septembre 2021

Héra Houdry-Fabre

Service Ingénierie

Agence de Développement Touristique des Ardennes



SOMMAIRE

Présentation de l'étude.....	p.1
I - Objectif de l'étude.....	p.1
II - Méthodologie de l'étude	p.1

PARTIE 1 : POURQUOI DEVELOPPER LE TOURISME DURABLE EN ARDENNES

I- Définitions.....	p.2
A. Développement Durable.....	p.2
B. Tourisme durable	p.3
C. Ecotourisme	p.5
D. Slowtourisme	p.5
II- Contexte favorable au développement du tourisme durable.....	p.7
A. Prise de conscience globale et locale des enjeux durables.....	p.7
• Le tourisme, secteur d'activité le plus polluant en France ... pourquoi réagir ?	p.9
• Du côté des consommateurs, une réelle demande de tourisme durable ?	p.13
○ Voyager plus durablement ; c'est-à-dire ?	p.13
○ Attentes et attitudes des clients par rapport à un hébergement durable	p.14
• Crise du COVID-19 : un nouveau départ ?	p.16
○ Opportunité de se réinventer	p.16
○ Sensibilité durable renforcée chez les consommateurs	p.17
• Mais toujours une grande marge de progrès	p.19
B. Un secteur déjà en transition en France et en Europe	p.20
• Transition durable des destinations françaises et européennes	p.20
• Transition durable des professionnels directs du tourisme	p.21
• Valorisation de l'offre durable par les acteurs privés du tourisme	p.22
• Accompagnement par les acteurs publics du tourisme	p.25
• Accompagnement par des acteurs indirects engagés du tourisme	p.25
C. Chiffres clés nationaux et européens	p.27
Conclusion	p.27

PARTIE 2 : COMMENT DEVELOPPER LE TOURISME DURABLE EN ARDENNES ?

I – Tourisme durable et écotourisme dans les Ardennes aujourd’hui.....	p.28
A. Stratégie actuelle portée par l’ADT : projet INTERREG V, Ardenne Ecotourism	p.29
• 3 axes de développement	p.30
• Actions concrètes	p.30
• En accord avec la nouvelle politique durable de la région Grand-Est	p.32
B. Offres et atouts des Ardennes : tourisme durable et de nature	p.33
a. <i>Des habitants et professionnels fiers de l’Ardenne et de ses valeurs</i>	p.33
b. <i>Atouts naturels mis en valeur</i>	p.35
• Parc Naturel Régional des Ardennes (PNRA)	p.36
• Autres sites protégés	p.38
c. <i>Offres touristiques « durables » en Ardennes</i>	p.39
• Sports de pleine nature	p.39
○ Randonnée, balade de détente, balade pédagogique, bivouac	p.39
○ Trail et courses de nature	p.41
○ Cyclotourisme (VTC et VTT)	p.42
○ Randonnée équestre et autres sports de pleine nature	p.45
• Ecotourisme et sorties nature	p.45
○ Prestataires privés	p.45
○ Associations engagées	p.46
• Slowtourisme	p.48
• Tourisme « durable »	p.49
○ Hébergements et restaurateurs engagés	p.49
○ Tourisme culturel durable	p.50
C. Demande en hausse pour le tourisme durable et de nature en Ardennes	p.54
• Un bassin de clientèle cohérent.....	p.54
• Demande en matière de tourisme durable et de nature en 2021 vue par les OT	p.55
• Consultation des sites VisitArdenne et Ardennes.com.....	p.57
• Demande en matière de tourisme durable vue par les acteurs directs en 2021	p.58
• Impact du COVID19	p.59

II- Ambitions et clés d’actions pour demain	p.62
A. Exemples de destinations durables et écotouristiques en France	p.62
• Bretagne	p.62
• Provence-Alpes-Côte d’Azur (PACA)	p.64
• Auvergne-Rhône-Alpes	p.68
• Occitanie	p.70
• Autres initiatives à noter	p.71
B. Points clés pour développer le tourisme durable de demain en Ardennes	p.73
<i>a. SWOT</i>	p.73
<i>b. Pistes d’actions</i>	p.75
• Pour le territoire.....	p.76
• Pour les professionnels.....	p.103
 <u>PARTIE 3 : DOSSIER PRO : OUTILS PRATIQUES POUR LES PROFESSIONNELS ENGAGES</u>	
I – Labels et certifications.....	p.117
II – Financements.....	p.120
 <u>BIBLIOGRAPHIE.....</u>	p.125

ANNEXES :

- Fiche pratique n°1 : Transition Energétique
- Fiche pratique n°2 : Eco-gestes du quotidien
- Fiche pratique n°3 : Labels et Aides financières
- Fiche pratique n°4 : Communication et sensibilisation

PRESENTATION DE L'ETUDE

I- Objectif de l'étude

L'année 2021 a marqué la fin du projet « Ardenne Ecotourism », piloté par l'Agence de Développement Touristique (ADT) des Ardennes dans le cadre du programme de coopération transfrontalier INTERREG V (2016-2021) - France-Wallonie-Vlanderen, et mené avec ses partenaires : Accueil Champêtre en Wallonie (ACW), Ressources Naturelles Développement (RND), Parc Naturel Régional des Ardennes (PNRA) et Parc Naturel Viroin-Hermeton (PNVH). Pendant 5 ans, un des objectifs phares de ce projet a été de créer, coordonner et valoriser toutes les composantes nécessaires à la mise en place d'une offre touristique durable (et potentiellement écotouristique) sur le territoire ardennais.

Ceci dans un contexte où l'« urgence climatique » inquiète et mobilise une part de plus en plus large de nos sociétés, où le développement durable est devenu le moteur de changements sociaux-économiques profonds à toutes les échelles, où le « tourisme durable » devient le fer de lance de la majorité des destinations, en France comme à l'international. Où les formes alternatives de tourisme sont de plus en plus prisées et valorisées par les touristes et les médias. Et où la récente pandémie COVID19 a renforcé l'intérêt des acteurs touristiques et des touristes pour un tourisme plus respectueux, de nature et de proximité ;

La présente étude a pour but de montrer l'intérêt pour le département des Ardennes de continuer à développer et à valoriser son offre touristique durable et écotouristique, qui correspond de fait, à un réel atout du territoire ardennais.

L'étude aura également pour but de proposer une vision la plus précise possible de la demande en matière de tourisme durable et de nature dans les Ardennes, et de proposer des outils aux acteurs du tourisme pour y répondre.

II- Méthodologie de l'étude

Cette étude a été conduite par le service Ingénierie de l'Agence de Développement Touristique (ADT) des Ardennes pendant la période estivale de 2021.

Elle repose en partie sur l'analyse d'un large corpus bibliographique et en partie sur une enquête de terrain réalisée entre mai 2021 et août 2021 auprès des acteurs touristiques concernés par le tourisme durable. L'enquête de terrain a été réalisée sur la base de questionnaires, d'entretiens et de visites.

L'étude se compose d'une présentation du contexte général qui a poussé l'ADT à explorer ce sujet, d'une étude précise de l'offre et de la demande dans les Ardennes en matière de tourisme durable, ainsi que des défis qu'il reste à relever, et enfin de plusieurs fiches pratiques à l'intention des professionnels du tourisme qui souhaitent s'engager dans une démarche écotouristique.

PARTIE I : POURQUOI DEVELOPPER LE TOURISME DURABLE EN ARDENNES ?

I- Définitions

A- Développement Durable

Le « Développement Durable » est un concept aujourd'hui connu de tous (au moins de nom). A toutes les échelles et dans tous les domaines, il est devenu *la* ligne de conduite à suivre et l'objectif à atteindre. Parmi ses diverses définitions, nous utiliserons ici celle retenue par l'INSEE¹ (issue de la définition originelle du rapport Brundtland, 1987) :

« un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs », « soit un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable ».

Vulgarisé en 1992 lors du Sommet de la Terre de Rio, le terme de « Développement Durable » a rapidement été considéré comme synonyme de protection de l'environnement en mettant de côté ses autres dimensions (course aux énergies vertes, changement climatique, préservation de la biodiversité...). Néanmoins, le Développement Durable repose en réalité sur un équilibre entre ses 3 piliers :

- **Environnemental**
- **Social**
- **Economique**

→ S'engager dans une démarche durable ne se limite donc pas à consommer bio ou à planter des arbres dans son jardin. Elle implique certes de protéger son environnement direct (halte aux pesticides, halte aux matériaux polluants dans les bâtiments...) et l'environnement (réduire sa consommation d'énergie, préférer les mobilités douces moins polluantes, recycler), mais aussi de valoriser l'économie locale (consommer des produits locaux, favoriser les entreprises locales), et de soutenir les démarches solidaires autour de soi.

→ C'est cette interdépendance et cet équilibre entre les 3 piliers qu'il faut garder en tête afin de réellement proposer une offre durable et cohérente.

¹ INSEE > Définitions, méthodes et qualité > Définitions > Développement durable

B- Tourisme durable

Définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), 2005 :

« 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 communautés d'accueil. »

Il est important de comprendre que le tourisme durable n'est pas une forme d'activité touristique spécifique (comme le tourisme d'aventure, le tourisme de santé ou le tourisme d'affaire). Le « tourisme durable » est un cadre général de réflexion, un ensemble de concepts et de codes de conduite à adopter pour les acteurs du secteur ainsi que les touristes. Il se compose d'« **un ensemble de directives et de méthodes de gestion applicables à toutes les formes de tourisme et à tous les types de destination, y compris le tourisme de masse et les divers segments spécialisés²** ».

Selon l'OMT, ces directives s'articulent autour de 3 axes qui reprennent les 3 piliers du Développement Durable :

- 1) « Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité »
- 2) « Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles »
- 3) « Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socioéconomiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté »

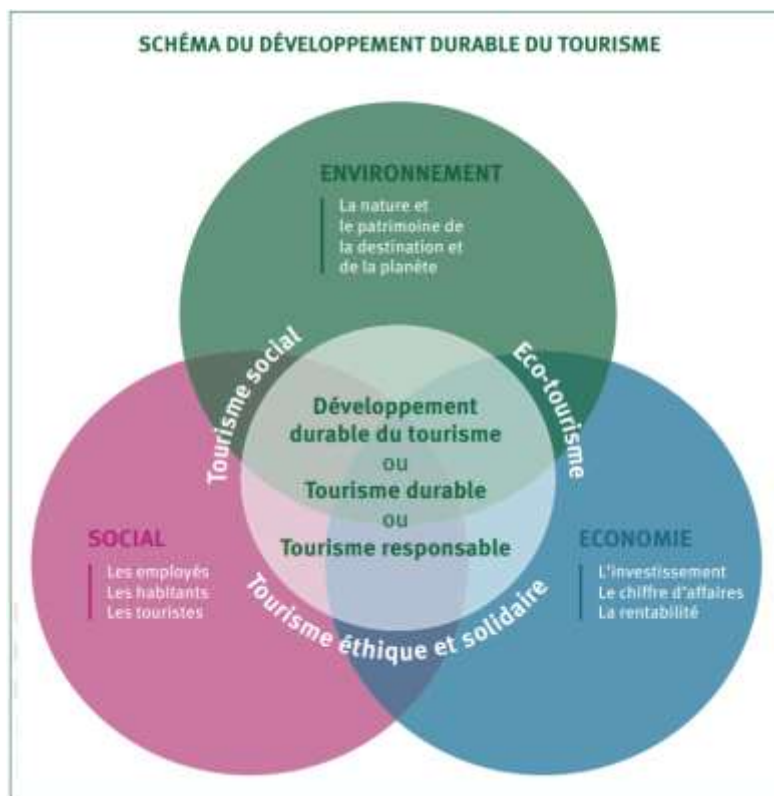
A partir de ces principes fondamentaux, les acteurs du tourisme durable doivent également « maintenir un haut niveau de satisfaction des touristes et leur permettre de vivre des expériences intéressantes, tout en les sensibilisant aux problématiques de la durabilité³ », le but principal étant toujours de développer une activité pérenne et rentable.

Il est également important de noter que l'approche durable doit être appliquée au niveau de l'offre comme de la demande pour qu'elle puisse durer sur le long terme : sur la façon dont les professionnels du tourisme développent leurs offres et sur le comportement des touristes pendant leur séjour.

² OMT, PNUE, 2005, « Vers un tourisme durable ; Guide à l'usage des décideurs », p.11-12

³ Ibid

Schéma du tourisme durable selon Atout France⁴ :



- *Tourisme régénératif*

Très récent, le concept de « tourisme régénératif » se répand dans la sphère du management de destination et aurait vocation à remplacer celui de « tourisme durable ».

Alors que le tourisme durable est perçu par certains chercheurs comme insuffisant, comme la volonté des acteurs du tourisme à maintenir le secteur et ses activités dans son modèle actuel en lui imposant simplement des réglementations plus ou moins strictes afin de limiter son impact négatif sur l'environnement et les communautés d'accueil, le « tourisme régénératif » est mis en avant comme un vrai changement de paradigme, soit une nouvelle vision de l'activité touristique dès sa mise en place au sein d'une destination⁵.

Le « tourisme régénératif » chercherait ainsi à **rendre les destinations meilleures pour les générations actuelles et futures dans une « démarche holistique » qui implique dès le départ les institutions, les acteurs publics et privés du tourisme, les communautés d'accueil et les touristes de la destination afin d'assurer le bien-être des visiteurs, mais également des résidents et du territoire d'accueil grâce à la création d'une prospérité partagée**⁶.

⁴ Atout France, 2011, « Tourisme et développement durable : De la connaissance des marchés à l'action marketing »

⁵ Glusac, E., 27/08/2020, "Move Over, Sustainable Travel. Regenerative Travel Has Arrived.", NY Times

⁶ Jon Genovea, A., 02/12/20, "Taking Regenerative Tourism to Scale – Everyone has a Role to Play", Regenerative Travel

C- Ecotourisme

Ecotourisme (OMT, 2019) :

« **L'écotourisme est un type d'activité touristique de nature dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'observer, d'apprendre à connaître, de découvrir et d'apprécier la diversité biologique et culturelle et d'en faire l'expérience, en adoptant une attitude responsable propre à protéger l'intégrité de l'écosystème et à améliorer le bien-être de la population locale.** L'écotourisme sensibilise aussi bien les populations locales que les visiteurs à la conservation de la biodiversité, du milieu naturel et des biens culturels et nécessite des modes de gestion particuliers pour limiter au minimum l'impact négatif sur l'écosystème⁷. »

On peut ainsi considérer l'écotourisme comme la forme la plus « verte » du tourisme durable, mais il ne faut pas confondre les deux. Le tourisme durable est un cadre conceptuel qui propose des directives plus ou moins larges afin de trouver un équilibre entre 3 piliers sur le temps long, **alors que l'écotourisme est un type de prestation touristique concret en lien avec la découverte de la nature** (dimension pédagogique et de loisirs) et la valorisation et protection du local par les touristes et les populations d'accueil (biodiversité, produits locaux, artisanat local, architecture locale...).

Depuis 2015, il fait partie des 5 « pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique de la France » (avec l'œnotourisme, le tourisme de savoir-faire, le tourisme nocturne et le tourisme de montagne en été) identifiés par le Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères pour le secteur du tourisme⁸.

D- Slowtourisme

L'OMT ou le *World Travel & Tourism Council* (WTTC) ne donnent pas de définition officielle du « slowtourisme » (tourisme lent) qui est un terme assez récent dans le vocabulaire touristique.

Le concept trouve sa source dans le « mouvement lent » impulsé dès 1986 par le mouvement « *slow food* » (nourriture lente), à Rome, en opposition au développement du « *fast food* ». Contre l'hégémonie de l'accélération, la « *culture slow* » s'applique aujourd'hui à presque toutes les activités humaines et s'élargit à une quête de sens, une réalisation de soi, l'harmonie avec la nature selon les biorythmes, l'empathie avec les autres...

→ « Bref, le *slow* serait une des clés du passage vers le monde d'après, post-moderne, post-industriel. Il donnerait à l'individu et aux sociétés le sens d'un contrat social, moral, écologique mais aussi économique, fondé sur le concept de durabilité⁹. »

⁷ OMT, 2019, "UNWTO Tourism Definitions"

⁸ France Diplomatie > Politique étrangère de la France > Tourisme > « Pôle écotourisme »

⁹ KIPK Conseil, DGE, 2017, « Entreprises innovantes du slow tourisme »

En France, le Ministère de l'économie, des finances et de la relance définit le slowtourisme comme « l'art de voyager tout en prenant son temps, de s'imprégner pleinement de la nature qui nous entoure et de la richesse du patrimoine. C'est privilégier les rencontres, savourer les plaisirs de la table, avec le souci du respect du territoire et de ses habitants¹⁰ ».

