



LA FEUILLE DE CHOU

DE VOYAGEONS-AUTREMENT.COM

#11

#11 • MAI - JUIN - JUILLET 2022

ÉDITO

A(H) CE TRAIN LÀ !

A(H) ce train là ! Ne faudrait-il pas le prendre ? Mais a-t-on encore le temps ? Le temps de ralentir, de souffler, de s'arrêter. Au train où vont nos vies. À ce train là. Les chiens aboient, la caravane passe, le paysage défile, l'horizon s'éclaircit. A(H) ce train là, il ne va peut-être pas falloir le rater !

La mobilité, l'universalité et l'urgence. Trois mots clés qui nous ramènent à cette 11^e Feuille de chou et tentent de résoudre l'impossible équation : le voyage partout, le voyage pour tous, le voyage malgré tout. Le voyage partout parce que l'on constate encore et toujours combien les territoires autant que les hommes ont besoin de ces échanges. Des Pyrénées catalanes jusqu'au Costa Rica, de la Normandie jusqu'aux pourtours de la Méditerranée ! En Cerdagne le Cluster SolSoleil accélère son développement économique en mutualisant les fleurons du territoire entre santé, bien-être, sport, tourisme, alimentation, etc. Le voyage pour tous quand depuis des dizaines d'années, des associations telles Tourisme & Handicap œuvrent pour l'accessibilité de tous à la découverte du monde. Le voyage malgré tout enfin, malgré les GES, malgré le climat, parce que des solutions existent pour aller moins vite. Le Shift Project nous rappelle qu'il faut privilégier le train partout où c'est possible. L'association DéfisMed lance Défi'Tour et souhaite montrer que « l'écotourisme a un rôle à jouer dans la transition écologique ». Les Gîtes de France renforce leur engagement en prenant désormais en compte des critères liés à la biodiversité.

Les chiens aboient, la caravane passe, et cette 11^e Feuille de chou tente de marcher sur ses deux jambes (11 !) en montrant que le chemin de fer ne saurait exister sans ses locomotives. Et ils sont nombreux à ouvrir la voie ! En Normandie, Julien Buot poursuit inlassablement son engagement militant (ATES, ATR, etc.) et imagine une coopérative d'éveil à l'écologie par les voyages. A Bordeaux, à Lyon, des offices de tourisme s'engagent pour un tourisme plus équilibré en misant sur des clientèles plus locales ou en déconcentrant certains lieux surfréquentés. A La Rochelle, VVF et Charentes Tourisme signent en partenariat un accélérateur - Lekko - pour accompagner de jeunes entreprises innovantes en tourisme

durable. Et les voyageurs en redemandent, de plus en plus curieux d'écotés autrefois boudés. En sept ans, le nombre de visiteurs découvrant le savoir-faire français grâce à Entreprise & Découverte est passé de 12 à 15 millions.

A ce train là, on arrivera peut-être à ralentir un peu, à emboîter tous les wagons, à inverser en partie la charge en favorisant l'intelligence collective au-delà des chiffres rouges des experts qui nous prédisent le pire quand le meilleur est peut-être en construction. Certes, il arrive que le serpent (de fer) se morde la queue, mais nous croyons plus fermement que jamais à cette petite musique volontariste et engageante qui tisse jour après jour le fil de nos résistances. Onze Feuille de chou en trois ans. Quatorze ans de Voyageons Autrement. De mal en Pi, nous voici à 3,14 ! Alors, au-delà des équations impossibles à résoudre, apprenons à percevoir au travers de symboliques de fait quelque peu centrées, combien la part du réel est parfois à remettre en perspective avec l'infiniment grand, l'insaisissable, l'astre train plutôt que l'astreint. Nous ne sommes pas au bout de nos surprises. ■

S O M M A I R E

2/3

- Tourisme & Handicap, où en est-on ?
- VVF et Charentes Tourisme accélèrent de concert !
- Les projets normands de Julien Buot

4/5

- Quand la biodiversité s'invite dans les gîtes
- Pyrénées Catalanes

6/7

- Tourisme de savoir-faire
- Lyon horizon 2026
- Bordeaux : tourisme urbain réinventé !
- Agences locales et Covid
- Défi'Tour, réseau écotouriste

8

- Le Shift Project dévoile ses préconisations



ACCESSIBILITÉ

TOURISME & HANDICAP, OÙ EN EST-ON ?

