



Tourisme Durable dans les Ardennes



**Atouts et perspectives
Dossier de synthèse**

ADT des Ardennes, 2021

PRO.ARDENNES.COM

Présentation de l'étude

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-Vlaanderen, 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.

Ainsi, 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 socio-économiques profonds à toutes les échelles, où le « tourisme durable » devient le fer de lance de la majorité des destinations, la présente étude a pour but de montrer l'intérêt du département des Ardennes à continuer de développer et de valoriser son offre touristique durable et écotouristique, qui correspond de fait, à un réel potentiel 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 afin d'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'étude 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 souhaitant s'engager dans une démarche écotouristique.



Sommaire

Pourquoi développer le tourisme durable dans les Ardennes ?	p 4
Définitions	p 4
Un contexte favorable au développement du tourisme durable.....	p 5
Un secteur déjà en transition en France et en Europe.....	p 7
En bref	p 8
Comment développer le tourisme durable en Ardennes ?	p 9
Le tourisme durable et l'écotourisme dans les Ardennes aujourd'hui	p 9
Stratégie de l'ADTA entre 2016 et 2021 – Ardenne Ecotourism.....	p 9
A l'échelle régionale : Explore Grand Est, destination SMART	p 10
Offres et atouts des Ardennes : tourisme durable et de nature	p 10
Demande en hausse pour le tourisme durable dans les Ardennes.....	p 14
Analyse Forces / Faiblesses – Opportunités / Menaces (SWOT)	p15
Ambitions et pistes d'actions pour le territoire :	p 16
Intégrer l'ensemble des acteurs dans une stratégie de développement durable.....	p 16
Proposer une offre durable globale, attractive et rentable	p 17
Adapter l'ingénierie touristique	p 19
Ambitions et pistes d'actions pour les professionnels du tourisme :	p 20
S'engager dans une démarche de développement durable	p 20
Se faire connaître et reconnaître.....	p 22
Sources	p 23



Pourquoi développer le tourisme durable en Ardennes ?

Définitions

Développement Durable

→ Parmi ses diverses définitions, nous utiliserons ici celle retenue par l'INSEE :

« 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 soutenable¹ ».

Le « Développement Durable » a rapidement été considéré comme synonyme de protection de l'environnement en mettant de côté ses autres dimensions. Néanmoins, il repose en réalité sur un équilibre entre ses 3 piliers : **Environnemental, Social et Economique**.

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.² »

Le tourisme durable n'est pas une forme d'activité touristique spécifique (comme le tourisme d'affaire par exemple). C'est un cadre général de réflexion, **un ensemble de concepts applicables à tout type de destination et toute forme de tourisme** (même de masse) ; un ensemble de codes de conduite à adopter, pour les touristes et les acteurs du secteur. Ces directives s'articulent autour de 3 axes qui reprennent les 3 piliers du Développement Durable. A partir de cela, 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.

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 locale⁴ »

Depuis 2015, il fait partie des 5 « pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique de la France » identifiés par le Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères pour le secteur du tourisme⁵.

Slowtourisme

→ 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'imprégnier 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 habitants⁶ ».

De fait, le slowtourisme est une des formes « alternatives » du tourisme qui ont récemment émergées. Elle 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 ». Mais ce n'est pas non plus une activité touristique spécifique comme l'écotourisme. **C'est un état d'esprit dans lequel s'inscrit le touriste** qui se veut en contraste à la consommation rapide du lieu visité. L'écotourisme est une forme de slowtourisme.

Pourquoi développer le tourisme durable en Ardennes ?

Un contexte favorable au développement du tourisme durable

Prise de conscience globale et locale des enjeux durables

On observe une diffusion globale et progressive des principes du Développement Durable dans nos sociétés depuis les années 1990, et particulièrement concernant la protection de l'environnement. **Depuis une quinzaine d'année, face à l'urgence climatique, cette prise de conscience tend à s'accélérer, particulièrement en Europe.**

De plus en plus, **le tourisme est pointé du doigt pour ses effets négatifs** (pollution, surtourisme, menace pour les habitants) par des organismes militants, les populations locales et les touristes eux-mêmes. Des mouvements comme « flyghskam⁷ », des manifestations anti-touristes et des discours tourismophobe ont également vu le jour en Europe⁸.

→ En découle une **prise de conscience progressive et générale de la part des acteurs touristiques (publiques et privés)** de la nécessité de faire évoluer le secteur vers du durable.