De fait, le slowtourisme est une des formes « alternatives » du tourisme qui ont émergé en opposition au « tourisme de masse » : terme qui fait référence aux pratiques qui se sont développées à la fin du XX^e siècle, dans les années 1980-90, suite à l'intensification du tourisme international et l'élargissement de l'origine sociale des touristes.

Le concept correspond à un changement dans les attentes et le comportement des touristes issus des marchés touristiques dits « murs », comme l'Europe et l'Amérique du Nord, qui souhaitent se détacher des pratiques touristiques « massifiées » perçues très négativement en Occident, afin de pratiquer un tourisme plus sélectif et dit « authentique ».

Le « slow tourisme » n'est pas une activité touristique spécifique comme l'écotourisme mais un état d'esprit¹¹ dans lequel s'inscrit le touriste qui se veut en contraste à la consommation rapide du lieu visité : il implique de prendre le « juste temps » afin de se connecter et d'apprendre du territoire visité, d'ouvrir ses sens au-delà de la simple photo souvenir afin de se redécouvrir, de se relaxer, et de valoriser la qualité sur la quantité (je reste une semaine au même endroit au lieu de sauter de ville en ville tous les deux jours).

En cela il fait résonnance avec l'écotourisme qui peut être considéré comme une forme privilégiée de « slowtourisme », la valorisation du local et la préservation de l'environnement étant des caractéristiques clés supplémentaires¹².

¹⁰ DGE > secteurs d'activités > tourisme > filières > le slow tourisme > « Les définitions ».

¹¹ Glin, Marianne, (2020), « Le développement du tourisme durable dans les Ardennes », Mémoire de LEA Parcours Management de projets touristiques, Université de Lille

¹² Polyxeni Moira, et.al, 2017, "The Application of Slow Movement to Tourism: Is Slow Tourism a New Paradigm?", *Journal of Tourism and Leisure Studies*

II- Contexte favorable au développement du tourisme durable

A- Prise de conscience globale et locale des enjeux durables

On assiste depuis les années 1990 a une prise de conscience progressive et globale des enjeux du Développement Durable, et particulièrement l'enjeu environnemental. Depuis une dizaine d'années, face aux conséquences visibles du changement climatique, cette prise de conscience s'est transformée en cri d'alarme qui s'accompagne d'une multitude d'actions et de formes de mobilisation : Conférences des Parties (COP), protocole de Kyoto, chartes de la nature et du développement durable mis en place dans plusieurs pays et au sein d'entreprises, lois en faveur de l'environnement, marches pour le climat, vidéos engagées, programmes de sensibilisation pour les enfants, etc...

Le secteur du tourisme n'a pas échappé à cette tendance, et est même particulièrement touché par ces problématiques depuis le début des années 2000.

Longtemps pointé du doigt comme néfaste pour les populations et environnements d'accueil des pays les plus défavorisés, le secteur du tourisme est plus récemment dénoncé comme **un des secteurs « les plus polluants de la planète »**. On peut citer le récent mouvement de « *flight shaming* » venu de Suède en 2018, et son slogan « *flygskam* » (honte de prendre l'avion) traduit dans plusieurs langues. Le mouvement dénonce l'utilisation de l'avion pour des séjours lointains à l'étranger qui sont de plus en plus courts, alors que l'avion représenterait environ 3% des émissions de GES mondiales, et que le nombre d'arrivées pour les touristes internationaux augmente d'année en année¹³.

Par ailleurs, avant que la pandémie ne mette à l'arrêt le secteur, de nombreuses destinations prisées en Europe et en Asie **souffraient d'un effet de « surtourisme » menant parfois à des mouvements de « touristophobie » et « tourismophobie »**¹⁴.

Touristophobie : aversion envers les touristes qui se manifeste par des gestes de rejets, voire d'agression, commis à leur endroit.

Tourismophobie : rejet de l'industrie touristique et de ses partenaires institutionnels et commerciaux par les habitants d'un territoire qui se sentent, légitimement ou non, dépossédés de leurs droits, avantages et paisibilité.

On prendra ici les exemples de Barcelone où des attentats et des manifestations anti-touristes ont eu lieu en 2017¹⁵, de Venise où la mise en place de quotas et de taxes de passage

¹³ Anonyme, (15/06/2019), « Le « Flight Shaming » Menace-t-il les Compagnies Aériennes ? », Forbes

¹⁴ Paris&Co, (2018), « Welcome City Lab : Cahier-tendances #3 »»

¹⁵ Anonyme, (08/08/2017), « Catalogne : des attaques "anti-touristes" dans les rues de Barcelone » L'indépendant

a été nécessaire face à l'arrivée massive de croisiéristes qui font fuir les habitants et menacent la pérennité de la ville¹⁶, ou encore de l'île de Koh Tachai en Thaïlande qui est toujours fermée au public depuis 2016 afin de restaurer son milieu dégradé par une surfréquentation¹⁷...

Du côté des touristes, **de plus en plus sont eux-mêmes à la recherche de séjours plus authentiques et responsables**. Ce constat s'observe à travers la hausse de fréquentation des destinations de nature ou écotouristiques comme l'Equateur ou le Costa Rica, et à plus petite échelle dans les choix d'hébergements et d'activités opérés par les touristes au sein de leur destination, des labels références en la matière s'étant parallèlement multipliés.

Face à ces évolutions, **de nombreux professionnels, acteurs indirects, associations et organismes internationaux liés au tourisme ont déjà décidé de réagir et de proposer des solutions alternatives** afin d'adapter leurs pratiques à un tourisme plus respectueux.

A l'heure où la pandémie pousse les touristes à privilégier la proximité et les activités extérieures pour leurs vacances, et qu'un espoir de renouveau pour le secteur émerge, **le maintien et le développement du tourisme durable dans les Ardennes est plus que favorable et pertinent.**

POINTS CLES : PRISE DE CONSCIENCE

- Diffusion accélérée des principes du Développement Durable dans nos sociétés contemporaines et prise de conscience accrue d'une « urgence environnementale ».
- De plus en plus, le tourisme est pointé du doigt pour ses effets négatifs (pollution, surtourisme, trop peu d'avantages pour les habitants) : « flyghskam », tourismophobie...
- Prise de conscience progressive et générale de la part des acteurs touristiques (publics et privés) de la nécessité de faire évoluer le secteur vers du durable.

¹⁶ De Jaeger, JM., (31/07/2021), « Quotas, taxes, interdictions... Les mesures de 12 destinations contre le surtourisme » Le Figaro

¹⁷ Anonyme, L'île de Koh Tachai fermé au public jusqu'à nouvel ordre, Thailandee.com, 17/05/2016

- **Le tourisme, secteur d'activité le plus polluant de France ... pourquoi réagir ?**

En ce début d'année 2021, l'Agence de la Transition Ecologique (ADEME) a sorti un rapport intitulé « Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France » qui a permis de calculer la part des émissions de gaz à effet de serre (GES) du secteur touristique français par rapport au total des émissions GES nationales : **en 2018, le secteur a ainsi produit 118 millions de tonnes de CO2 soit 11,1% des émissions GES nationales.**

Parmi ces émissions, 77% sont générées par le transport et 20% par l'hébergement, la restauration et l'achat de biens (dont des émissions émises en amont du séjour (production d'infrastructures, production et transport des produits de consommation, intermédiaires, déplacement des employés, etc...) et pendant le séjour. **Mais attention, car chaque profil de visiteur correspond à une proportion d'émission différente.**

Les chiffres obtenus par l'ADEME concernent le tourisme interne, c'est à dire le tourisme intérieur/domestique (les Français qui visitent la France) et le tourisme international réceptif, ainsi que les excursionnistes (séjour d'une journée sans nuitée) en France. Parmi ces catégories, le tourisme international réceptif est le plus émissif puisqu'il implique plus systématiquement l'utilisation de l'avion pour le trajet origine-destination.

→ **Le tourisme réceptif émet 7 fois plus de GES que le tourisme domestique et représente ainsi 80% des émissions touristiques nationales.**

→ **L'avion compte pour 41% du total des émissions GES nationales.** Pour un trajet longue distance en France l'avion est :

- 3 fois plus émissif par passager/km que la voiture
- 7 fois plus émissif par passager/km que l'autocar
- 45 fois plus émissif par passager/km que le train

L'excursionniste est également proportionnellement plus émissif qu'un touriste puisque son temps de trajet par rapport à la durée de son séjour est plus important.

→ **La question de la mobilité et des transports est centrale dans le développement d'un tourisme plus durable, mais reste la plus complexe.** L'enjeu majeur pour les destinations aujourd'hui est en effet d'inciter les touristes à choisir des alternatives moins polluantes, et des formes de mobilités plus douce, tout en leur donnant les moyens de conserver une grande liberté de mouvement et d'accéder à la majorité des attractions présentes sur le territoire. **Cela suppose un travail sur l'intermodalité et en particulier la problématique du « dernier kilomètre », en partenariat avec des acteurs d'aménagement du territoire.**

Au-delà des émissions de GES, **le tourisme génère également de lourdes pressions sur l'environnement** : notamment une augmentation et une concentration de la consommation d'eau, d'électricité et d'énergie au sein du lieu de destination, la production de déchets ménagers supplémentaires et la dégradation de la biodiversité dans certains cas.

→ **Constat** : le tourisme pollue, bien que certaines formes de tourisme soient plus respectueuses et moins émettrices. **Mais pourquoi pousser les acteurs du tourisme à réagir et à limiter ses impacts négatifs ?**

- *Pourquoi réagir ?*

Pour 3 raisons principales qui s'ajoutent à la nécessité de préserver notre environnement pour ralentir le changement climatique et améliorer notre santé :

1. L'environnement et le cadre naturel d'une destination sont essentiels à son attractivité (même s'il existe des contre-exemples comme Dubaï et Las Vegas). Au-delà de l'écotourisme et du tourisme de nature, « observer le paysage » et « prendre des photos » arrivent en effet généralement en tête des classements des motivations touristiques. Une destination au territoire préservé, à l'environnement sain et aux paysages harmonieux, sera en effet toujours plus attractive pour les visiteurs et suscitera chez eux des émotions positives qui les pousseront à revenir ou recommander l'expérience. Par ailleurs, si des critères d'éco-responsabilité sont intégrés à la planification territoriale, il est logique d'en intégrer également aux schémas de développement touristique¹⁸.

-> Enfin, les risques de catastrophes naturelles, de réduction des plages et de dérèglement des saisons ont un très fort impact sur le secteur du tourisme **comme nous avons pu l'observer cet été 2021 avec les inondations dans le sud de la Wallonie.**

2. Limiter son impact sur l'environnement et proposer une offre durable vont très vite devenir une obligation pour le secteur du tourisme. Le pilier Environnemental s'impose en effet aujourd'hui comme « priorité mondiale » qui se traduit par une course au « vert » de la part des Etats. Cette course se matérialise notamment en Europe et en France par la création de lois et de réglementations qui peuvent impacter le secteur du tourisme, chaque échelon territorial ayant les capacités de mettre en place des directives, en voici quelques exemples :

-> Rennes, 2020 : les terrasses chauffées sont interdites en ville¹⁹. L'initiative sera généralisée à la France fin 2021 par décision gouvernementale prise à l'issue du conseil de défense écologique.

¹⁸ 6 familles d'arguments pour s'engager dans un tourisme durable, MONA, 04/07/2019

¹⁹ Terrasses chauffées interdites en France fin 2021 : l'initiative de Rennes fait des petits ! France info Bretagne, 28/07/2020

-> France, 23/07/2019 : **Décret tertiaire sur l'Eco Energie Tertiaire** avec l'obligation pour les établissements du secteur tertiaire de plus de 1000 m² de réduire leurs consommations d'énergie de 40% en 2030, 50% en 2040 et 60% d'ici 2050²⁰.

-> France, 2021 : adoption du projet de **loi n°2005 sur « la lutte contre le dérèglement climatique »** qui interdit le fonctionnement de lignes aériennes intérieures en cas d'alternative de moins de 2h30 en train²¹. A l'échelle nationale, l'affichage environnemental dans le secteur de l'hôtellerie, pour l'instant sur la base du volontariat, pourrait également très prochainement être rendu obligatoire.

-> Europe : à partir de 2024, sur décision du parquet européen sur l'économie circulaire, les établissements générant des **biodéchets** seront dans l'obligation de les séparer des ordures ménagères résiduelles et de les trier à travers une filière de valorisation organique, de méthanisation ou de compostage²².

3. La demande pour un tourisme plus responsable augmente, et les destinations y répondent de plus en plus. **L'impact négatif sur l'image des destinations/activités qui ne respectent pas de ligne de bonne conduite environnementale étant aujourd'hui bien réel**²³. La société, en France comme à l'étranger, est en effet de plus en plus attentive à ces questions :

-> 2018 : la pétition « l'Affaire du siècle » contre l'Etat français en faveur du climat a récolté 2,3 millions de signatures (chiffre record)

-> 2019 : selon un sondage de la Banque Européenne d'Investissement (BEI), le « changement climatique » dépasse « le chômage » et « l'accès aux services de santé » comme première préoccupation des Européens (47%).

-> 2021 : en France, 180 manifestations pour le climat ont été organisées la veille de l'examen à l'Assemblée nationale de la loi « Climat et résilience » car jugée insuffisante.

Du point de vue de la compétitivité, de nombreuses destinations à l'international comme en France (au niveau régional) se sont déjà engagées dans une démarche plus durable, avec des offres et une communication spécifique. **Afin d'attirer plus de visiteurs et ne pas perdre de parts de marché, développer le tourisme durable paraît encore une fois incontournable pour une destination ou un professionnel du tourisme aujourd'hui.**

²⁰ Ministère de la Transition Ecologique, (2019), « Eco Energie Tertiaire »

²¹ Assemblée Nationale, (05/06/2019), « N° 2005 PROPOSITION DE LOI visant à remplacer les vols intérieurs par le train (quand c'est possible...) »

²² Brechet E., Tri des biodéchets : bientôt tous concernés, HSE Règlementaire, 05/05/2021

²³ ATD, (2020), « Tourisme et Changement Climatique : un enjeu local et mondial »

→ Autres arguments :

-> Arguments économiques :

Pour un professionnel, adopter une démarche durable garantit de réaliser des économies sur le long terme (notamment en matière de consommation énergétique).

Pour un territoire, être doté d'une bonne performance en Développement Durable permet de gagner en compétitivité et en attractivité pour les investisseurs selon l'organisation *Good Place* (consulting Tourisme Durable pour la Slovénie), le *World Economic Forum* et le panel d'expert de *The place Brand Observer*²⁴.

-> Garantie de qualité des produits locaux :

Produits alimentaires, matériaux de construction, mobilier, décoration... les produits provenant de producteurs et artisans locaux sont généralement de meilleure qualité et les clients en sont demandeurs. Acheter local permet aussi d'échanger directement avec les producteurs ou les commerçants et permet d'évaluer soi-même le respect du producteur ou de l'entreprise pour l'environnement, ses animaux, ses salariés...

POINTS CLES : TOURISME DURABLE, POURQUOI AGIR ?

→ Le tourisme représente 11,1 % des émissions de GES nationales :

- 77% liés aux transports | 41% liés à l'avion

→ Le tourisme de proximité et les séjours longs sont moins émissifs proportionnellement

→ La question des transports est centrale à la transition durable du tourisme

→ Pourquoi passer au durable pour les professionnels du tourisme ?

- Cela va devenir une obligation à terme
- Garantir l'attractivité et l'image positive de la destination/de son activité
- Répondre à une demande et renforcer sa compétitivité
- Faire des économies, garantir de la qualité et développer son territoire

²⁴ Comment implanter une stratégie de tourisme durable au sein de la destination ? Réseau Veille Tourisme, 28/07/2020

- **Du côté des consommateurs, une réelle demande de tourisme plus durable ?**

→ **Précision** : les sensibilités concernant le développement durable diffèrent fortement selon la région ou le pays considéré. Cette différence se retrouve particulièrement dans le secteur du tourisme où les pratiques et les attentes des touristes sont déjà très différentes (voire opposées) selon les origines (géographiques et sociales). Ce sont essentiellement les touristes issus des marchés dits « mûrs » (Europe particulièrement, Amérique du Nord et Japon) qui sont les plus demandeurs de durabilité durant leurs vacances²⁵.

Pour l'OMT, durabilité et compétitivité sont à présent indissociables pour les destinations : en 2019, elle identifie « une sensibilité croissante au durable » parmi les 6 tendances les plus fortes chez les consommateurs de voyages²⁶.