Créée en mars 2001 sous l'égide de la Fédération Française des Techniciens et Scientifiques du Tourisme (FFTST) et de l'UNAT, l'association Tourisme & Handicaps œuvre pour la prise en compte de l'accessibilité dans le secteur du Tourisme. Elle est à l'origine de la Marque Tourisme & Handicap, marque d'Etat, avec près de 4 000 structures labellisées à ce jour. Vingt ans plus tard, qu'en est-il de l'accès aux vacances des personnes mal entendant, mal voyantes, déficientes mentalement, handicapées moteur ?

« Pour l'heure, 18 % des prestataires touristiques ne prennent en compte que deux handicaps. On essaie d'expliquer les choses mais aujourd'hui encore, de nombreux établissements ne respectent pas la loi du 11 février 2005 ». Depuis la création de l'association, Annette Masson (présidente de Tourisme & Handicaps) milite pour la prise en compte de tous les handicaps dans le secteur du tourisme. Si elle constate une volonté croissante de s'engager, elle reste mitigée sur les avancées du secteur. Pour l'heure, si 54,27 % des hébergements touristiques sont aux normes (les plus proactifs étant les meublés de tourisme et les chambres d'hôtes pourtant non assujettis à la loi de 2005), de nombreuses chaînes hôtelières restent encore à la traîne et réussissent à obtenir des reports. Quant aux structures d'informations touristiques, elles sont 14,45 % à être labellisées, 14,14 % pour les lieux de visites, 11,77 % pour les sites de loisirs, et uniquement 5,36 % pour la restauration. Autant dire qu'il reste encore beaucoup à accomplir !

En outre, le handicap est encore trop souvent associé au handicap moteur quand trois fois plus de personnes sont empêchées pour des raisons auditives par exemple (sept millions de personnes concernées !). L'association réalise en ce sens un gros travail de pédagogie auprès des sites et des professionnels pour expliquer qu'au-delà des rampes d'accessibilité, il faut aussi penser à équiper les établissements culturels de boucles à induction



magnétique. De même, dans les offices de tourisme, il est important de mettre à disposition du public des documents en grands caractères ou en braille pour les mal ou non voyants, d'associer le texte avec de l'image pour faciliter les choses aux illettrés (et aux personnes ne parlant pas français). Annette Masson : « Ces installations serviront bien au-delà des seuls publics handicapés. Dans nos interventions en collège ou lycée, nous expliquons aux élèves que la télécommande a été développée par une personne handicapée dans les années 1960 car elle ne pouvait pas éteindre son téléviseur. Aujourd'hui tout le monde l'utilise... »

En mai prochain, l'association testera un e-learning pour

les musées afin que ce ne soit plus seulement le bâti qui soit accessible mais aussi la présentation. Ces derniers seront gratuits et dispensés à plus de 2 000 musées en France avec pour credo de faire de l'accessibilité

à la culture pour tous une priorité. « Ensuite, nous essaierons de sensibiliser les salons, les colloques (UNIMEV), qui eux aussi doivent se rendre accessibles. D'autant que ce confort d'usage est ensuite utile à toutes les populations, les personnes âgées, les femmes enceintes, les plus jeunes, etc. Il s'agit vraiment d'un projet gagnant-gagnant car si un lieu ou un site n'est pas accessible, le visiteur ne vient pas. Aux professionnels d'apprendre à communiquer sur ces points forts ! » ■ GC



MON MUSÉE ACCESSIBLE



VVF ET CHARENTES TOURISME ACCÉLÈRENT DE CONCERT !

Comment développer des solutions innovantes au service du tourisme durable sinon en étant soit même... innovant et durable ?!

C'est exactement ce que viennent de faire VVF et Charentes Tourisme. Sur la base d'un partenariat particulièrement novateur, l'accélérateur du tourisme durable Lekko a ainsi vu le jour à La Rochelle. Les jeunes entreprises innovantes du tourisme durable qui y sont accompagnées (à peu de frais) bénéficient ainsi pour faire leurs gammes d'un vaste territoire d'expérimentation : les 100 villages VVF et leurs 400 000 vacanciers ! « Très investis dans le tourisme durable, nous sommes d'une part ravis d'aider d'autres acteurs innovants, explique Martine Pinville, la présidente des VVF, mais cela va également nous permettre de rester novateurs et