Quelques chiffres⁹

En France, en 2018 : le secteur a produit **118 millions de tonnes de CO2 équivalent, soit 11,1% des émissions GES nationales** -> 77% liées aux transports (41% liés à l'avion) | 20% dues à l'hébergement, la restauration et l'achat de biens (comprend les émissions en amont et pendant le séjour).

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

→ Au-delà des émissions de GES, **le tourisme génère également de lourdes pressions sur l'environnement** : augmentation et concentration des consommations énergétiques, production de déchets, pression sur la biodiversité...

Pourquoi passer au durable pour les professionnels du tourisme / les destinations ?

Cela va devenir une obligation à court terme (lois, réglementations) ;
Pour garantir l'attractivité et l'image positive de la destination/de son activité ;
Pour répondre à une demande de la part des clients et renforcer sa compétitivité ;
Et faire des économies, garantir de la qualité et développer son territoire.

Du côté des consommateurs : demande en hausse pour un tourisme plus durable

Dès 2019, l'OMT a identifié une « sensibilité croissante des visiteurs au durable » dans le TOP 6 des tendances mondiales¹⁰. D'après l'enquête annuelle « Voyage Durable » de Booking.com (édition 2018) : **87% des voyageurs sondés (à l'échelle globale) disent vouloir voyager plus durablement.**

→ **L'approche environnementale est plus parlante pour les clients** qui associent majoritairement un « séjour durable » à un séjour dans un « hébergement durable¹¹ ». **Pour développer son activité durable, le « vert » est donc une vitrine essentielle à mettre en avant** même si l'engagement ne doit pas s'y limiter.

→ 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 responsables¹².

→ **Le local et « vivre une expérience authentique » est la seconde considération la plus importante pour les visiteurs** : rencontres, paysages, nourriture, économie circulaire....

Crise du COVID-19 : un nouveau départ ?

→ Catastrophe économique pour les années 2020-2021 de manière générale¹³

→ **Saison estivale 2020 : fréquentation inégale en France¹⁴ :**

- Baisse de la fréquentation 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 le locatif et les campings

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

- Opportunité de repenser le secteur du tourisme et repartir sur de meilleures bases¹⁵
- Sensibilité accrue des touristes et futurs touristes pour le durable en période Covid-19¹⁶
- Augmentation de la demande pour un tourisme de nature et de proximité.

→ **Observatoire Euromonitor International¹⁷ :**

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.

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%.

Mais une grande marge de progrès subsiste :

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

2/ **La communication et la mise en avant actuelle de l'offre durable** est jugée comme insuffisante par les clients.

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

Pourquoi développer le tourisme durable en Ardennes ?

Un secteur déjà en transition en France et en Europe

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

On retiendra particulièrement les actions de :

- La Bretagne (précurseur pour les séjours sans-voiture)¹⁸ ;
- La région Provence-Alpes-Côte d’Azur (écotourisme et lutte contre le surtourisme)¹⁹ ;
- L’Auvergne-Rhône-Alpes (« Tourisme bienveillant »)²⁰ ;
- L’Occitanie (« Plan tourisme durable et responsable 2021 »)²¹.

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 :

Adoption de l’affichage environnemental, mise en place d’écogestes, nouveaux concepts d’hébergements écoresponsables et solidaires, coopération avec des associations...

On remarque également l’explosion de start-ups, initiatives et propositions innovantes afin de développer des formes de tourisme alternatives qui sont soutenues par les acteurs publics (financements et accompagnement) et des acteurs indirects engagés de plus en plus nombreux.

→ Atout France, la DGE, l’ADEME, Acteurs du Tourisme Durable (ATD)...

Enfin, on note la « transition » des Agences de voyages et des guides touristiques français qui mettent de plus en plus en avant les séjours durables, en réponse à l’augmentation de la demande et de l’offre ainsi que l’apparition de prestataires spécialisés.

En bref

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 ?



- 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 ;



- Compétitivité : un nombre de plus en plus important de destinations françaises adoptent des schémas durables et proposent des formes de tourismes alternatives et de nature ;



- Cohérence : les Ardennes ont un réel potentiel, naturel et humain, afin de développer une offre attractive et originale.

A retenir :

L'activité touristique représente 11% des émissions de gaz à effet de serre en France.

EN 2021, 81% des personnes interrogées par Booking souhaitaient séjourner dans un hébergement durable au cours de l'année à venir (+20% par rapport à 2016).