La plateforme en ligne *Booking.com* confirme cette tendance dans son rapport annuel « Voyage Durable » (édition 2018) : **87% des voyageurs sondés (à l'échelle globale) disent vouloir voyager plus durablement** et 40% aimeraient disposer d'un filtre « écoresponsable » sur les sites de réservation.

-> Du point de vue des motivations pour voyager plus durablement²⁷ :

- 1^{ère} : réalisation de voyages au cours desquels ils ont pu visiter des sites naturels impressionnants, ce qui leur a donné envie de protéger la nature (60%)
- 2^{ème} : avoir vu l'impact négatif du tourisme dans certaines destinations visitées (54%)
- 3^{ème} : avoir vu les effets positifs d'un tourisme plus durable sur les populations locales (42%)

- *Vouloir voyager plus durablement ; c'est-à-dire ?*

Parmi les différents sondages consultés et utilisés pour cette étude, on remarque une fois encore une nette orientation des questions et des réponses vers l'aspect environnemental du tourisme durable (la dimension locale est également intégrée dans certaines enquêtes).

Cette approche environnementale n'est pas exhaustive et représentative du tourisme durable, néanmoins, elle permet effectivement de plus facilement quantifier la durabilité d'un séjour à l'aide d'indicateurs concrets (L d'eau/jour/personne, quantité de CO2, énergie consommée...), et **est plus parlante pour les clients**.

²⁵ Ces marchés correspondent aux régions où la question du Développement Durable est la plus présente dans l'opinion publique et où les différentes formes de tourisme « alternatif » se sont d'abord développées.

²⁶ OMT, (2019), "International Tourism Highlights: 2019 Edition"

²⁷ Stats: 87% of Travelers Want to Travel Sustainably, Travel Agent Central, 17/04/2018

→ **Pour développer son activité durable, le « vert » est une vitrine essentielle à mettre en avant.** Si l'engagement ne doit pas se limiter à la protection de l'environnement, il permet d'attirer les touristes et de légitimer sa démarche.

Cette tendance amène à regarder de près les hébergements touristiques qui sont les plus concernés par ces considérations : pour 50% des répondants à l'enquête *Booking.com* (édition 2018), le terme « durable » est associé à un séjour dans un « logement écologique ». Pour les sondés, ce logement est attractif car il permet une réduction de l'impact environnemental (40%) et permet de vivre une expérience locale pertinente (34%).

Même principe pour les « types d'actions » identifiés comme privilégiés par les touristes durant leur voyage (enquête *Booking.com* édition 2021²⁸), majoritairement liés à un séjour en hébergement : **83% des répondants souhaitent réduire leur consommation d'énergie au cours de leur voyage**, 79% souhaitent utiliser des modes de transports moins polluants alternatifs à la voiture, 76% considèrent réduire leur consommation d'eau et 69% s'engagent à réduire leur empreinte carbone, ou à la compenser, lorsque la possibilité existe. Le tri des déchets est également très présent.

→ **Les hébergements sont considérés comme le premier pas** (et très souvent le pas essentiel voire unique) **du touriste dans sa démarche de voyage durable**, la demande étant la plus forte de ce point de vue.

○ *Attentes et attitudes des clients par rapport à un hébergement durable*

Enquête réalisée par le groupe hôtelier Accor en 2016 auprès de sa clientèle internationale²⁹ : pour cette étude, le groupe a pris le parti d'identifier les gestes et les comportements quotidiens des touristes chez eux afin de les comparer aux attentes des touristes en matière de durabilité durant leur séjour à l'hôtel, ainsi qu'aux gestes qu'ils accepteraient d'y réaliser.

Selon cette étude, les clients en séjour à l'hôtel sont largement enclins à mieux gérer leurs déchets, à diminuer leur consommation d'énergie et à consommer local et sain alors que 80% des répondants trient déjà leurs déchets chez eux, évitent le gaspillage alimentaire et achètent des appareils à faible consommation énergétique.

²⁸ Booking.com 2021 Sustainable Travel Report reveals how the 'pandemic effect' could finally tip sustainable travel intent into impactful action, Global Sustainable Tourism Council (GSTC), 04/06/2021

²⁹ Accor Hotels, (2016), « Client responsable cherche hôtel durable : étude sur les attentes et comportements des clients de l'hôtellerie en matière de développement durable »

→ La protection de l'environnement lors d'un voyage est considérée comme particulièrement importante pour 85% d'entre eux.

-> **Ils sont majoritairement demandeurs de solutions qui facilitent leurs gestes responsables au sein de l'hébergement :**

- 64% acceptent de recevoir leur facture par e-mail
- 61% acceptent de trier leurs déchets
- 30% acceptent d'avoir un service de ménage limité
- 30% acceptent de manger de plus petites portions pour éviter le gaspillage.

-> **Installer des équipements à énergie renouvelable (panneaux solaires, éoliennes) et trier les déchets sont les actions qui, selon les clients, prouveraient le mieux qu'un hôtel est impliqué dans la responsabilité sociale et le développement durable.**

→ Concernant les piliers économiques et sociaux :

- 85% jugent la promotion de l'économie locale comme particulièrement importante
- 88% considèrent qu'une de leurs principales priorités lorsqu'ils voyagent est de vivre une expérience locale

→ Fondamental pour une destination : **manger de la nourriture locale procure une plus grande expérience locale au voyage pour 95% des clients** qui sont fortement intéressés par :

- **les produits locaux (73%)**
- **les produits issus de l'agriculture biologiques (56%)**
- **les produits de saison (59%)**

POINTS CLES : DEMANDE DURABLE

→ Dès 2019, l'OMT a identifié une « sensibilité croissante des visiteurs au durable » dans le TOP 6 des tendances mondiales.

→ **L'approche environnementale est plus parlante pour les clients qui associent majoritairement un « séjour durable » à un séjour dans un « hébergement durable ».**

→ En hébergement : les clients sont majoritairement prêts à fournir des efforts pour respecter des éco-gestes et sont demandeurs de solutions afin de faciliter leurs gestes responsables.

→ **Le local est la seconde considération la plus importante pour les visiteurs : expérience, nourriture, économie circulaire...**

- **Crise du COVID-19 : un nouveau départ ?**

→ Fin 2019, l'OMT prédit des chiffres records pour l'année suivante, la préoccupation majeure pour 2020 étant de limiter l'effet de surtourisme au sein des destinations les plus attractives.

→ Été 2021 : le secteur tourne au ralenti après un arrêt pratiquement total des activités pendant plus d'un an. La pandémie COVID19 a globalement eu un effet dévastateur sur le secteur du tourisme, particulièrement d'un point de vue économique et social, avec une chute exponentielle de tous ses chiffres clés³⁰ :

- 2020 : - 74% d'arrivées internationales par avion
- 2020 : perte de 60 milliards d'euros de recettes
- 2020 : 1/3 de la fréquentation dans l'hôtellerie par rapport à 2019

- *Opportunité de se réinventer*

→ Néanmoins, pour de nombreux experts et acteurs du tourisme, la crise est aussi **une opportunité pour le secteur. L'opportunité de se réinventer et de prendre un nouveau départ plus responsable et soutenable lors de sa remise en route³¹.**

Pour les Acteurs du Tourisme Durable (ATD) : « Alors que de nombreux plans de relance sont désormais envisagés par les différentes destinations touristiques, nous pensons [...] que **l'on doit imaginer un véritable plan de transformation du tourisme français et mondial en lieu et place d'un plan de relance qui nous ferait repartir comme avant. L'enjeu n'est plus de chercher uniquement une croissance du tourisme mais bien de rechercher le développement d'un tourisme à impacts positifs**, que ce soit pour l'Homme, pour l'environnement et les territoires³² ».

→ Le réseau **ATD est passé de 141 membres actifs en 2020 à plus de 200 membres en 2021.**

Au niveau européen, l'Alliance Manifeste du Tourisme Européen voit également le plan de relance général post-crise proposé par la Commission comme « une opportunité sans précédent de soutenir le tourisme, et de garantir sa transition numérique et verte », « la crise du COVID-19 étant une opportunité unique de financer la réinitialisation [du secteur touristique] en le repensant et en le réinventant³³ ».

³⁰Tourisme : une crise sans précédent, DGE, 16/07/2021

³¹ Marcotte, P., et.al., (2020), « Tourisme et Covid-19 : Arrêts sur image et réflexions », *Téoros* hors-série

³² ATD, (2020), « Manifeste pour un Plan de Transformation du tourisme »

³³ Tourisme Manifesto, (2020), "Call for action: speed up social and economic recovery by fostering sustainable tourism development"

Dans sa 7^{ème} édition, la *Feuille de chou*³⁴ rapporte enfin deux interviews qui vont dans ce sens : la première avec M. Mourisard président d'ADN Tourisme qui se « réjouit que pour la première fois, on travaille dans notre pays dans la transversalité. En découvrant qu'on a besoin des autres et que rien de valable ne pourra se faire qu'ensemble ». La seconde avec Mme. Leboucher, **directrice d'Atout France, qui annonce son ambition de faire de la France « le leader européen du tourisme durable d'ici 5 ans » grâce à des mesures très concrètes.**

- *Sensibilité durable renforcée chez les consommateurs*

→ Du point de vue de la demande et des comportements des clientèles touristiques, la crise **semble également avoir renforcé les tendances portées sur le tourisme durable, et renforcé certaines pratiques.**

-> **Sondage de l'IFOP³⁵** sur les Français et le tourisme durable réalisé en mars 2021 : **61% des répondants considèrent que la préservation de la nature et de l'environnement est devenue une préoccupation plus forte qu'avant la pandémie pour eux.**

- A présent, 61% sont prêts à payer plus cher pour des produits locaux, 44% pour le séjour dans sa globalité et 40% pour des hébergements et des moyens de transport moins polluants.

-> **Observatoire Euromonitor International** : l'Europe est la région pour laquelle la crise aura le plus d'impact sur le long terme du point de vue des comportements touristiques par rapport aux autres régions du monde.

- La pratique de la marche et du vélo pendant les vacances va augmenter durablement de 30%, voyager plus près de chez soi va augmenter d'environ 20% et voyager à l'international diminuer de 22%³⁶.

Au-delà des chiffres, l'observation de la saison estivale de 2020 et des pratiques touristiques des touristes français en France depuis le début de la pandémie est révélatrice d'un **renforcement du voyage chez la famille ou des amis et surtout d'une redécouverte et d'un renforcement de la demande pour des destinations et des expériences de nature et de proximité.**

³⁴ Voyageons Autrement, (Avril-Juin 2021), « La Feuille de Chou n°7 »

³⁵ IFOP, (2021), « Les Français et le tourisme durable : sondage IFOP pour les Rencontres du Tourisme Durable »

³⁶ Euromonitor International, (2021), "Top countries for Sustainable Tourism: embracing a green transformation for Travel recovery"

En été 2020, **les centres urbains ont en effet été désertés par les touristes** qui ont privilégié les destinations de montagne, de campagne et de plage, mais en évitant les stations balnéaires les plus attractives habituellement, et les activités de nature³⁷.

Ainsi, certaines régions comme la Bretagne, la Normandie ou les Alpes du Sud **ont battu des records de fréquentation**³⁸. **Ce phénomène renforce le choix de nombreuses destinations de s'être lancées dans le durable et d'avoir développé de nouvelles offres.**

→ La question se pose alors de la pérennité de ces tendances : **la redécouverte du territoire national et des activités de nature par les Français en période COVID va-t-elle amener à de véritables changements de comportements sur le temps long ? Pour beaucoup, la réponse est oui**³⁹.

POINTS CLES : CRISE COVID19, ESPOIR D'UN RENOUVEAU ?

→ Catastrophe économique pour les années 2020-2021 de manière générale

→ **Saison estivale 2020 : fréquentation inégale en France :**

- Désertion des destinations urbaines
- Forte fréquentation des destinations / activités de nature : montagne, campagne, plages hors stations balnéaires
- Chute de la fréquentation pour les hôtels mais fréquentation équivalente voire en hausse pour les établissements types gites et les campings

→ **Espoir de renouveau chez les acteurs du tourisme :**

- Opportunité de repenser le secteur du tourisme et repartir sur de meilleures bases
- Sensibilité accrue des touristes et futurs touristes pour le durable en période Covid19
- Augmentation de la demande pour un tourisme de nature et de proximité

³⁷ Bilan de la saison touristique 2020 en France, Veilleinfotourisme.fr, 2020

³⁸ Premier bilan sur la saison touristique 2020, ADN Tourisme, 28/08/2020

³⁹ Briant E. et.al, (2020), « Utopies d'un tourisme en renouvellement : À propos des adaptations en cours dans les destinations touristiques confrontées à la crise sanitaire prolongée de la COVID-19 en France », Téoros

- **Mais toujours une grande marge de progrès**

1/ De plus en plus de clients sont sensibles aux enjeux du développement durable mais pas tous. **Il reste par ailleurs difficile pour une grande partie des clients d'appliquer concrètement des gestes responsables pendant leurs vacances :**

-> Enquête *Booking.com* édition 2021 : pour 48% des répondants, faire des choix plus responsables et durables est plus difficile en vacances que chez soi ; 33% des répondants avouent considérer le temps de vacances comme un temps privilégié de relaxation qui permet de s'échapper (et où on ne pense pas à la durabilité), et 33% disent aussi ne pas savoir comment voyager plus durablement.

2/ **La communication et la mise en avant actuelle de l'offre durable est jugée comme insuffisante par les clients.** En croisant les différents sondages utilisés jusqu'à présent, on constate en effet une nette demande de la part des touristes auprès des destinations et des plateformes de voyage de créer plus d'outils de renseignement et de réservation dédiés au tourisme durable...

-> Sondage TripAdvisor, 44% des Français estiment que la plupart des hôtels ne fournissent pas suffisamment d'informations sur leurs pratiques écoresponsables⁴⁰.

3/ **Le « durable » n'est pas une condition sine qua non car avant tout, les vacances sont associées au plaisir et à la facilité.**

-> Enquête Accor (2016) : si les clients sont majoritairement prêts à payer un peu plus cher leur séjour au sein d'un hébergement qui met en place des actions en faveur de la protection de l'environnement (22 % tout à fait et 45% plutôt oui), ils ne sont majoritairement pas prêts à ce que leur lieu de résidence temporaire soit moins bien localisé (57% pas d'accord) ou moins confortable (59% pas d'accord).

⁴⁰ Mouchon F., (19/02/2020), "Mon hôtel est-il écolo ? », Aujourd'hui en France

B- Un secteur déjà en transition en France et en Europe

Aujourd'hui, la plupart des destinations françaises ont déjà choisi d'intégrer des dimensions du développement durable dans leur schéma de développement et leur stratégie marketing. Beaucoup développent aussi des formes de tourisme alternatif.

Soutenu par des acteurs publics, ce mouvement est également guidé et impulsé par des associations et acteurs indirects engagés de plus en plus nombreux.

→ Ci-après une liste non exhaustive des **acteurs de la transition et de la promotion et valorisation de l'offre touristique durable** :

- **Transition durable des destinations françaises**

La plupart des destinations françaises (et européennes) proposent à présent des expériences durables à leurs visiteurs (plus ou moins poussées), en mettant en place des outils afin d'accompagner leurs professionnels dans cette démarche.

→ Ci-dessous une courte liste d'exemples représentatifs :

> Les cas de l'Auvergne Rhône-Alpes, de la Bretagne, de l'Occitanie et de la région PACA seront développés plus tard en Partie III - B

- **Auvergne-Rhône Alpes** : soutient le développement d'un tourisme plus durable sur son territoire à travers la mise en place d'un « manifeste pour un tourisme bienveillant ».

- **Bordeaux, Biarritz, Cannes, Deauville, Marseille, Metz, Nancy, Nantes, Rennes** se sont engagées en tant que villes pilotes à obtenir le label « Destinations Internationales Responsables » et se sont engagées à obtenir / ont obtenu récemment la certification ISO 20121 (norme dédiée aux « systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle »)⁴¹.

- **Charentes** : à La Rochelle, « Charentes Tourisme » et « Village Vacances » (VVF) ont créé, LEKKO, un accélérateur d'entreprises dédié au durable, au local et à la mixité. Il a pour objectif d'accroître durablement la compétitivité économique des opérateurs touristiques via des solutions innovantes⁴².

- **Provence-Alpes-Côte d'azur** : création et promotion d'offres de nature et de plein air en partenariat avec des parcs (PNR, PN) et associations de protection de la biodiversité. Création d'un réseau de professionnels dédié à l'écotourisme, à l'accueil de cyclotouristes, et mise en place d'outils numériques spécifiques.