Parmi eux :

- ⇒ 84% souhaitent réduire leurs déchets ;
- ⇒ 53% n'apprécient pas les hébergements sans dispositif de recyclage ;
- ⇒ 83% souhaitent réduire leurs consommations d'énergie ;
- ⇒ 79% apprécient les mobilités respectueuses de l'environnement.



Comment développer le tourisme durable en Ardennes ?

Le tourisme durable et l'écotourisme dans les Ardennes aujourd'hui

Stratégie portée par l'ADT de 2016 à 2021 : 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 » (4 projets constitutifs) :

- **Ardenne Ecotourism**
- Ardenne Ambassadors
- Ardenne Marketing
- Ardenne Cyclo

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.**

3 axes de travail :

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.

Des actions concrètes :

- ⇒ **Création et animation du « Club Ardenne Ecotourism » depuis 2017** : 59 membres en France en 2021 (143 au total) ;
- ⇒ **Opération « Menu de terroir Ardennais »** : action de promotion destinée à valoriser les restaurants et leurs producteurs locaux ;
- ⇒ **Création d'un sentier accessible (handicap), d'aires de bivouacs et d'aires paysagères** en partenariat avec des acteurs du territoire

Pour rejoindre le club Ardenne Ecotourism gratuitement et avoir plus d'informations sur les démarches entreprises par l'ADT :
<http://pro.visitardenne.com/demarche-ecotouristique-rejoindre-le-club-ardenne-ecotourism/>

A l'échelle régionale : Explore Grand Est, Destination SMART

Le schéma régional de développement touristique de la région Grand-Est 2018-2023 se tourne : « **Vers un tourisme de valeurs porteur de sens et de croissance²²** ». Parmi les 6 thématiques « signature » identifiées :

- 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.

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

Le schéma prévoit un **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 des aides financières pour soutenir la transition énergétique et les initiatives durables des professionnels du tourisme²³.

Offres et atouts des Ardennes : tourisme durable et de nature

Dans son ensemble, 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

Des habitants et professionnels fiers de l'Ardenne et de ses valeurs :

- 219 adhérents français à la marque « Ardenne » <http://pro.visitardenne.com/>
- 3856 adhérents Ardennais au club « Mon Ardenne » - <https://monardenne.com> (chiffres 2021)

Atouts naturels mis en valeur

→ 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 différentes dont 7 endémiques.

→ Aménagements :

- 159 km de voies cyclables dont 130 km d'Euro-Vélo 19,
- 110 km de voie verte Sud-Ardennes (de Pont-à-Bar à Brienne-sur-Aisne), 50 km livrés en 2022, le reste en 2023,
- différents types de chemins balisés et adaptés,
- 3 lacs aménagés.

Parc Naturel Régional des Ardennes

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. Il accueille 2 sites classés « réserves naturelles nationales » et anime 7 sites Natura 2000.

→ En matière de tourisme, on y trouve 300 km de sentiers pédestres, 1 sentier transfrontalier accessible aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR) (+1 autre sentier accessible en cours d'aménagement), 2 voies vertes le long de la Meuse et un espace VTT.

Offres touristiques « durables » dans les Ardennes

Randonnée, balade de détente, balade pédagogique, bivouac²⁴

- 4 sentiers de Grande Randonnée : GR 654, 12, 14 et 16.
- 3 grands sentiers : Sentier européen E3, Voie de Saint Martin, Grand Sentier de France.

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.

47 sentiers de Promenade et de Randonnée (PR) classés selon 4 niveaux de difficulté et de nombreux sentiers thématiques avec de la médiation / des animations

Chiffres clés²⁵

La randonnée est 3^e activité réalisée durant un séjour en Ardennes mais aussi la 1^{re} activité sportive des Français en vacances

La randonnée est la 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



Cyclotourisme (VTC et VTT) :

La Voie verte Trans-Ardenne représente 130 km de piste goudronnée.

Le tracé de la voie verte correspond à celui du train, le transport du vélo étant gratuit dans les TER en Ardennes.

- 3 vélo-routes sont liées à la Voie verte Trans-Ardennes.
- 2 circuits longs transfrontaliers : La Meuse à Vélo, l'Echappée Transwallone.
- Plusieurs boucles VTT / VTC / VAE.

Chiffres clés

> En France²⁶ :

- 2^e 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 les vacances.

« Effet COVID » : l'été 2020 a été marqué par une augmentation nationale de la fréquentation cyclable : +31 % en France du 11 mai au 16 aout selon Vélo & Territoires

> En Ardennes²⁷ :

- 2019 : 302.000 passages sur la Voie verte Trans-Ardennes dont 60% à vélo ;
- Retombée économique estimée à 8 millions d'euros ;
- 2021 : 50 prestataires labellisés « Accueil Vélo » en Ardennes.

→ Un + pour une destination :

- Le niveau de dépense moyen/jour des touristes à vélo est supérieur aux touristes non cyclistes (68 €/jour en moyenne) ;
- Le touriste à vélo dépense globalement plus en hébergement et restauration.

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.

Chiffres clés :

> En 2019 : 2 132 participants à l'Ardenne Méga Trail (AMT) ;

- Une opportunité majeure pour la valorisation du territoire ;
- Découverte du territoire par le traileur- qui pourra revenir en tant que touriste ;
- Les accompagnateurs du traileur sont des touristes ;
- Faire découvrir les produits locaux à travers les « paniers cadeaux » des coureurs.

Randonnée équestre et autres sports de pleine nature

Un itinéraire de randonnée équestre d'environ 560 km est en cours de création.

Il existe de nombreuses autres possibilités pour pratiquer des activités sportives de pleine nature dans le département : **canoé, parapente, escalade, paddle, trottinette tout**



Ecotourisme et sorties natures

Prestataires privés et associations engagées proposent de découvrir la biodiversité des Ardennes :

- Balade pédagogique avec des ânes, visite guidée de la Meuse et sa biodiversité en canoé, balades-découvertes de la faune et la flore...²⁸
- Sorties natures proposées par diverses associations ou prestataires privés : Nature et Avenir / ReNard / La Maison de la Nature de Boult aux Bois / Benj'anim / le Conservatoire d'espaces naturels Champagne-Ardenne...²⁹

Slowtourisme

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.

→ Tourisme fluvial (en développement) ; balades ; marches gourmandes ; découverte des producteurs locaux ; pêche ; yoga en plein air ; promenade en roulotte, à cheval, avec des ânes...

Tourisme durable

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...

→ Les Ardennes voient également se multiplier depuis quelques années **des services durables insolites proches de la nature**, très populaires auprès des touristes (hébergement dans une bulle, en cabane, en roulotte ou chariot, etc...).

En bref :

Les activités de pleine nature sont dans le TOP3 des activités réalisées en Ardennes

- 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 : des activités qui restent très saisonnières (estivales)

Les Ardennes bénéficient d'un fort potentiel pour développer le slow-tourisme et proposer un tourisme plus durable avec des acteurs directs engagés très variés.

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

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

La nature constitue une composante majeure du tourisme dans les Ardennes

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

Dans les 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 consom-

mation en eau, l'utilisation éventuelle de produits locaux pour les souvenirs, et sur la prévention auprès de leur public.

→ **Emblématique : Le Cabaret Vert, premier festival durable de France !**

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

Profil des touristes en Ardennes, 2018-2019³⁰ :

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 offre un triple avantage :

1. **Réduire les temps de trajet** (= les coûts financiers et environnementaux) ;
2. **Valoriser le tourisme de proximité** qui gagne en popularité ;
3. **Valoriser les offres transfrontalières** de nature.

→ Elle est également issue des **pays parmi les plus sensibles aux questions environnementales** et en recherche de nature pendant leurs vacances, tout en ayant les moyens de pratiquer un tourisme durable « 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 informé.

Réchauffement climatique : en Europe 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. Les touristes ont tendances à désérer les centres urbains et les destinations chaudes pour le Nord de l'Europe.

Selon les Offices de Tourisme et les prestataires interrogés sur la période estivale de 2021 :