⁴¹ Peletier Clément, 17/06/19, « Certification : la France lance ses premières destinations responsables », *L'Echo Touristique*

⁴² VVF, (05/05/2021) « VVF et Charentes Tourisme lancent : l'accélérateur du tourisme durable ! »

- **Réseau des Grands Sites de France** : publication d'un document-cadre mettant en avant une approche du tourisme durable basée sur le paysage et l'expérience du lieu. En collaboration avec la Caisse des Dépôts, le Ministère en charge du Tourisme et le Ministère de l'Environnement, ont publié un recueil de bonnes pratiques du tourisme durable basé sur 20 exemples innovants dans les Grands Sites de France⁴³.

- **Transition durable des professionnels directs du tourisme**

Au sein des destinations, **ce sont les professionnels du tourisme, hébergeurs, restaurateurs, prestataires, etc... qui s'engagent de plus en plus dans le durable et cherchent à innover afin de se démarquer.**

→ Ci-dessous une courte liste d'exemples dans le secteur hôtelier :

- **150 hôtels français** se sont portés volontaires afin d'évaluer et de communiquer à leurs clients, l'empreinte environnementale d'une nuit passée chez eux sur la base de 4 critères : l'impact sur le climat, la consommation d'eau, la consommation de ressources non renouvelables, et la part de produits bio ou écolabellisés présents dans leurs approvisionnements⁴⁴.

- **Le groupe Hôtel Accor** s'est engagé d'ici 2022 à supprimer le plastique à usage unique de ses hôtels, en remplaçant les bouteilles par des distributeurs d'eau par exemple (initiative que l'on retrouve beaucoup dans les hébergements, surtout de plus petite taille)⁴⁵.

En 2019, le groupe a également lancé un nouveau concept d'établissement « éco-responsables dans une approche non standardisée » derrière la marque « *Greet* » : ces établissements iront s'approvisionner dans un rayon de 50 km et inviteront les producteurs locaux à réaliser des animations et des dégustations dans l'hôtel. Une partie du mobilier et de la décoration sera issue de partenariat avec des associations ou entreprises locales qui vendent de la seconde main ou des produits recyclés. Des espaces communs qui privilégient la rencontre, notamment au niveau du restaurant, seront aménagés.

→ « le client veut désormais se comporter de façon cohérente **entre le consommateur qu'il est – à la recherche d'une expérience hôtelière un peu différente – et le citoyen qui veut apporter du sens à ses achats.** Ce qui est attendu aujourd'hui tourne autour de l'authenticité, la localité, le respect de l'environnement et la société⁴⁶ »

Frank Gervais, Directeur Général Europe d'Accor

⁴³ Réseau des Grands Sites de France > Tourisme durable, 14/02/2020

⁴⁴ Mouchon F., op.cit p.19

⁴⁵ Zéro plastique à usage unique dans tous nos hôtels ». Group.accor.com, Groupe Accor, 22/01/2020

⁴⁶ Niel Emilie, (oct. 2019), "Accor lance Greet, une marque déstandardisée et engagée », *Industrie Hôtelière*

- « **Eklo Hotels** » (Hotels Ecologiques & Economiques) en France, **hôtels « NOMAD »** du groupe Oceania en France et à l'international, « **Green Hotels** » en France sont également des marques et chaînes hôtelières spécialisées dans le développement durable et l'« éco-responsable » qui vont plus loin que la composante environnementale en proposant des expériences et services plus proches des habitants⁴⁷.

- **A Paris, près d'une cinquantaine d'hôtels travaillent avec l'association « Hôtels Solidaires »** qui collectent les denrées alimentaires non consommées, les produits d'accueil en chambre et le papier toilette, pour les redistribuer à des centres d'accueil de personnes sans-abri par l'intermédiaire de bénévoles et d'associations partenaires telles que L'Armée du Salut, Aurore, les Grands Voisins, la Société Saint-Vincent de Paul, la Mie de Pain, La Main de l'Autre ou encore la Péniche du Cœur⁴⁸.

→ Au-delà de l'hôtellerie et de l'hébergement, l'industrie touristique dans son ensemble est concernée.

-> Plus particulièrement, on peut noter **l'explosion de start-ups, initiatives et propositions innovantes provenant de « petits » prestataires afin de développer des formes de tourisme alternatives et plus respectueuses** (comme l'écotourisme).

- **Valorisation de l'offre durable par les acteurs privés du tourisme**

Parallèlement à la progression de l'offre et de la demande en matière de tourisme durable / tourisme alternatif, **des opérateurs et agences de voyages spécialisés dans la promotion du voyage durable/ responsable se sont créés**. De même, **les opérateurs et agences de voyages déjà existants commencent à valoriser spécifiquement ce type de séjours**.

→ Ci-dessous quelques exemples :

- « **Nomade Aventure** » : agence de voyage lancée en 1975 qui propose aujourd'hui plus de 30 séjours totalement réalisables en train dans son catalogue⁴⁹.

- « **La Balaguère** » : tour opérateur depuis plus de 30 ans qui a supprimé de son catalogue les « **citytrecks** » de quelques jours dans les capitales européennes⁵⁰.

⁴⁷ « Dossier : « Cap vers « l'hôtellerie durable » » (oct 2019), *Industrie Hotellière* (op.cit p.21)

⁴⁸ *Les Hôtels Solidaires > Le concept*

⁴⁹ <https://www.nomade-aventure.com/>

⁵⁰ <https://www.labalaguere.com/>

- « **Globethik** » : agence de voyage créée il y a moins de 10 ans qui a décidé de se réinventer et de complètement revoir son offre en supprimant les voyages en avion : elle propose à présent des séjours 100% responsables et durables, essentiellement en train, en France et en Europe⁵¹.

- « **Explora Project** » : tour opérateur, membre des Acteurs du Tourisme Durable (ATD) depuis 2020, qui quantifie l’empreinte carbone des voyages qu’il propose et la communique à ses clients pour les sensibiliser⁵².

- **Les opérateurs qui souhaitent adhérer au label de l’ATES** (Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire), ne peuvent proposer des voyages de moins de 7 jours à plus de 5 000 km et de moins de 14 jours situés entre 5 000 et 12 000 km du point de départ du client.



Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)⁵³

L’ATES est un réseau professionnel d’acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Créé en 2006, il regroupe à présent plus de 30 producteurs de voyages, des opérateurs de tourisme en France et des membres associés, engagés pour faire du tourisme un levier de développement et de solidarité avec les populations et acteurs locaux.

→ L’ATES définit, anime et délivre le **Label Tourisme Équitable** qui garantit les pratiques des opérateurs dans le respect de la Charte du Tourisme Equitable et Solidaire.

- « **Regenerative Travel** » : plateforme de réservation lancée en 2013 qui sélectionne ses prestataires en fonction de leur impact carbone, du bien-être de leurs employés, des activités immersives proposées pour le visiteur et de l’utilisation de produits alimentaires locaux⁵⁴.

- « **Vaover** » : première plateforme d’hébergements écoresponsables de France, elle s’engage à ne pas revendre ses offres de réservations à des plateformes ou des agences en ligne (OTA) dont les valeurs ne correspondent pas à son éthique.... etc.⁵⁵

- « **Les Oiseaux de Passage** »⁵⁶ : fondée en janvier 2016 par 3 coopératives (Hôtel du Nord, Ekitour et Point Carré), par le réseau Minga (association de commerces équitables depuis

⁵¹ <https://globethik.com/>

⁵² <https://www.explora-project.com/>

⁵³ <https://www.tourismesolidaire.org/>

⁵⁴ <https://www.regenerativetravel.com/>

⁵⁵ <https://www.vaover.fr/>

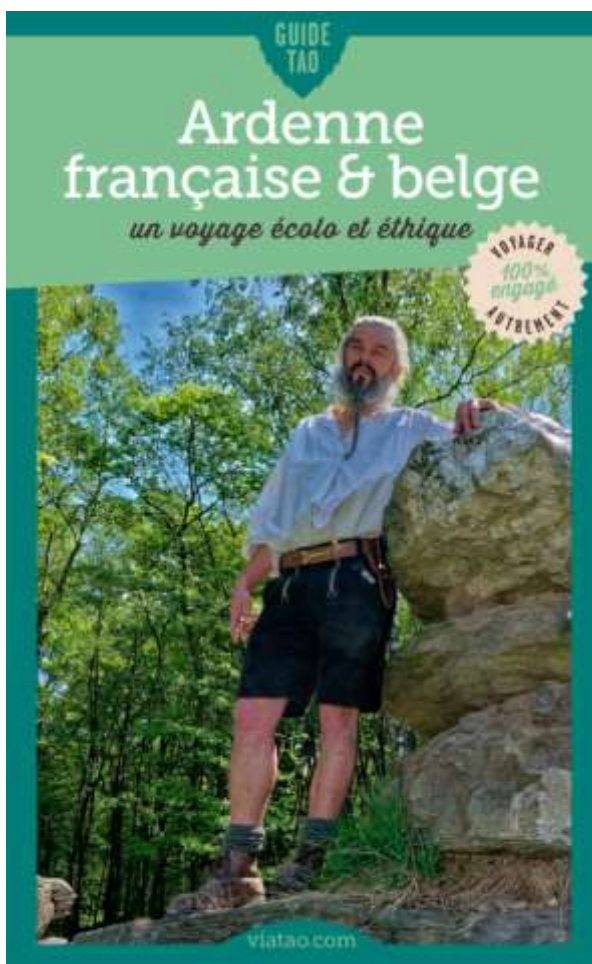
⁵⁶ <https://lesoiseauxdepassage.coop/>

1999) et 5 associés physiques, l'association devient une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) en 2018.

Elle propose des séjours et des catalogues thématiques pour des voyages alternatifs et responsables sur sa plateforme numérique : avec plus de 1500 offres, les visiteurs peuvent créer le voyage qui leur correspond, les séjours « à portée de rail » étant mis en avant cette année 2021(année européenne du rail).

- Parmi les guides de références, le « **Lonely planet** » a publié un guide « Voyages Zéro Carbone » de 300 pages en 2020. Les guides « **Slowtrain** » et « **Tao** » proposent également des idées de voyages plus éthiques et écologiques dans leurs numéros.

> 2021 : Le guide Tao France sort un numéro avec des illustrations sur les Ardennes et un mini-guide numérique spécial Ardenne française et belge.



Guide numérique : <https://www.guidestao.com/collections/guide-france/products/guide-de-voyage-ardenne-francaise-et-belge-numerique-guide-tao-pour-voyager-autrement>

- **Accompagnement par les acteurs publics du tourisme**

En France et en Europe, la transition durable du secteur touristique est soutenue par des acteurs publics à travers différents types d'actions ; notamment :

- **Atout France** : en partenariat avec le Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères (MEAE), Atout France a publié 5 vidéos « tutos » sur le slowtourisme.

- **la DGE** : en partenariat avec l'agence KIPK, a réalisé une analyse des offres slowtourisme en France en 2017, et la mise en place d'outils pratiques et abordables à travers la publication de 3 « tutos » : inventaire, adéquation aux valeurs du slowtourisme, feuille de route.

- Face à la crise liée au COVID19, **l'Etat et le Ministère de la Transition écologique et solidaire, derrière l'Agence de l'Environnement et de la Maitrise de l'Energie (ADEME – Agence de la Transition Ecologique)** ont proposé un « plan de relance verte »⁵⁷.

Lancé début 2021, il se concrétise par la mise à disposition d'aides financières sous la forme d'un « Fonds Tourisme Durable » dédié aux opérateurs touristiques qui s'engagent dans une démarche de rénovation écologique.

En 2020, l'ADEME a également publié un rapport qui reprend toutes les pistes d'actions à mettre en place afin que la France devienne une destination durable⁵⁸.

⁵⁷ Le Tourisme durable : 50 millions d'euros sont alloués à l'ADEME dans le cadre du Plan de relance, Agir pour la transition durable – ADEME, 08/02/21

⁵⁸ ADEME, (2020), « Tourisme durable : 20 mesures pour une transition de la 1^{ère} destination touristique mondiales »

- **Accompagnement par des acteurs indirects engagés du tourisme**

En France comme en Europe, **la transition est également accompagnée et impulsée par des associations et organismes engagés en faveur d'un tourisme plus responsable.**

→ A travers des manifestes, des études et des publications (papier, web), ils émettent des propositions et des demandes auprès des acteurs publics pour accélérer le mouvement.

→ Ils proposent également des conseils et des outils pour les acteurs directs du tourisme souhaitant faire du durable, sous formes de « tutos » ou d'un accompagnement personnalisé.

Acteurs du tourisme durable – ATD

Premier réseau national multi métiers des professionnels engagés, ATD a pour mission de fédérer l'ensemble du secteur vers le durable, par la formation, la promotion et la représentation des professionnels du tourisme engagés.

→ Organisation de groupes de travail entre professionnels, de Web-Cafés, d'évènements comme les **Universités du Tourisme Durable**, de concours comme **Les Palmes du Tourisme Durable**

→ 141 membres en 2020 -> **plus de 200 membres en 2021**

→ Site : <https://www.tourisme-durable.org>



POINTS CLES : TRANSITION DURABLE DU SECTEUR TOURISTIQUE EN FRANCE

→ **Densification du réseau et de l'offre durable en France :**

- En Europe comme en France, les destinations touristiques s'engagent de plus en plus dans un processus durable : développement d'offres touristiques alternatives et accompagnement des professionnels.

- Hébergeurs, restaurateurs, prestataires : tendance générale à la transition durable avec la volonté de se démarquer par des offres innovantes.

- Agences de voyages, guides touristiques : mise en avant de séjours durables en réponse à l'augmentation de la demande et de l'offre et apparition de prestataires spécialisés

- Emergence et multiplication de « petits » prestataires (en taille) engagés dans le tourisme durable et alternatif.

→ **Transition durable soutenue et accompagnée par des acteurs publics et privés engagés.**

C- Chiffres clés nationaux et européens

→ En 2020⁵⁹ :

- les 20 premiers pays du classement des destinations durables sont en Europe
- la France se classe 9^{ème} dans le classement des destinations durables

2019 : 132 stations vertes ont participé à la 5^{ème} « Fête de l'écotourisme » un record pour cet événement qui met en avant les valeurs du label : nature, respect, partage⁶⁰

2021 : 395 plages sur 188 communes et 107 ports de plaisance labellisés pavillons bleus⁶¹

-> Label créé par Teragir en 1985, qui valorise les communes et les ports de plaisance qui mènent de façon permanente une politique de développement touristique durable.⁶²

CONCLUSION PARTIE I

Pourquoi les Ardennes ont-elles intérêt à poursuivre la transition de son secteur touristique vers le durable et de développer son offre écotouristique et tourisme de nature ?

→ **3 raisons principales :**

1. Nécessité : le développement durable devient une priorité (voire obligation) dans tous les secteurs en France et en Europe ; particulièrement le secteur du tourisme avec une vraie demande de la part des clients de pratiquer un tourisme plus responsable

2. Compétitivité : un nombre de plus en plus important de destinations françaises adoptent des schémas durables et proposent des formes de tourisme alternatif et de nature

3. Cohérence : les Ardennes ont un réel potentiel, naturel et humain, afin de développer une offre attractive et originale -> **ce que nous allons à présent expliciter**

⁵⁹ Euromonitor International, (2021) "Top Countries for Sustainable Tourism: Embracing a Green Transformation for Travel Recovery"

⁶⁰ Voyageons Autrement, (Juillet-Septembre 2019), « La Feuille de Chou n°2 »

⁶¹ Ibid

⁶² Pavillon Bleu > Le Pavillon Bleu > <https://www.pavillonbleu.org/teragir/le-pavillon-bleu.html>

PARTIE 2 : COMMENT DEVELOPPER LE TOURISME DURABLE EN ARDENNES ?

I- Tourisme durable et écotourisme dans les Ardennes aujourd'hui

Le département des Ardennes françaises (région Grand-Est) constitue l'extrémité sud de l'Ardenne, qui s'étend en majeure partie sur la Belgique et au nord du Luxembourg.



Carte des Ardennes Françaises et ses EPCI

Il se divise en 8 Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) soit 8 intercommunalités auxquelles correspondent un environnement et des activités touristiques plus ou moins spécifiques.