- Le vélo est l'activité nature phare des Ardennes ;
- On constate une certaine disparité de la demande et de l'offre en tourisme de nature entre les différents EPCI ;
- L'intérêt des visiteurs pour le tourisme de nature / durable / de proximité / local augmente avec le temps ;
- On observe une évolution positive des comportements et attentes des clients vers le durable.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Patrimoine naturel très attractif et aménagé ; • Fort potentiel pour l'intermodalité (réseau ferré, voies vertes et voies fluviales) ; • Professionnels engagés / prêts à s'engager ; • Clientèle de proximité sensible aux questions durables et à la recherche de nature ; • Destination reconnue propice au tourisme durable ; • Une première stratégie durable qui a fonctionné avec des outils de communication et de valorisation spécifiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Des professionnels ayant des connaissances limitées sur ce qu'est le tourisme durable, les formes alternatives de tourisme et sur la demande ; • Des aménagements en manque de valorisation touristique ; • L'accessibilité aux offres « durables » en transports autre que la voiture insuffisante ; • Une mise en réseau encore trop faible entre professionnels du tourisme et entre professionnels du tourisme et acteurs territoriaux ; • Valorisation de l'engagement durable qui manque d'efficacité ; • Observation du tourisme durable et prise en compte de critères durables ; • Pas de schéma de développement durable à l'échelle du territoire.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Clientèle de plus en plus à la recherche de sens dans leur voyage, d'engagement, de rencontre, d'authentique ; • Des aides financières et des lois en faveur du tourisme durable ; • Un réseau de destinations et acteurs engagés qui se renforce ; • Contexte de crise favorable aux formes de tourismes alternatives et de proximité ; • Réchauffement climatique : renforce l'attractivité des destinations plus fraîches ; • Permet de réaliser des économies sur le long terme ; • Nouvelles générations plus sensibles au développement durable ; • Préservation du territoire, de la qualité de vie et de l'environnement ; • Accessible à tous types de publics (et des clients sensibilisés au durable) ; • Propice à la création d'offres insolites. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lourdeur administrative et coûts pour accéder aux labels ; • Offres durables qui restent secondaires dans la majorité des cas ; • Concurrence de plus en plus forte entre destinations durables ; • Modèle qui peut limiter le nombre de touristes accueillis à la fois ; • Matériaux durables parfois plus chers à l'achat et à l'entretien ; • Sensibilisation difficile des clients sans discours moralisateur ; • Perçue comme une charge de travail supplémentaire ; • Petits prestataires dépendants des grandes plateformes.

Ambitions et pistes d'actions : pour le territoire



1 - Intégrer l'ensemble des acteurs dans une stratégie de développement durable

Stratégie commune : gouvernance partagée et coopération intersectorielle

Proposer une offre de tourisme durable qui fonctionne sur le long terme n'est possible qu'en travaillant en commun avec toutes les parties prenantes du territoire : autrement dit les collectivités territoriales, les socio-professionnels et la population locale.

Cela impliquerait d'élaborer une stratégie de développement commune dans le cadre d'une politique durable départementale, voire régionale, afin de coordonner les moyens et les actions de

l'ensemble du territoire avec les acteurs touristiques publics et privés, les institutionnels...

Il serait également important d'inciter les socio-professionnels à s'engager et suivre la démarche pour donner une cohérence à la stratégie de la destination Ardennes. Le consommateur ne voit ainsi pas seulement des prestataires touristiques engagés dans le durable mais un territoire engagé dans sa totalité, même en dehors du cadre touristique.

Impliquer les habitants des Ardennes

Que ce soit dans la conception d'une stratégie de développement ou dans l'offre touristique elle-même, impliquer la population locale demeure incontournable dans la volonté de créer un tourisme plus durable à impact positif. C'est également un facteur d'attractivité à ne pas négliger avec une demande de la part des clients de « rencontres avec les locaux ».

Prévention contre le surtourisme

Afin de limiter le phénomène de surtourisme, la gouvernance d'une destination doit être en cohérence avec son territoire et ses habitants qui ne

doivent pas subir le développement de l'activité touristique dans leur cadre de vie quotidien, mais y participer et en tirer profit (économiquement, culturellement, bien-être...).

Impliquer les habitants dans la valorisation du territoire

Les habitants connaissent leur territoire, ses atouts, ses faiblesses et sont eux aussi des touristes avec certaines attentes d'un point de vue durable. Les faire participer à la phase de réflexion et de planification de la stratégie touristique durable serait bénéfique.

Ambitions et pistes d'actions : pour le territoire



2 – Proposer une offre durable globale, attractive et rentable

Réduire la saisonnalité

Du fait de ses atouts touristiques majoritairement extérieurs, les Ardennes restent une destination à très forte saisonnalité, avec une fréquentation importante en période estivale, de mai à septembre, mais très faible en hors saison d'octobre à avril.

Pour atteindre une économie durable, il est important de chercher des solutions pour développer des offres hors saison afin de diminuer la saisonnalité touristique qui entraîne un déséquilibre au sein du territoire

Développer les offres de mobilités douces et offres d'intermodalités

Objectif principal : Inciter les visiteurs à choisir des moyens de transport moins polluants tout en leur donnant les moyens de conserver une grande liberté de mouvement et d'accéder à la majorité des attractions présentent sur le territoire.

Pendant le séjour :

- Offres d'intermodalités ;
- Actions spécifiques pour le train et le vélo ;
- Actions pour ceux qui choisissent tout de même de venir en voiture : proposer des solutions afin qu'ils délaisSENT la voiture le temps du séjour.

Champs d'actions :

Trajets origine-destination et la question du « dernier » kilomètre

- Train, Bus, Covoiturage
- Sensibiliser les clients en repensant le temps de trajet et sa valeur

Continuer à développer et valoriser l'offre touristique autour de la voie verte Trans-Ardennes, des sentiers de grandes randonnées et autres sentiers.

Les activités sportives ou de nature (en autonomie, parfois sur le temps long : une journée à plusieurs jours) représentent l'essentiel de la demande et de la fréquentation.

Pour les séjours longs, les touristes veulent et peuvent dépenser mais n'ont très souvent pas l'opportunité de le faire en dehors des étapes en ville (pour l'itinérance).

Développer les offres de tourisme alternatif et mieux les identifier

Les acteurs et professionnels du tourisme comme les touristes ne savent pas toujours la différence entre le slow-tourisme, le tourisme durable, l'écotourisme, le tourisme responsable etc... Aujourd'hui en Ardennes, *l'écotourisme* est un terme valise qui regroupe toutes les activités extérieures en lien plus ou moins fort avec la nature et les prestataires engagés dans une démarche durable.

Objectif : mieux définir les différentes offres de tourisme alternatif afin de mieux les valoriser en adoptant une communication spécifique adaptée et renforcer la « touristicité » de certaines prestations existantes.

Offres :

- **Ecotourisme**
- **Tourisme sportif / itinérance**
- **Slow-tourisme**
- **Prestations durables**

Innover pour être rentable

Après avoir identifié les différentes filières à valoriser, l'objectif est d'innover et de proposer de nouvelles expériences insolites attractives.

Les clients sont à la recherche de nouveauté, d'insolite durant leurs vacances. La surprise

et l'étonnement sont deux facteurs très importants d'un séjour réussit et reconduit. L'insolite permet également de **proposer des tarifs plus élevés**, sans baisse de la fréquentation.

Tourisme durable comme valeur de destination

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.

Développer **un tourisme durable doit être une valeur de destination** qui englobe tous les acteurs du secteur touristique et de sa chaîne de valeur et qui doit être mis en avant comme telle notamment sur les sites internet de la destination tel que dans le futur site Internet développé par l'ADT (ardennes.com) à partir de juin 2022.

Les prestations nature, écotouristiques, slow-

tourisme, etc... sont quant à elles valorisées séparément de la stratégie durable de la destination.

La transition durable du secteur devrait également se refléter sur l'ensemble du territoire et dans les Offices de Tourisme pour montrer la voie aux professionnels.

Ambitions et pistes d'actions : pour le territoire

3- Adapter l'ingénierie touristique

Observatoire et indicateurs

Un observatoire permet de collecter et d'analyser des données à l'échelle d'un territoire afin de décrypter les tendances au niveau de l'offre et de la demande, de suivre l'évolution des chiffres clés du secteur et d'évaluer la cohérence des stratégies mises en place. L'observatoire est également un outil de lecture de l'activité du secteur permettant de mesurer l'impact du tourisme sur un territoire.

Il semble aujourd'hui nécessaire de repenser les indicateurs de performance d'une destination ou d'un prestataire, en intégrant de nouveaux critères extra-financiers et non limités à la fréquentation qui incluent des dimensions durables (énergies, consommations d'eau, production de déchets en saison...), un premier travail en ce sens a été mené pour l'observatoire 2021.

Accompagnement et valorisation des professionnels du tourisme

Accompagnement : conseils, demande de fonds, label...

- développer une destination 100% durable ;
- encourager un maximum de professionnels du tourisme et de leur chaîne de valeur à s'engager dans une démarche durable ;
- continuer d'accompagner les professionnels intéressés dans leur transition : recherche de fonds, de label, de partenariats locaux....

afin de montrer l'exemple ;

- mieux communiquer sur les offres touristiques « durables » des Ardennes auprès de la clientèle.