Chiffres clés du tourisme en Ardenne en 2019⁶³ :

- + de 32 000 lits touristiques (env. 14 800 marchands / env. 17 200 non-marchands)
- Environ 950 000 nuitées en hébergement marchand
- 75 M d'euros de retombées économiques
- 3 % du PIB des Ardennes

A- Stratégie actuelle portée par l'ADT : projet INTERREG V, Ardenne Ecotourism



Transfrontalière, l'Ardenne a bénéficié de fonds FEDER dans le cadre de 2 programmes Interreg V (2014-2021) : « Grande Région » et « France Wallonie Vlaanderen », avec pour objectif de renforcer l'attractivité de la zone transfrontalière identifiée comme la « Destination Ardenne ». C'est dans ce cadre que s'est déployé le portefeuille de projets « *Ardenne Attractivity* » (3 projets constitutifs) :

- Ardenne Ecotourism
- Ardenne Ambassadors (création marque « Ardenne » et club « Mon Ardenne »)
- Ardenne Marketing - AGRETA (Ardenne Grande Région, Ecotourisme et Attractivité)

Dans une démarche de progrès, le projet « Ardenne Ecotourism » a visé le développement d'une offre touristique transfrontalière durable, impliquant **la création d'une « offre écotouristique » identifiée et coordonnée avec un accompagnement à la transition durable pour les professionnels.**

Piloté par l'Agence de Développement Touristique des Ardennes (ADT), et en partenariat avec Accueil Champêtre en Wallonie (ACW), Ressources Naturelles Développement (RND), Parc Naturel Régional des Ardennes (PNRA) et Parc Naturel Viroin-Hermeton (PNVH), le projet

⁶³ ADT, (2019) « Ardennes Tourisme : Chiffres clés 2019 »

a notamment permis le développement **d'un réseau de prestataires et d'offres durables** sur le territoire ardennais grâce à un accompagnement des professionnels.

→ Objectifs portés par l'ADT pour Ardenne Ecotourism⁶⁴

- Promouvoir un tourisme plus durable sur l'ensemble du territoire ardennais
- Valoriser les offres touristiques particulièrement engagées dans le durable
- Soutenir individuellement les prestataires grâce à de l'audit / du suivi / des outils promotionnels

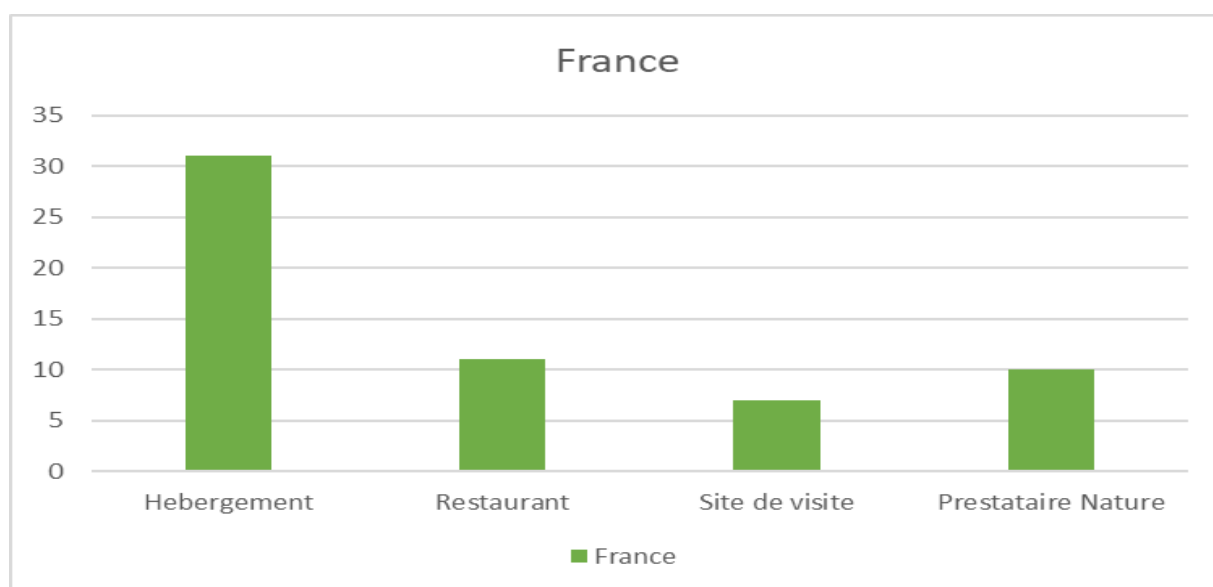
- **3 axes de développement :**

1. Accompagnement des professionnels du tourisme dans une démarche de progrès
2. Valorisation des produits locaux auprès des touristes par le biais des professionnels de la restauration
3. Développement d'itinéraires doux transfrontaliers et mise en tourisme de séjours durables (sans voiture)

- **Actions concrètes :**

-> Création du « Club Ardenne Ecotourism » en 2017 :

- 59 membres en France en 2021 (34 en Belgique et 41 au Luxembourg) :



Grille d'adhésion basée sur : l'accessibilité, la gestion des déchets, de l'eau et de l'énergie, le soutien à l'économie locale et la protection de la biodiversité, dans une logique de progrès.

⁶⁴ ADT, (2021), « Ardenne Ecotourism : Résultats du projet »

→ **Pour rejoindre le club gratuitement** : <http://pro.visitardenne.com/demarche-ecotouristique-rejoindre-le-club-ardenne-ecotourism/>

-> Pour les membres du club :

- Audits d'éco-gestion et accompagnement dans la recherche de financements / labels
- Journées de formation et formation en ligne par des acteurs partenaires
- Fiches éco-conseil / série de vidéos « Tutos d'Ardenne Ecotourism »⁶⁵
- Distribution de « kits de sensibilisation » aux écogestes pour les clients⁶⁶
- Participation à des appels à initiatives / des concours
- Communication et promotion
 - « Portraits » pour valoriser les prestataires engagés sur *visit.ardenne.com*
 - Adhésion au club reconnu sur FairTrip
 - Visibilité dans la presse et guides de voyage

-> Pour un développement plus global du tourisme durable en Ardenne :

- Proposition d'éduc-tour, de moments de rencontres et d'échanges
- Formation pour les restaurateurs / calendrier des produits de saison⁶⁷
- Carte des producteurs locaux⁶⁸

-> Opération « Menu de terroir ardennais » : action de promotion destinée à valoriser les restaurants et leurs producteurs locaux.

-> Création de sentiers accessibles (handicaps) / aires de bivouacs / aires paysagères en partenariat avec des acteurs du territoire.

→ L'ADT est également **membre du réseau Acteurs du Tourisme Durable (ATD) depuis 2016** et participe à de nombreux événements liés au tourisme durable.

⁶⁵ <http://pro.visitardenne.com/demarche-ecotouristique-rejoindre-le-club-ardenne-ecotourism/fiches-pratiques-ardenne-ecotourism/> et

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLVoAZEzxNBFsPKaBdQXFi5A8ibOE1aceC>

⁶⁶ <https://pro.visitardenne.com/decouvrez-le-kit-de-sensibilisation-aux-ecogestes/>

⁶⁷ <http://pro.visitardenne.com/espace-formations/>

⁶⁸ <http://pro.visitardenne.com/demarche-ecotouristique-rejoindre-le-club-ardenne-ecotourism/producteurs-et-produits-ardennais/>

Pour l'ADT, l'objectif est de **développer une approche plus durable du tourisme afin de pérenniser l'activité et d'attirer de nouvelles clientèles en quête de tourisme alternatif.**

- **En accord avec la nouvelle politique durable de la région Grand-Est**

Transfrontalier, le projet a par ailleurs le soutien de la région Grand-Est qui est elle aussi dans une démarche de transition durable.

→ Nouvel agenda touristique de la région Grand-Est en 2018 : « Vers un tourisme de valeurs porteur de sens et de croissance⁶⁹ ».

-> Parmi les 6 thématiques « signature » identifiées par la région :

- Tourisme de mémoire
- **Itinérance (véloroutes, voies vertes, fluvial, équestre)**
- Tourisme patrimonial et culturel
- Œnotourisme et gastronomie
- **Tourisme de nature (écotourisme, sports et loisirs de pleine nature)**
- Thermalisme et bien-être

2 concernent directement la pratique touristique de nature, et toutes sont propices au slow-tourisme et à un tourisme plus respectueux.

→ 2021 : plan de relance « **Tourisme durable et numérique** », d'un montant de plus de 14 M € (2021) et de 48 M € (2021-2024) :

- Transformation numérique de la filière tourisme
- **Tourisme durable et responsable, une stratégie de positionnement pour le Grand Est**
- Faire du Grand Est une destination SMART Tourisme
- La SEM Tourisme et Culture, un outil au service de la relance économique

-> Pour devenir une destination durable la région propose entre autres **des aides financières**⁷⁰ pour soutenir la transition énergétique et les initiatives durables des professionnels du tourisme. Elle souhaite également **développer le tourisme fluvial.**

→ Enfin, la région soutient plus spécifiquement des initiatives en matière de tourisme durable et de formations comme « Le mouvement associatif E-Graine⁷¹ » qui s'inscrit dans le mouvement d'éducation à la citoyenneté mondiale mené par l'UNESCO.

⁶⁹ Région Grand Est, (2018), « Synthèse du Schéma Régional de Développement du Tourisme 2018-2023 »

⁷⁰ Voir Partie III

⁷¹ Mouvement se composant de 5 associations régionales ayant pour but de cultiver « l'envie d'agir » : Grand Est, Ile-de-France, Auvergne Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie - <https://www.e-graine.org/>

B- Offres et atouts des Ardennes : tourisme durable et de nature

→ Dans sa globalité, le département des Ardennes possède :

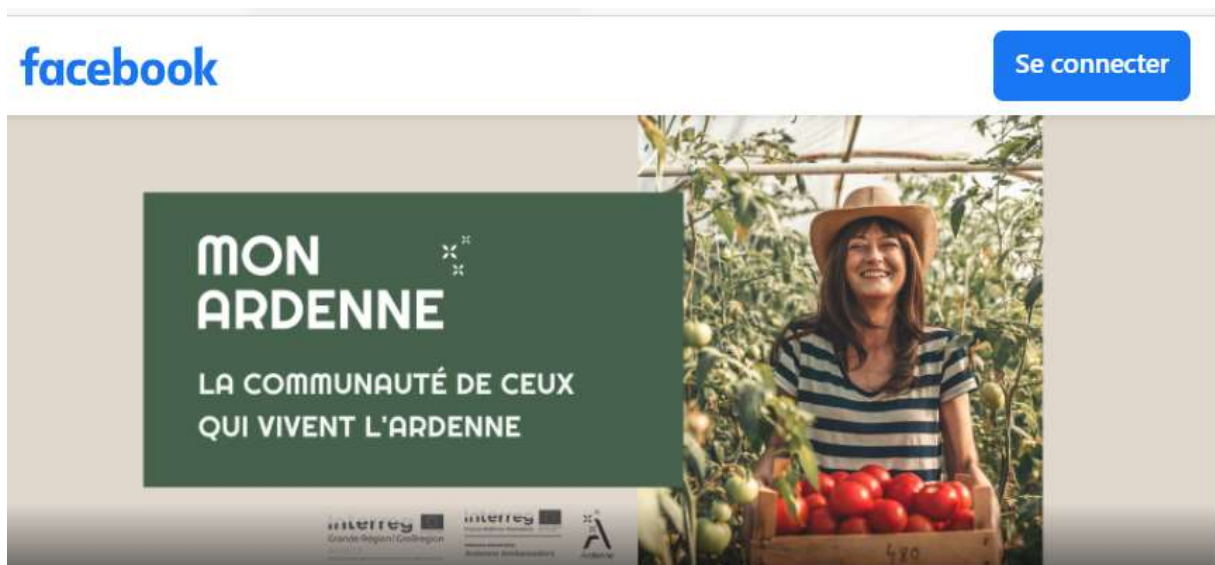
- **des richesses naturelles et paysagères, protégées et mises en valeur**
- **des habitants et acteurs touristiques engagés et sensibles aux questions durables**
- **une situation géographique favorable climatiquement et pour son bassin clientèle**

qui sont **tous les atouts nécessaires afin de continuer à développer un tourisme plus durable et orienté vers la nature** (écotourisme et tourisme sportif d'extérieur particulièrement).

a. Des habitants et professionnels fiers de l'Ardenne et de ses valeurs

- En 2021 : **219 adhérents** français à la **marque « Ardenne »**
- En 2021 : **3856 adhérents** Ardennais au club **« Mon Ardenne »**

→ **Communauté transfrontalière « Mon Ardenne »** : la « communauté des amoureux de la région qui habitent, travaillent, visitent fréquemment l'Ardenne et souhaitent réinventer une nouvelle façon de vivre ensemble et de partager les valeurs du territoire ».



-> En rejoignant ce club, les adhérents ont accès à un **groupe Facebook** animé par le GEIE Destination Ardenne, reçoivent **une newsletter** sur la région à laquelle ils peuvent participer à travers des témoignages, et bénéficient **d'offres privilèges, de promotions et avantages** auprès d'acteurs du territoire. Certains adhérents ont également des **projets personnels** qu'ils peuvent mettre en valeur sur le site internet « Mon Ardenne » : <https://monardenne.com/>.

A travers cette communauté, **l'objectif est de valoriser le territoire ardennais et ses activités, en incitant d'abord les Ardennais à consommer local et à partager ensuite ses offres au-delà de la communauté sur les réseaux sociaux.**

→ **Marque transfrontalière « Ardenne »** : créée initialement pour les professionnels du tourisme (directs ou indirects), l'objectif de la marque est de renouveler l'image, et accroître l'attractivité, de la destination Ardenne dans une dynamique collaborative transfrontalière.

-> Elle s'appuie sur 4 valeurs communes : **bien-être, authenticité, imagination et partage**, autour desquelles tous les Ardennais peuvent se retrouver afin de bâtir des offres touristiques. La marque permet également **un positionnement marketing clair de l'Ardenne**, celui d'une terre qui étonne et enchante sa clientèle grâce à ses richesses naturelles et ses habitants, diffusé à travers un logo, une charte graphique et un vocabulaire propre.



Rejoignez le réseau sur : <http://pro.visitardenne.com/>

-> En échange de porter la marque dans leur communication et leurs actions, les adhérents à la marque « Ardenne » bénéficient **d'un accompagnement personnel** (digitalisation de l'offre, amélioration de la performance en éco-gestion et démarche qualité) **et de promotion** (mise en réseau, mise en avant à travers le bouquet médiatique ardennais - site web, blogs, newsletter, foires et salons, cartes touristiques...).

b. Atouts naturels mis en valeur

Les Ardennes françaises bénéficient d'une très grande richesse au niveau des paysages et de la biodiversité : massif forestier, marais tourbeux et rizières, ardoisières, rivières et zones humides, escarpements rocheux, pelouses sèches calcaires... qui abritent des espèces animales et végétales très diversifiées et parfois endémiques.

ATOUTS NATURELS

→ Son atout naturel le plus important est son massif forestier de 63 000 ha, dont 44 000 ha répertoriés comme Zones Naturelles d'Intérêt Écologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF).