Renforcer le réseau entre professionnels du tourisme et partenaires territoriaux

- valoriser le territoire des Ardennes dans son ensemble ;
- créer un réseau d'acteurs engagés dans et en dehors du secteur touristique ;
- faciliter la coopération afin de faire ressortir de nouvelles offres.

Valorisation

- assurer une fréquentation suffisante des prestataires engagés durablement et/ou proposant des offres de tourisme alternatif ;
- promouvoir les professionnels engagés auprès des autres professionnels du tourisme



Ambitions et pistes d'actions pour les professionnels du tourisme

1 – S’engager dans une démarche de développement durable

Pourquoi ?

Répondre à une demande de plus en plus forte qui émane des clientèles les plus importantes en Ardennes : françaises, belges, néerlandaises.

Avantage concurrentiel pour la destination avec des retombées positives pour tous les professionnels du tourisme et l’ensemble du territoire.

Avantage concurrentiel à prestation similaire pour un hébergement ou un restaurant.

Atout marketing à saisir alors que de plus en plus de professionnels du tourisme s’engagent dans le durable.

Un moyen d’augmenter la qualité de son offre en réduisant certains coûts.

Un contexte favorable avec des aides financières à disposition pour engager sa transition durable (Fonds Tourisme Durable, Climaxion...).

S’engager dans une démarche durable, c’est -à-dire ?

Sur le modèle du Développement Durable, le **Tourisme durable** repose sur un équilibre entre 3 piliers :

- Environnemental : l’activité touristique ne doit pas nuire à l’environnement
- Social : elle doit être accessible à tous les publics (précaires ou en situation de handicap notamment)
- Economique : elle doit induire des retombées positives pour l’économie locale

→ S’engager dans une démarche durable ne se limite donc pas à consommer bio ou à planter des arbres dans son jardin. Cela implique, certes, de protéger l’environnement mais aussi de valoriser l’économie locale et de soutenir les démarches solidaires autour de soi.

1/ Transition énergétique et écogestes, les points clés :

Transition énergétique :

- Isolation
- Fenêtres
- Qualité de l'air
- Chauffage
- Végétalisation et rafraîchissement
- Eclairage

Ecogestes :

- Réduire sa consommation d'énergie
- Régulation de sa consommation d'eau
- Choix d'équipements et de mobilier durable
- Traitement des déchets
- Réduction du gaspillage alimentaire
- Favoriser le local
- Transports et mobilités douces
- Consommation numérique raisonnée
- Sensibiliser sa clientèle

2/ Coopération entre professionnels du tourisme

Pour mutualiser les moyens et les idées afin de valoriser son offre et de réduire certains coûts.

Pour proposer une offre de proximité plus variée, complète, dynamique et attractive à partir de sa propre prestation

Les hébergeurs, les restaurateurs et les prestataires sur le terrain ou leur site internet peuvent valoriser les offres et les autres prestataires présents sur leur territoire.

3/ Favoriser le local et les circuits-courts

Produits alimentaires, produits de soins (ex : savons), produits ménagers, mobilier, équipements, matériaux de construction, énergie, services, prestations.... il existe des offres en Ardennes et dans la région, pourquoi ne pas les valoriser ?

Pourquoi favoriser le local et le circuit court ?

- Réduction de l'impact environnemental dû au transport de marchandises ;
- Valorisation de l'économie locale et préservation des savoir-faire locaux ;

- Répondre à une demande de la part des clientèles touristique : le « local » ou l'« authentique » deviennent les premiers critères de réussite d'un séjour. La gastronomie et les produits alimentaires locaux sont ainsi des atouts marketings majeurs ;
- Echanger avec ses fournisseurs et partenaires et mieux connaître la qualité de leurs produits, leur respect de l'environnement et de leurs salariés.

4/ Sensibiliser ses clients

Le tourisme durable passe également par un changement de comportement de la part des touristes qui doivent adopter des gestes responsables.

Le rôle des professionnels du tourisme est d'accompagner et de favoriser ce changement de comportement sans que le client ne le perçoive comme une contrainte pendant son temps de loisirs.

Ambitions et pistes d'actions : pour les professionnels du tourisme

2 – Se faire connaître et reconnaître

Avoir une offre durable originale et attractive

Être engagé durablement constitue un avantage concurrentiel distinctif à offre égale mais n'est pas encore un critère décisif dans le choix d'un prestataire dans la majorité des cas. Il faut donc que l'engagement durable soit associé à des actions originales et/ou une offre attractive insolite.

Les clients sont à la recherche de nouveautés, d'insolite durant leurs vacances. La surprise et l'étonnement sont deux facteurs très importants d'un séjour réussit et reconduit. L'insolite permet également de proposer des tarifs plus élevés, sans baisse de la fréquentation.

Valoriser sa démarche : communication et labellisation

Adhérer, gratuitement, au club « Ardenne Ecotourism » pour obtenir des conseils et de la visibilité ;

S'inscrire sur des sites spécialisés dans la commercialisation / la promotion d'offres durables / écotouristiques / slowtourisme...

Se faire référencer grâce à un label :
L'adhésion à un label permet d'être identifié et valorisé plus facilement par les acteurs publics du tourisme, et permet de légitimer sa démarche et d'être mis en avant sur d'autres plateformes.

Communiquer son engagement sur son site Internet, sur ses réseaux sociaux :



Exemples de publications Instagram de prestataires touristiques

Sources :

1. INSEE > Définitions, méthodes et qualité > Définitions > Développement durable
2. OMT, PNUE, 2005, « Vers un tourisme durable ; Guide à l'usage des décideurs », p.11-12
3. Ibid
4. OMT, 2019, "UNWTO Tourism Definitions"
5. France Diplomatie > Politique étrangère de la France > Tourisme > « Pôle écotourisme »
6. DGE > secteurs d'activités > tourisme > filières > le slow tourisme > « Les définitions ».
7. Anonyme, (15/06/2019), « Le « Flight Shaming » Menace-t-il les Compagnies Aériennes ? », Forbes
8. Paris&Co, (2018), « Welcome City Lab: Cahier-tendances #3 »»
9. ADEME, (2019), « Bilan des émissions de gaz à effet de serre du secteur du tourisme en France »
- 10.OMT, (2019), "International Tourism Highlights: 2019 Edition"
- 11.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
- 12.Accor Hotels, (2016), « Client responsable cherche hôtel durable : étude sur les attentes et comportements des clients de l'hôtellerie en matière de développement durable »
- 13.Tourisme : une crise sans précédent, DGE, 16/07/2021
- 14.Bilan de la saison touristique 2020 en France, Veilleinfotourisme.fr, 2020
- 15.ATD, (2020), « Manifeste pour un Plan de Transformation du tourisme »
- 16.IFOP, (2021), « Les Français et le tourisme durable : sondage IFOP pour les Rencontres du Tourisme Durable »
- 17.Euromonitor International, (2021), "Top countries for Sustainable Tourism: embracing a green transformation for Travel recovery"
- 18.Clastres, G., La Région Bretagne, laboratoire innovant du tourisme durable, Voyageons Autrement.com
- 19.Tisné-Versailles A., 22/02/2021, « L'écotourisme en région PACA comment ? pourquoi ? pour qui ? »
- 20.www.tourismebienveillant.org/wp-content/uploads/2019/10/Manifeste-du-Tourisme-Bienveillant.pdf
- 21.Région Occitanie, (2021), « Plan d'actions 2021-2022 : Tourisme Durable »
- 22.Région Grand Est, (2018), « Synthèse du Schéma Régional de Développement du Tourisme 2018-2023 »
- 23.<https://www.grandest.fr/aides/?competence=12453&pg=1>
24. ADT, (2020), « La randonnée pédestre en Ardennes : levier de développement touristique »
25. Atout France, (2019), « Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre en France : Etude des marchés français, allemand et néerlandais »
26. DGE, ADEME, (2020) « impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France »
27. ADT, (2020), « Le tourisme à vélo, une opportunité pour les Ardennes »
- 28.<https://www.visitardenne.com/fr/preparez-votre-sejour/ecotourisme-ardenne>
29. Programme des sorties Naure 2020 dans les Ardennes (à retrouver dans les Offices de Tourisme)
30. ADT, (2020), « La randonnée pédestre en Ardennes : levier de développement touristique »

Crédits photos : David Truillard, Céline Lecomte Pierre Defontaine, Laëtis, Christian Galichet, Marc Sumera

Tourisme Durable dans les Ardennes

CONTACT :

Tél. 03 24 56 68 67
developpement@ardennes.com
PRO.ARDENNES.COM

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
DES ARDENNES
24 PLACE DUCALE • BP 419
08107 CHARLEVILLE-MÉZIÈRES CEDEX

REJOIGNEZ TOURISME
EN ARDENNES
  
#ARDENNES
WWW.ARDENNES.COM