→ **Les Ardennes comptent également :**

- 1 Parc Naturel Régional (PNR)
- 2 sites classés « réserves naturelles nationales »
- ➔ Un total de 34 espaces protégés et gérés
- 14 sites reconnus Natura 2000 au total
- 170 ZNIEFF
- 3 sites classés « sites et paysages inattendus »
- 6953 espèces dont 7 endémiques⁷²



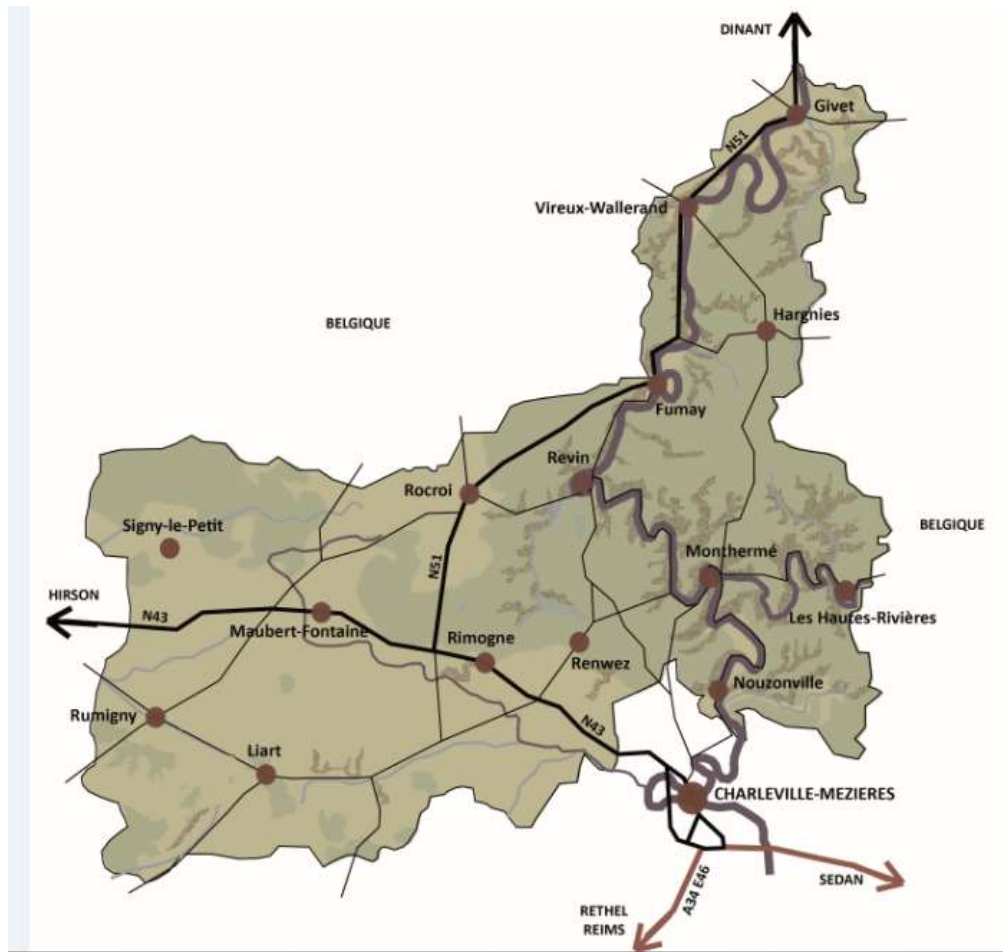
→ **Aménagements :**

- 159 km de voies cyclables dont 130 km d'EuroVelo 19
- différents types de chemins balisés et adaptés
- 3 lacs aménagés

⁷² INPN > Département des Ardennes. Lien : <https://inpn.mnhn.fr/collTerr/departement/choix/08/>

- **Parc Naturel Régional des Ardennes (PNRA)**

Le PNR des Ardennes (PNRA) s'étend sur 117 000 ha, ce qui représente 22% du département, dont 62 000 ha de forêts situés au nord du département.



Carte du PNR des Ardennes. Source : <https://www.parc-naturel-ardennes.fr/carte-didentite/>

Il accueille 2 sites classés « réserves naturelles nationales » et anime 7 sites Natura 2000, soit plus de 77 794 ha de zone protégée⁷³ :

- « Pelouses, rochers et buxaie de la pointe de Givet » (673 ha)
- « Vallée boisée de la Houille » (237 ha)
- « Tourbières du plateau Ardennais » (361 ha)
- « Forêt de la vallée de la Semoy à Thilay et les Hautes-rivières » (531 ha)
- « Ardoisières de Monthermé et de Deville »
- « Rîezes du plateau de Rocroi » (327 ha)
- « Plateau Ardennais » (75 665 ha)

-> Natura 2000 est un réseau européen regroupant des sites naturels identifiés pour la rareté ou la fragilité de leurs espèces et leur habitat naturel.

⁷³ PNR des Ardennes, 2016, « Sites Natura 2000 : Habitats et espèces remarquables »

→ En matière de tourisme, on y trouve **300 km de sentiers pédestres, 2 voies vertes le long de la Meuse, ainsi qu'un large ensemble de signalétique touristique sur ses 91 communes**⁷⁴.

Le PNRA n'est pas un acteur touristique au même titre que les EPCI ou les Offices de Tourisme mais une collectivité territoriale qui répond aux demandes de ses membres. Il structure ainsi des « Activités de Pleine nature » sur son territoire mais ne possède pas les compétences « promotion » et « développement ».

-> Ses principales missions sont :

- **Valoriser le territoire par des démarches de signalisation**
 - projets de signalétique touristique le long des voies routières et cyclistes
- **Développer les itinéraires doux et la mobilité douce**
 - sentiers d'interprétation
 - « La grande traversée du Parc » et la « route de la Pierre à l'ardoise
 - 2020 : création 1 itinéraire pédestre de 127 km « Roches et Maisons du Parc »*
 - gestion de l'espace VTT des vallées de la Meuse et de la Semoy labellisé par la Fédération Française de Cyclisme
- **Qualifier l'offre écotouristique**
 - soutien aux démarches de labellisation des communes
 - soutien aux hébergeurs et restaurateurs éco-responsables et ambassadeurs des valeurs de la « Destination Ardenne »*
- **Développer le géotourisme et les activités de pleine nature**
 - « Les matinales » : formations techniques pour les collectivités (réglementation des activités de pleine nature, balisage des itinéraires de randonnée, etc.)
 - création d'aires paysagères et d'aires de bivouacs*
 - promotion de l'offre transfrontalière avec le Parc Naturel Viroin-Hermeton

* *projets Interreg V, Ardenne Ecotourism.*

-> Démarche durable et inclusive :

- 1 sentier transfrontalier accessible aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR) a été créé en 2019. Il vise la marque Tourisme et Handicap (France) pour 2 familles de handicap et le label Access-I (Belgique) pour 2 ou 3 familles de handicap (hors PMR).
- 1 second sentier accessible aux PMR est en cours d'aménagement autour de la Maison du Parc, entre Renwez et Montcornet.

⁷⁴ Grand Est, « Les Parcs Naturels Régionaux du Grand-Est : Des espaces habités à protéger et à découvrir »

→ Dans le cadre de son objectif de « sensibilisation et éducation au territoire », le PNR propose également **des sorties découvertes et des ateliers pratiques ou nature gratuits dans l'enceinte du parc** (« Les rendez-vous avec le parc »).

-> Enfin, des spectacles ou concerts pour une offre plus culturelle sont organisés (mandatés par la région).

« Environ 50% de nos visiteurs sont des locaux (hors résidents) et 50% des « touristes » qui viennent de la région (5%), de la France (27%) ou de l'International (20%). Pour les sorties, nous accueillons environ 1000 personnes/an toutes activités confondues. Chaque animation ou formation présente entre 10 et 15 participants en moyenne (plus pour les concerts et les spectacles : 50 à 200 personnes). »

Damien PECHEUX,

Chef du pôle promotion du territoire et Chargé de mission tourisme au sein du PNRA /
Opérateur Interreg Va FWVL Ardenne Ecotourism.

- **Autres sites protégés**

Au-delà du PNR, **les Ardennes accueillent également 3 des 163 sites classés « sites et paysages inattendus » de la région Grand-Est**, qui bénéficient ainsi d'une reconnaissance et d'une protection nationale :

- « Les Dames de Meuse » (Laifour, les Mazures, Anchamps et Revin)
- « Le Roc de la Tour » (Monthermé)
- « Le site de la Chapelle Saint-Roger » (Elan)

-> Ces sites sont identifiés comme « sites dont la conservation, ou la préservation présentent, d'un point de vue artistique, historique, légendaire, pittoresque ou scientifique, un intérêt général »⁷⁵

Enfin, avec le soutien de l'Union Européenne, les Ardennes accueillent **2 « réserves naturelles nationales » identifiées par l'ex-région Champagne-Ardenne** :

- la Réserve Naturelle Nationale de la Pointe de Givet
- la Réserve Naturelle Nationale de Vireux-Molhain

qui ont été aménagées avec des sentiers de découvertes, du balisage, des tables informatives et des points de vue. Leur promotion se fait notamment via des livrets d'informations disponibles dans les OT concernés.

⁷⁵ Région Grand Est, (2019), « Le Grand Est : sites et paysages inattendus »

c. Offres touristiques « durables » en Ardennes

- Sports de pleine nature

Randonnée, balade de détente, balade pédagogique, bivouac⁷⁶

→ Grandes Randonnées (GR) :

Les Ardennes sont traversées par 4 GR :

- Le GR 654 de Saint Jacques de Compostelle (1750 km)
- Le GR12 d'Amsterdam à Paris (977 km)
- Le GR14 de l'Île de France à la Belgique (579 km)
- Le GR16 de la Vallée de la Semoy jusqu'à Liège (208 km)

Elles sont également traversées par :

- Le sentier européen E3 qui relie la Bulgarie à Saint Jacques de Compostelle (6 950 km) via le GR 654
- La Voie de Saint Martin (Sancti Martini) ou chemin culturel européen (488 km)
- Le Grand Sentier de France qui permet de faire un tour complet de la France, créé par l'Association Nationale du Grand Sentier de France rattachée au Ministère de l'Ecologie et du Développement durable (10 000 km)

-> ces GR sont tous transfrontaliers et permettent ainsi **de promouvoir les Ardennes comme une destination de « grande itinérance »** et d'attirer des visiteurs internationaux qui correspondent au bassin de clientèle « naturel » (proche géographiquement) des Ardennes.

-> conscient de cet atout, le département des Ardennes, en partenariat avec des acteurs belges, s'emploie depuis 2014 **à créer une offre transfrontalière plus concrète, cohérente et facile d'accès** (projet Interreg V, Ardenne Ecotourism) :

- Prolongement de la Grande Traversée du Pays de Chimay sur le côté français
- Mise en place d'un balisage directionnel commun
- Création d'aires paysagères didactiques (tables d'orientation, mobilier d'accueil...)
- Mise en place d'éco compteurs et d'aires de bivouac

→ Sentiers de Promenade et de Randonnée (PR) :

Les Ardennes possèdent 47 sentiers identifiés qui sont répartis sur tout le territoire et qui sont classés selon 4 niveaux de difficulté.

⁷⁶ ADT, (2020), « La randonnée pédestre en Ardennes : levier de développement touristique »

-> chaque EPCI a établi ou établit actuellement son « plan de développement des sentiers d'intérêt communautaire ». Selon un cahier des charges précis, des sentiers sont ainsi retenus pour faire l'objet d'entretien, de balisage, d'aménagement et éventuellement de médiation.

→ Autres sentiers :

Des sentiers thématiques sont également présents sur l'ensemble du territoire. Ils proposent des médiations spécifiques (panneaux, tables d'orientation, pancartes...) et parfois des animations pour des balades ludiques qui conviennent particulièrement aux familles.

LA RANDONNEE PEDESTRE

-> La randonnée pédestre⁷⁷ :

- 3^{ème} activité réalisée durant un séjour en Ardennes
- 1^{ère} activité sportive des Français en vacances

Selon la même étude, elle est une motivation principale de séjour pour :

- 35% des Français
- 65% des Allemands
- 51% des Néerlandais

qui ont réalisé un séjour ces 5 dernières années en Ardennes.



⁷⁷ Atout France, (2019), « Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre en France : Etude des marchés français, allemand et néerlandais » t

Trail et courses de nature

L'EPCI Vallées et Plateau d'Ardenne développe une « station trail » **pour répondre à la demande locale et pour attirer les traileurs-touristes qui sont de plus en plus nombreux**. La station est mise en place en partenariat avec des associations locales qui s'occupent du balisage et de l'organisation de futurs grands événements sportifs (Aymon Trail, Ardenne Méga Trail par exemple).

LE TRAIL

-> En France⁷⁸ :

- 1^{er} pays organisateur de trail dans le monde
- ~900 000 pratiquants en 2020 et + de 5 M de pratiquants réguliers du « running »⁷⁹
- 5-10% de croissance annuelle pour le marché

-> En Ardennes (chiffres communiqués à l'ADT par les organisateurs) :

- 2019 : 2 132 participants à l'Ardenne Méga Trail (AMT)
- 2020 : + de 1 400 participants à l'Aymon Trail

-> **Une opportunité majeure pour la valorisation du territoire :**

- Découverte du territoire par le traileur-touriste qui pourra revenir en tant que touriste de loisirs, en famille ou entre amis.
- Les accompagnateurs du traileur-touriste sont des touristes
- Les paniers cadeaux remis en fin de course permettent de mettre en valeur des produits locaux, qui pourront ensuite être achetés sur place

-> Haute Savoie, 2013 : 51% des traileurs appartiennent aux CSP+ (dirigeants, cadres supérieur et moyen, professions libérales) et 22% d'entre eux ont des revenus annuels supérieurs à 50 000 €⁸⁰

⁷⁸ Dirou, L., Le marché du trail en France, Paris Sports Management School,, 07/12/2020

⁷⁹ Running / Trail, Union Sport & Cycle

⁸⁰ Enquête socio-économique "Think Tank Trail", menée en 2013 par des Haut-Savoyards

Cyclotourisme (VTC et VTT) :

→ Voie verte Trans-Ardenne - Euro Vélo 19⁸¹ :

La Voie Verte Trans-Ardenne représente 130 km de piste goudronnée interdite aux engins à moteur qui relie Givet à Mouzon. Elle est majoritairement située le long de la Meuse et de ses canaux.

Pour promouvoir cette infrastructure incontournable, le Conseil départemental diffuse tous les ans un guide touristique qui permet de visualiser le tracé de la Voie afin d'aider les utilisateurs à se repérer sur le territoire⁸². Le guide a récemment été digitalisé en 2020⁸³.

-> Bon à savoir : **le tracé de la voie verte longe celui du train, le transport du vélo étant gratuit dans les TER en Ardenne (à mettre en évidence par les prestataires).**

→ Véloroutes liées à la voie verte :

-> Trans-Semoysienne (20 km) qui permet de rejoindre la Belgique

-> Vallée de l'Ennemanne (9 km)

-> Berges de Meuse plaine du Mont Olympe (3 km)



→ Circuits longs et transfrontaliers :

Plusieurs itinéraires empruntent la Voie verte Trans-Ardenne afin de proposer des expériences transfrontalières de plusieurs jours :

-> **La Meuse à vélo est un itinéraire de 1 000 km qui longe la Meuse et relie le plateau de Langres (France) à Rotterdam (Pays-Bas)⁸⁴**. Il emprunte la Voie verte Trans-Ardenne pour la partie française sur 450 km environ et est labélisé Eurovélo (n°19), un label de qualité qui regroupe des itinéraires cyclables longue distance, reliant et unissant l'ensemble du continent européen⁸⁵.

⁸¹ Brochure de la Voie Verte Trans Ardenne : https://cd08.fr/sites/default/files/2021_02_09_vvta_depliant.pdf

⁸² La Voie verte Trans-Ardenne, (2020), Ardenne Conseil Départemental

⁸³ Carte interactive de la Voie Verte Trans-Ardenne : voiesvertes.cd08.fr

⁸⁴ <https://fr.eurovelo.com/ev19>

⁸⁵ <https://fr.eurovelo.com/about-us>

-> **L'Echappée Transwallonne est une boucle de 430 km réalisable sur 8 jours, en 8 étapes qui permettent de visiter 5 pays différents.** L'itinéraire emprunte la Voie Verte pour la partie française ainsi que des voies plus diverses en termes de terrain et de paysages dans les autres pays traversés.

A la différence de « La Meuse à vélo » qui correspond à un tracé, « **L'Echappée Transwallonne** » **est conçue dès le départ comme un séjour touristique.** Elle a été créée par l'agence de dynamisation touristique « Hike Up » qui est spécialisée dans l'accompagnement et la création de projets autour de 3 pôles : création de produit touristique, tourisme durable et identité visuelle⁸⁶.

La mobilité est au cœur du voyage mais la boucle est également conçue pour qu'à chaque étape, les acteurs touristiques locaux puissent intervenir : hébergement, restauration, activités, sites remarquables, etc. Les choix proposés sont tous éco-responsables et les hébergements labélisés « Bienvenue vélo » en Belgique ou « Accueil Vélo » en France.

Un guide permet de visualiser l'itinéraire à suivre, de connaître les points d'intérêt le long du parcours et de choisir en autonomie les prestations parmi celles référencées.

→ Autres circuits :

En 2020, création de 2 nouvelles boucles (*projet Interreg V, Ardenne Ecotourism*) :

- Création 1 boucles VTT : boucle « De l'étoile à la perle » (136 km)
- Création 1 boucles vélo/VAE : boucle « La Cacasse » (156 km)

→ Projets inscrits dans le Pacte Ardennes⁸⁷ 2019⁸⁸ :

-> **Pour 2022 :**

- Liaison de la Meuse à Vélo au Ravel en Belgique (projet INTERREG Ardenne Cyclo)
- Prolongation de la Voie Verte Trans-Ardenne vers Stenay
- Création d'un vélo route entre Vouziers et le Parc Argonne Découverte
- Création de liaisons douces en berges de Meuse
- Création d'un réseau cyclable dans Charleville-Mézières

-> **Pour 2023 :**

- Création de la Voie Verte Sud-Ardenne au bord du canal des Ardennes, connectée à la Voie verte à partir de Pont à Bar.

⁸⁶ Hikeup, (2021), « L'Echappée Transwallonne » (guide papier) : <https://www.hikeup.be/echappee/>

⁸⁷ **Stratégie collective de tous les acteurs du territoire destinée à renforcer l'attractivité du département**

⁸⁸ ADT, (2020), « Le tourisme à vélo, une opportunité pour les Ardennes »

LE VELO

-> En France⁸⁹ :

- 2^{ème} destination mondiale du tourisme à vélo
- 20% des touristes à vélo sont étrangers : Allemagne et Pays-Bas en 1^{er}
- 22 M de Français pratiquent le vélo pendant leurs vacances
- 8,6 M de voyages avec pratique du vélo des Français en France

-> Effet COVID : l'été 2020 a été marqué par une augmentation nationale de la fréquentation cyclable : +31 % en France du 11 mai au 16 août selon Vélo & Territoires⁹⁰.

-> En Ardennes⁹¹ :

- 2019 : 302.000 passages sur la Voie Verte Trans-Ardennes dont 60% à vélo
 - o Retombées économiques estimées à 8 millions d'euros
- 2021 : 50 prestataires labellisés « Accueil Vélo » en Ardennes

-> développement du vélo électrique pour élargir le public cible. Développement d'offres insolites (tandem, triplète...).

-> location de vélo qui se développe en dehors des prestataires spécialisés : chez les hébergeurs, les restaurateurs...

→ Un + pour une destination⁹² :

- Le niveau de dépense moyen par jour des touristes à vélo est supérieur aux touristes non cyclistes : 68 € par jour en moyenne.

-> Le touriste à vélo dépense globalement beaucoup plus en hébergement et restauration.

⁸⁹ DGE, ADEME, (2020) « impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France »

⁹⁰ Premier bilan sur la saison touristique 2020, (2020), ADN Tourisme

⁹¹ ADT, (2020), op.cit p.41

⁹² DGE, ADEME, (2020), op cit p.42

Randonnée équestre et autres sports de pleine nature

Un itinéraire de randonnée équestre d'environ 560 km est en cours de finalisation (Route d'Artagnan).

-> Autres activités : canoé, parapente, escalade...

POINTS CLES : SPORTS DE PLEINE NATURE

→ En Ardennes⁹³ :

- 53% des touristes pratiquent la randonnée (pédestre, équestre, à vélo ou à VTT)
- 27% des excursionnistes pratiquent la randonnée (pédestre, équestre, à vélo ou à VTT)

→ **un + pour le territoire** : des mobilités douces qui permettent une nouvelle approche du territoire, plus lente, plus respectueuse et de meilleure qualité.

→ **un – pour le territoire** : activités qui restent très saisonnières (estivales)

- **Ecotourisme et sorties nature**

Rappel : activité touristique liée à l'observation, la découverte, l'acquisition de nouvelles connaissances sur l'environnement naturel, tout en assurant sa préservation.

→ Prestataires privés :

- Grottes de Nichet

-> Des balades pédagogiques insolites (membres du réseau Ardenne Ecotourism) :

- Balade pédagogique en âne⁹⁴
- Visite guidée de la Meuse et découverte de sa biodiversité en canoé⁹⁵
- Balades-découvertes de la faune et la flore⁹⁶
- Observation des oiseaux, découvertes botaniques

- Fermes pédagogiques et parcs nature⁹⁷ pour les groupes scolaires et le grand public

⁹³ Région Grand Est, (2019), « Profils et caractéristiques des clientèles touristiques du département Ardennes »

⁹⁴ <https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme/un-ane-en-ardennes>

⁹⁵ <https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme/patrimoines-d-ardennes>

⁹⁶ <https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme/benj-anim> ;

<https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme/les-echappees-douce-de-juliette>

⁹⁷ <https://www.visitardenne.com/fr/parc-argonne-decouverte>

→ Associations engagées :

-> **Nature et Avenir** : créée en 1975, l'association a au départ comme missions, la défense de l'environnement rethélois (maintien des sites intéressants, création d'espaces plantés etc.) l'information et la sensibilisation aux problèmes de la protection de la nature. Aujourd'hui, son action est départementale : elle organise des conférences, expositions et sorties pour le grand public, elle crée des sentiers de découvertes et s'engage auprès des collectivités territoriales afin de renforcer leurs actions durables.

-> **Regroupement des Naturalistes Ardennais (ReNard)** : créée en 1995, le ReNard a pour objectifs la connaissance, l'étude et la protection de la nature dans le département des Ardennes. Ses activités sont orientées autour de plusieurs thématiques : les études scientifiques, la protection de la nature et la sensibilisation et l'information du public et de ses adhérents par des sorties gratuites et ouvertes à tous.

« Nous réalisons de la sensibilisation à l'environnement dans le cadre de sorties nature grand public d'environ 2h30-3h. Nous intervenons dans différents cadres : certaines sorties sont de notre propre initiative et financées par la région Grand Est par exemple, et certaines sorties prennent place dans le cadre de programmes comme Natura 2000 qui demandent de l'animation. Nous intervenons sur tout le territoire ardennais, en partenariat avec le PNRA ou les communautés de communes, parfois en dehors des sites Natura 2000 si une demande est exprimée. »

-> **2020** : malgré la situation sanitaire, 13 sorties organisées pour 206 participants.

-> **2021** : année beaucoup plus compliquée avec beaucoup d'annulation.

-> **En temps normal** : 15-20 personnes par groupe jusqu'à 50 pour les sorties chauve-souris

→ **Profil des participants** : quelques adhérents à l'association, des locaux curieux, en famille ou en couple, des retraités et des personnes généralement présentes pour le plaisir de sortir en nature.



Guillaume MOLENDINI,
Animateur nature au sein de l'association



-> **La Maison de la Nature de Boulton aux Bois** : association créée en 2005, elle a pour mission la sensibilisation à l'environnement et l'éducation au développement durable. Elle intervient auprès de publics scolaires et centres de loisirs, de personnes en situation de handicap (en établissement ou individuels), de professionnels en formation et du grand public, à travers des sorties nature. Elle est également prestataire de services pour de l'aménagement d'espace avec la création de sentiers d'interprétations et de livrets pédagogiques.

➔ Elle a gagné **la Palme nationale du Tourisme Durable (ATD)** en 2020

« Nous organisons une trentaine de sorties grand public sur la base d'un programme annuel qui commence en février et se termine en novembre. Certaines sorties sont également proposées lors de journées thématiques comme la journée mondiale des forêts ou des zones humides. Enfin, nous participons le plus souvent possible à des événements comme le mois du Développement Durable à Reims ou la fête du PNRA.

-> **2018** : 7200 participants, nombre qui fluctue en fonction du nombre d'événements

-> **2019** : 56 journées grand public au total pour 4000 participants

-> **2020** : 10 sorties, suspension volontaire des activités à cause des restrictions

➔ **Profil des participants** : des personnes seules ou en couple déjà très sensibilisées, particulièrement pour des sorties aux thématiques très précises qui viennent des environs jusqu'à Reims. Pour les sorties aux thématiques plus larges, plutôt un public familial. En période de vacances, 15 à 20% des participants sont extérieurs au département ou à la région ; ils sont en camping ou en gîte dans les environs.

-> En 10 ans d'activité nous n'avons presque pas eu de demandes de la part d'un public étranger, notre programme et nos activités ne sont pas traduites donc la barrière de la langue peut aussi expliquer partiellement cela.

➔ **Le prix n'est pas un obstacle**. Même en augmentant nos prix actuels en passant à un tarif unique nous aurons des participants.

➔ **Sorties PMR** : nous avons récemment mis en place des sorties nature en gyropodes adaptés aux personnes en situation de handicap. Nous ne l'avions pas prévu au départ mais la demande pour des locations individuelles augmente. Beaucoup de personnes veulent pouvoir faire découvrir la région à leur proche en situation de handicap en autonomie mais cela demande de la préparation avec un temps de formation pour l'accompagnant etc. Nous envisageons également de proposer des gyropodes valides à la location un jour.

Benoit STROEYMEYT, Directeur



-> Chaque année, « Benj'anim », le « Conservatoire d'espaces naturels Champagne-Ardenne », « la Maison de la Nature », « ReNard », « Nature et Avenir », le PNR des Ardennes et la « Société d'Histoire Naturelle des Ardennes » s'associent pour **proposer un programme d'une centaine de sorties, ateliers et expériences natures sur l'ensemble du territoire ardennais, réparties sur toute l'année**⁹⁸.

- **Slowtourisme**

Rappel : le slowtourisme est l'art de voyager en prenant le « juste temps » de s'imprégner pleinement de la nature et du patrimoine d'une destination, tout en la préservant.

→ Slowtourisme en extérieur :

Sans être dédiées à la découverte de la nature, les Ardennes proposent de multiples activités « lentes » en extérieur, qui bénéficient du cadre naturel privilégié des Ardennes.

Réalisables en autonomie ou à travers des prestataires engagés, ces activités se veulent respectueuses de l'environnement, durables et permettent de développer une offre très diversifiée de slow-tourisme sur l'ensemble du territoire :

- Tourisme fluvial (en développement) : Ardenne Nautisme et croisières Charlemagne
- Balades / marches gourmandes / découverte des producteurs locaux
- Pêche
- Yoga en plein air
- Promenade en roulotte, promenades avec un âne



⁹⁸ Programme des sorties Nature 2020 dans les Ardennes (à retrouver dans les Offices de Tourisme)

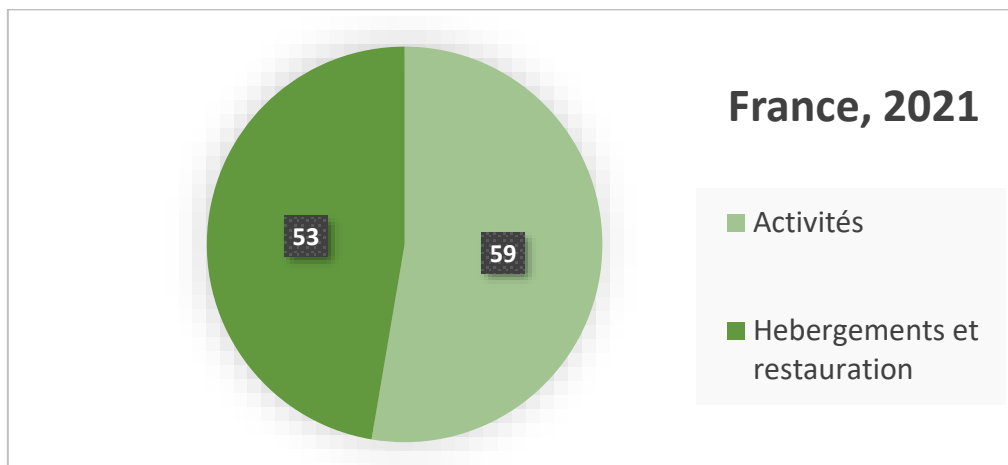
- **Tourisme « durable »**

Rappel : le tourisme durable est un tourisme qui respecte l'équilibre entre les 3 piliers (économie, social et environnement), un cadre conceptuel qui se traduit par une attitude respectueuse et responsable à adopter pour les touristes et les professionnels.

→ Hébergements et restaurateurs engagés

Par conviction et goût du bien faire, de plus en plus d'hébergeurs et restaurateurs adhèrent aux concepts du tourisme durable et adaptent leurs pratiques : sensibilisation des clients, réduction de leur consommation d'énergie, valorisation des produits locaux et utilisation de mobilier recyclé, mise à disposition de vélo pour les clients...

-> **En 2021, 53 prestataires engagés sont membres du club Ardenne Ecotourism :**



Les Ardennes voient également **se multiplier depuis quelques années des offres durables insolites proches de la nature, qui sont très populaires auprès des touristes** (hôtel bulle, hôtel cabane, nuit en roulotte, nuit en chariots, restaurant « recyclés », etc...).



→ Tourisme Culturel durable :

Le modèle du tourisme durable a vocation à s'appliquer à tous les types de tourisme.

En Ardennes, les acteurs du tourisme culturel commencent ainsi à suivre cette tendance, de manière plus ou moins forte. Pour l'instant l'attention est surtout portée sur leur consommation énergétique, leur consommation en eau, l'utilisation éventuelle de produits locaux pour les souvenirs, et sur la prévention auprès de leur public.

-> **Emblématique : Le Cabaret Vert⁹⁹, premier festival durable de France !**

Ambassadeur du tourisme durable en Ardennes, le Cabaret Vert est un festival de musiques annuel créé en 2005 qui rassemble plus de 100 000 festivaliers chaque année. Principalement axé sur la musique, le Cabaret Vert est aussi un événement qui met en valeur le savoir-faire local à travers un village associatif et des ateliers artistiques : diffusions de courts-métrages, expositions de peinture, ateliers de jonglerie, théâtre de rue, graffiti... etc.



Pour ses organisateurs, l'association FLAP créée en 2003 qui œuvre au développement durable et à la promotion de la culture en Ardennes, le développement durable est « l'âme du Cabaret Vert » : « Le festival ne se serait jamais monté sans l'envie des organisateurs de sensibiliser le public à ces problématiques ».

-> Depuis 2019, les intervenants, bénévoles, partenaires, prestataires du festival signent ainsi les « Engagements du Cabaret durable » en faveur d'un festival responsable, respectueux de son environnement économique, social et environnemental, avec des objectifs à atteindre à plus ou moins long terme, chiffrables (à l'aide d'indicateurs) et concrets.

⁹⁹ <https://cabaretvert.com/>

POINTS CLES

- Les Ardennes ont un patrimoine naturel et paysager très riche, protégé et aménagé
- **Les activités de pleines natures sont dans le TOP 3 des activités réalisées en Ardennes**
- Au-delà des offres écotouristiques, les Ardennes ont du potentiel pour développer le slow-tourisme et proposer un tourisme plus durable avec des acteurs directs engagés très variés (prestataires d'activité nature, culturelle, sportive... hébergeurs, restaurateurs).
- **Aujourd'hui** : volonté forte des acteurs touristiques engagés de créer un réseau de valorisation du département et du tourisme durable.

→ Les Ardennes sont reconnues comme une destination « verte » par le grand public :

- grâce à son patrimoine naturel
- ses nombreuses activités sportives extérieurs
- des événements emblématiques comme le Cabaret Vert

→ **Image cohérente avec ses offres** : « L'Ardenne ressort nettement comme « une destination nature avec ses activités ainsi que par ses produits du terroir¹⁰⁰. »

Conclusion :

→ Cœur de l'activité ou cadre privilégié à la pratique de sports, de slowtourisme, ou pour des hébergements insolites... **la nature est essentielle au tourisme dans les Ardennes :**

Selon une enquête réalisée en 2019 auprès des opérateurs touristiques de l'Ardenne¹⁰¹ :

- 88% considèrent que la nature et un cadre attractif sont des atouts indispensables pour leur entreprise
- 55% estiment que le patrimoine naturel et paysager est la raison de la visite de plus de la moitié de leur clientèle

¹⁰⁰ Grand Est, (2018), « Schéma régional de développement du Tourisme 2018-2023 »

¹⁰¹ AGRETA, (2021), « L'écotourisme en Ardenne : les chiffres clés »



Portrait : Julie Ledemé de Mesanj Yoga¹⁰²

Membre du club Ardenne Ecotourisme, Julie est au départ professeure de yoga. En 2019, après un an de réflexion, elle prend le pari de créer une première expérience originale et insolite liée à son domaine d'activité principal : la « Rando Yoga ». En juin 2020, la « Marche Méditative » est à son tour proposée aux curieux.

→ 2 expériences pour 2 objectifs très différents :

Je propose deux concepts que j'ai inventé en Ardennes (et même peut-être en France), la « Rando Yoga » et la « Marche Méditative », qui n'ont pas du tout le même objectif.

La « Rando Yoga » se compose en 3 temps : séance de yoga postural en salle au départ, randonnée à pied de 6 km ensuite, et 20 à 30 minutes de yoga postural en extérieur à l'arrivée. Pendant cette demi-journée dédiée à soi-même, on parle, on échange, les gens sont heureux. **L'objectif est de connecter les gens à eux-mêmes et de passer un moment bienveillant avec l'aide de la nature.**

Pendant la randonnée, je réalise également des interventions pour expliquer les différentes essences d'arbres, les liens qu'ont les arbres aux autres espèces... un **moment plus pédagogique mais toujours dans l'échange intérieur-extérieur.**

La « Marche Méditative » est une promenade guidée silencieuse et lente de 2 km qui a pour objectif de se connecter à ses sens. Je réalise 4 arrêts dédiés aux 4 sens (sauf le goût) : d'abord je les guide afin de regarder des détails très petits de la nature, puis très gros, découvrir des textures, etc... puis ils sont en autonomie afin d'expérimenter leur environnement de manière totalement libre, selon l'envie, sans jugement.

Pendant 2h30, nous faisons le lien entre l'humain et la nature qui est un terrain de jeu extraordinaire.



¹⁰² <https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme/mesanj-yoga>

→ Pourquoi ces 2 expériences ?

La volonté de diversifier mon activité était avant tout personnelle. Je ne voulais plus seulement faire du cours collectif même si j'aurai certainement gagné plus. J'ai aussi créé ces deux concepts pour répondre à un besoin premier qui est de se décharger de « ce qui ne va pas ». Fan de randonnée, je trouve que la marche permet déjà cela, et j'ai donc décidé de l'associer au yoga.

Enfin, je voulais pouvoir partager des valeurs que je n'arrivai pas à bien transmettre en cours collectif. **Le respect de l'environnement, le respect de l'autre, le partage, sont des valeurs fortes du yoga que je peux plus facilement communiquer dans la nature, pendant la rando qui est un moment d'échange, ouvert à tous peu importe le niveau de yoga.**

→ La nature est essentielle :

Bien sûr, la nature est plus qu'un outil de travail, c'est un collègue privilégié. J'encourage d'ailleurs les personnes en souffrance avec qui je travaille à l'année, de compléter leur thérapie par la marche méditative qui a un effet thérapeutique hors norme grâce à la nature.

« La nature est un atout touristique majeur pour le département qui a une immense variété de paysages et de propositions, on pourrait facilement passer 2 semaines à simplement se balader. Quand on voit que la Belgique arrive à drainer beaucoup plus de touristes que la partie française on se dit qu'il y a effectivement un potentiel à développer. »

Guillaume MOLENDINI, Association ReNard



C- Demande en hausse pour le tourisme durable et de nature en Ardennes

a. *Un bassin de clientèle cohérent*

Profil des touristes en Ardennes, 2018-2019¹⁰³ :

-> **70% des visiteurs sont Français** (excursionnistes ou touristes hors population locale)

- Grand Est (23%)
- Hauts de France (13%)
- Ile de France (23%)
- Nouvelle Aquitaine (8%) et Auvergne-Rhône-Alpes (7%)

-> Les visiteurs étrangers sont majoritairement :

- Belges (54%)
- Néerlandais (18%)
- Allemands (13%)

→ Les Ardennes attirent majoritairement une clientèle issue de son bassin de clientèle « naturel », soit proche géographiquement, ce qui est **un triple avantage** :

- 1. permet de réduire les temps de trajet (= les coûts financiers et environnementaux)**
- 2. permet de valoriser le tourisme de proximité qui gagne en popularité**

-> Sondage de la Banque Européenne d'Investissement (BEI), 2019¹⁰⁴ :

- 78% des européens interrogés souhaitent aller en vacances dans leur propre pays ou dans un pays proche
- 1 européen sur 2 préfère prendre le train de nuit que l'avion pour les trajets longs

- 3. permet de plus facilement valoriser les offres transfrontalières de nature**

-> Enquête de la DGE, 2020¹⁰⁵ :

- 50% des touristes à vélo ont leur résidence principale à moins de 200 km du point d'enquête
- 20% des cyclistes itinérants viennent de plus de 450 km

→ Sa clientèle est également **issue des pays les plus sensibles aux questions environnementales et aux offres touristiques durables.**

¹⁰³ Région Grand Est, (2019), op. cit. p.43

¹⁰⁴ ATD, (2019), op.cit p.11

¹⁰⁵ DGE, ADEME, (2020), op.cit p.41

Elle est aussi particulièrement à la recherche de nature et d'espace pendant ses vacances : origine urbaine et forte concentration démographique dans les pays du nord-ouest européen.

-> En 2019 : 40% des Belges souhaitent pratiquer des activités de nature pendant leur prochaines vacances¹⁰⁶.

→ Tout en ayant les moyens pour pratiquer un tourisme « de luxe » : une offre durable peut se combiner à un tourisme haut de gamme .

Tendances favorables à prendre en compte pour les Ardennes :

→ **Renouveau des destinations nature** en France et en UE lié au nouveau profil du voyageur : plus connecté, plus responsable, plus informé¹⁰⁷.

→ **Réchauffement climatique** : le point de rupture de l'attractivité des températures pour les touristes est presque déjà atteint pour la saison estivale dans les destinations du Sud de l'Europe.

- Le Programme de recherche européen COACCH prévoit une perte de la clientèle au Sud au profit des destinations plus fraîche dans le Nord de l'Europe¹⁰⁸. (p.24)

- Dès 2019, les destinations non-urbaines ont gagné en public qui évitait les fortes chaleurs pour des régions plus fraîches¹⁰⁹.

- **Demande en matière de tourisme durable et de nature en 2021 vue par les Offices de Tourisme :**

Enquête réalisée en juillet-aout 2021 auprès des 7 OT des Ardennes.

Résultats (pour 6 participants à l'enquête) :

1- Types d'activités les plus demandés par les visiteurs des OT :

1. Visite de ville
2. Marchés / produits locaux
3. Sports de pleine nature
4. Visite de monuments
5. Randonnées (pédestres, cyclo, équestre)

¹⁰⁶ GFG, (2019), Travel Intentions Dashboard

¹⁰⁷ ADEME, (2021), op.cit p.9

¹⁰⁸ ATD, 2019, op.cit p.11

¹⁰⁹ Industrie Hôtelière, op.cit p.22

2- Sur une échelle de 1 à 10 : l'importance du tourisme de nature dans les Ardennes en termes d'offre et de demande pour les OT (l'écotourisme est-il très développé ou non ?).

Moyenne de 6,5 (2 OT ont répondu 8 / 2 OT ont répondu 5)

3- Sur une échelle de 1 à 10 : l'importance du tourisme de nature dans les Ardennes en termes de pertinence pour les OT (1 = peut s'en passer / 10 = indispensable)

Moyenne de 9

4- 2/ 6 OT n'observent pas de demande spécifique pour un tourisme de nature / durable

(Résultats basés sur les réponses de 4 participants à partir d'ici)

5- Types d'activités de nature / durable les plus demandées par les visiteurs des OT :

1. Itinéraires vélos
2. Activités en famille
3. Activités insolites
4. Marchés / producteurs locaux
5. Art / artisanat

6- 4/4 des répondants observent une augmentation de la demande pour un tourisme de nature / tourisme durable d'année en année

7- Origine des visiteurs des OT qui font ce genre de demandes :

1. Pays Bas
2. Belgique
3. France
4. Luxembourg
5. Allemagne / Royaume-Uni

8- Profil des visiteurs des OT qui font ce genre de demandes :

1. En couple sans-enfant
2. En famille avec enfant(s)
3. Entre amis sans enfant
4. Seul(e)
5. En groupe organisé
6. Entre amis avec enfant(s)

→ Analyse des résultats (partie 1) :

- Il existe une **disparité de la demande** en tourisme de nature entre les différents EPCI
- Il existe une disparité de l'offre en tourisme de nature entre les différents EPCI

-> Mais tous les OT (EPCI) reconnaissent que le tourisme de nature est très important pour développer le tourisme en Ardennes

-> **Point de vigilance, la demande auprès des OT ne reflète pas toujours la demande réelle :**

- Les OT sont situés en ville, les visiteurs ne peuvent donc pas tous y aller
- Grace aux outils numériques, il est possible de créer son séjour sans passer par l'OT
- Pour les activités de nature et la randonnée, les visiteurs sont majoritairement autonomes

→ Analyse des résultats (partie 2) :

-> L'intérêt des visiteurs pour le tourisme de nature / durable **augmente « naturellement »** d'année en année.

-> **Le vélo est l'activité nature phare des Ardennes.**

-> Les Néerlandais, les Belges et les Français sont les 3 premiers demandeurs d'activités nature / durable chez les OT, ce qui correspond aux chiffres obtenus par la région.

-> Les 3 profils les plus demandeurs d'activités nature / durable sont **les couples sans-enfants, les familles et les groupes d'amis**

→ **Ces visiteurs ont des profils variés qui sont un avantage car :**

- **permettent de diversifier l'offre**
- **mais demandent des offres spécifiques et adaptées**

- **Consultation des sites VisitArdenne et Ardennes.com**

→ **VisitArdenne (chiffres de consultations uniques réalisées en 2021):**

- Nombre de vues uniques pour la page « Ecotourisme » (par langue) :
 - FR : 690 / NL : 82 / DE : 46 / EN : 20
- FR : 1^{ère} page la plus visitée : « Top des cabanes »
- NL : 1^{ère} « Top des cabanes » / 4^{ème} « Rando Spa » / 5^{ème} « Randos de plusieurs jours »
- DE : 3^{ème} « Top 5 randonnées »
- EN : 1^{ère} « Kayak sur la Sûre » / 3^{ème} « Rando Vianden » / 4^{ème} « Voie Verte »

→ **Ardennes.com (chiffres de consultations uniques réalisées en 2021):**

- Randonnées, promenade, vélo : 3 premières pages consultées pour les activités en Ardennes
- Hébergements insolites : 1^{ère} page consultée toutes pages confondues
- « Tourisme responsable » : 160 sur 4000 pages consultées

- **Demande en matière de tourisme durable vue par les acteurs directs en 2021 :**

Enquête sur le « tourisme durable et écotourisme en Ardenne » réalisée en juin-août 2021 auprès des membres du club « Ardenne Ecotourism » :

Résultats pour 21 répondants (France) :

1. Observez-vous un changement des comportements / des attentes chez vos clients depuis le début de votre activité (hors contexte COVID19) ?

- 40% : oui des changements positifs
- 0% : oui des changements négatifs
- 32% : non pas de changements
- 28% : je ne sais pas

-> précision : chaque type de prestataire interrogés (hébergement / restauration / site de visite / activité extérieure) a répondu de manière similaire, environ 1/3 pour chaque choix.

2. Si oui, quels types de changements avez-vous observé ? (pour 10 répondants) :

- 1 réponse : les touristes sont moins sensibles aux valeurs de l'écotourisme
- 5 rép : les touristes sont plus respectueux de l'environnement
- 6 rép : les touristes demandent plus d'itinéraires (vélo, rando...) et d'activités nature
- 6 rép : les touristes demandent plus de produits locaux
- 5 rép : les touristes de proximité sont plus nombreux qu'auparavant

Remarques additionnelles :

-> « Très bon retour positif sur les éco-gestes mis en place. Les touristes sont sensibles. »

-> « Les interrogations des clients sont plus nombreuses, notamment sur l'environnement et le lien que l'Homme entretient avec lui ; les inquiétudes sont aussi présentes. »

3. Les touristes / vos clients sont-ils correctement informés sur ce qu'est l'écotourisme ?

- 20% : oui
- 24% : non
- 56% : je ne sais pas

→ Analyse des résultats :

-> **1/3 des professionnels interrogés ont observé un changement positif dans les comportements et attentes de leurs clients en matière de tourisme durable.** Aucun n'a perçu de changement négatif.

-> **L'intérêt des visiteurs pour le tourisme de nature, le local et le tourisme de proximité augmente d'année en année.** Les visiteurs semblent également plus sensibles aux questions durables.

- **Impact du COVID19**

A partir de l'enquête réalisée en juillet-août 2021 auprès des 7 OT des Ardennes :

→ 4/4 des répondants observent une augmentation de la demande pour un tourisme de nature / tourisme durable suite à la pandémie COVID19

A partir de l'enquête sur le « tourisme durable et écotouristique en Ardenne » réalisée en juin-août 2021 auprès des membres du club « Ardenne Ecotourism »

→ Comment qualifiez-vous l'impact de la crise sanitaire sur votre activité ?

- 4 réponses : pas d'impact
- 3 rép : gros impact positif
- 11 rép : gros impact négatif
- 3 rép : petit impact positif
- 4 rép : petit impact négatif

-> précision : les 4 réponses « pas d'impact » et 3 réponses « gros impact positif » ont été données par des hébergements.

Remarques additionnelles :

-> « Il y a un net retour à la nature. Mais les réservations se font de plus en plus au dernier moment » / « ma clientèle est devenue plus sensible à l'environnement »

« Mon hébergement n'était pas répertorié avant le covid cependant, je constate que les gens sont plus sensibles au tourisme durable et à des vacances "nature". Moins besoin de faire des milliers de kilomètres pour se dépayser. »

-> « Pertes colossales de fréquentation sur avril/mai/juin (quasi moitié de la fréquentation habituelle) » / « Grosse perte de Chiffre d'affaires en 2020 » / « année 2020 blanche et 2021 identique » / « Les confinements ont totalement mis à l'arrêt l'activité »

Votre expérience en temps de COVID19 ?

A la fin du premier confinement, en 2020, toutes mes sorties étaient complètes et on ressentait chez les gens une très forte envie de se retrouver avec la nature. Cet été, c'est très différent. Il y a un manque d'engouement, de motivation de la part des personnes. On sent qu'ils ont envie de liberté et qu'ils ne veulent pas d'un cadre défini ou d'un programme. Ils sont très intéressés par les activités mais ne s'inscrivent pas forcément ou ne respectent pas leur engagement. J'ai eu de très nombreuses annulations de dernière minute sans raison valable. Peut-être à cause de la peur d'être au contact d'autres personnes qu'ils n'ont pas choisies. »

Julie LEDEME, MesanJ Yoga, membre du club Ardenne Ecotourism

« Le Parc dispose d'un observatoire de l'itinérance douce et le déconfinement a fait exploser les flux. Par ailleurs, l'été 2020 a amené une nouvelle clientèle sur le territoire (+22% de flux) et de nombreux conflits avec des incivilités constatées sur certains secteurs (Vallées de la Semoy et en forêts domaniales). Cette nouvelle clientèle urbaine, en quête de nature n'est pas sensibilisée : méconnaissance des règles en milieu naturel (bivouac sauvages, déchets, stationnement sauvage, conflit entre usager piéton/vélo/moto...). Un outil est en cours de développement (lancement le 15/10/21) pour pallier ce problème d'information. »

Damien PECHEUX,

Chef du pôle promotion du territoire et Chargé de mission tourisme au sein du PNRA

« Le tourisme de nature correspond à un vrai intérêt, et on doit parfois refuser du monde. Il faut qu'il soit mis en avant et développé surtout après la crise sanitaire. Cette année (2021), on voit des publics nouveaux lors des sorties, des jeunes citadins avec enfants qui n'y connaissent rien mais qui ont envie de prendre l'air en étant accompagné pour la connaissance des lieux. On sent un réel plaisir de participer et on n'est pas dans des activités de masse. La plage va être bondée, il y aura la queue pour certains équipements, alors que là c'est un effectif limité et un espace vaste. »

Benoît STROEYMEYT, Directeur de la Maison de la Nature de Boult aux Bois

→ La crise COVID19 a majoritairement eu un impact négatif pour les professionnels du tourisme ardennais à cause des confinements, règles sanitaires, incertitudes pour les touristes.

Seuls les hébergements ont pu voir un impact positif plus ou moins fort, avec une clientèle qui préfère peut-être réaliser des activités en autonomie sans prestataires par peur des contraintes et du contact.

-> Les différents acteurs interrogés constatent néanmoins une sensibilité et une demande accrue pour le tourisme durable et de nature en temps de COVID19.

POINTS CLES : BASSIN DE CLIENTELES

→ Les Ardennes ont un bassin de clientèle très cohérent et propice au développement d'un tourisme plus durable et de nature :

- Une clientèle régionale de proximité dès le départ : Français, Belges, Néerlandais (top3)
 - Permet de réduire les coûts financiers et environnementaux liés au déplacement
 - Permet de valoriser les offres transfrontalières plus facilement
- Une clientèle qui recherche le contact avec la nature et les sports en extérieur (forte demande).

→ Des tendances qui se renforcent de plus en plus, hors et en période COVID19 :

- Tourisme de proximité
- Tourisme de nature / en extérieur
- Tourisme plus lent, local, responsable
- Sensibilité aux questions durables et aux gestes associés

→ Les visiteurs des Ardennes ont des profils variés qui sont un avantage car :

- permettent de diversifier l'offre touristique
- mais demandent des offres spécifiques et adaptées pour être attractives

→ Le vélo est l'activité nature phare des Ardennes

→ Le tourisme de nature se réalise principalement en autonomie, grâce aux outils numériques.