de répondre toujours mieux aux attentes de nos clients. Au départ, ce partenariat semblait un peu improbable, mais la grande capacité de Charentes Tourisme à innover nous a vite convaincus de son intérêt. Sachant que les VVF ont toujours été des acteurs locaux ouverts sur leur territoire ». Même son de cloche du côté de Charentes Tourisme. « Il faut être audacieux, explique Stéphane Villain, son président. Le tourisme de demain reposera indiscutablement sur notre capacité à innover et à nous engager plus fortement dans le tourisme durable. Je suis ravi de cette collaboration avec VVF, leader du tourisme social et familial, car elle sert pleinement nos différents objectifs en matière de

transition vers le tourisme durable, un secteur dans lequel je tenais à structurer les différentes innovations pour mieux les accompagner ». En l'espace de quelques mois, dix entreprises ont déjà rejoint l'accélérateur Lekko que dirige Laetitia Engrand. « Cela démarre fort mais personnellement, au-delà même de l'engouement des entreprises pour Lekko, c'est l'enthousiasme et l'envie de collaborer des opérateurs touristiques et des collectivités que je rencontre chaque jour sur le terrain qui me réconfortent. Cela me confirme que nous partageons une vision et une envie communes : celles d'un tourisme plus social, plus juste pour l'environnement et économiquement durable ». ■ JB

DÉBARQUEMENT

LES PROJETS NORMANDS DE JULIEN BUOT

Engagé depuis plus de vingt ans sur le front du tourisme durable, tour à tour militant à Transverses, directeur de l'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES), d'Agir pour un Tourisme Responsable (ATR), depuis toujours au sein d'Acteurs du Tourisme Durable (ATD) où il est aujourd'hui Secrétaire général, Julien Buot a été de tous les combats. Des combats et une réflexion au long cours pour ce normand de cœur, qui n'oublie pas d'où il vient et où il vit, cette Normandie où il a fait ses premières armes lorsqu'il a œuvré, dès les années 2000, à la préparation du soixantième anniversaire du débarquement avec déjà l'envie d'y imprimer sa marque. « Nous souhaitons que cet évènement profite aux habitants, aux entreprises locales, avec aussi l'enjeu d'éviter la surfréquentation autour des cinq plages normandes le jour J. »

Gestion des flux, extension du périmètre de visites, valorisation et redécouverte des territoires proches, désaisonnalisation, autant de problématiques expérimentées il y a plus de vingt ans déjà...

Le temps a filé. D'autres missions, de nombreux engagements, des études complémentaires, beaucoup d'enseignements et autant de petites graines semées ci et là à l'image des liens tissés avec Michael Dodds (Directeur du CRT Normandie après être passé par la Bretagne) ou lors des after-work du tourisme durable organisés avec des acteurs du tourisme régional dès 2018. En 2019, la Normandie adhère à l'association ATD. En 2021, elle accueille les Universités du Tourisme Durable au Havre (les prochaines auront lieu en Occitanie !) puis le séminaire d'ATR à Granville.

Julien n'est jamais bien loin. Peu à peu, l'idée de développer un projet normand germe, mais qu'apporter de plus ? Les échanges réguliers avec les acteurs du tourisme normands et l'expérience auprès d'ATR lui ont permis d'appréhender les défis quotidiens d'un voyageur. Pourquoi ne pas structurer une offre d'éducation à l'environnement par le tourisme ? Peu à peu, « Terre de Normandie » transparaît, une coopérative d'éveil à l'écologie par les voyages en Normandie imaginée dans le cadre du dispositif Katapult, incubateur normand des entrepreneurs sociaux. Et demain proposer de merveilleuses expériences à la découverte des pépites repérées par Julien Buot ? « Pour l'heure, l'idée est aussi de montrer qu'à l'heure où l'avion est trop gourmand en carbone, on peut faire des voyages extraordinaires à côté de chez soi ». ■ GC

QUAND LA BIODIVERSITÉ S'INVITE DANS LES GÎTES

LA FÉDÉRATION NATIONALE DES GÎTES DE FRANCE AVAIT DÉJÀ CRÉÉ LES ÉCOGÎTES ET LES GÎTES PANDA. ELLE INVITE DÉSORMAIS LA BIODIVERSITÉ À FAIRE PARTIE DE SES PROPOSITIONS. SURVOL APÉRITIF...



Créés en 2005, les éco-gîtes prenaient surtout en considération l'habitat lui-même ainsi que ses performances techniques, notamment énergétiques. Les gîtes Panda de leur côté se distinguaient par l'environnement naturel particulièrement attractif qu'ils offraient au visiteur. Au nombre de 400 aujourd'hui, les éco-gîtes voient leur référentiel régulièrement révisé. Tel fut le cas en 2015 et il en sera de nouveau ainsi cette année. Révision

rendue indispensable tant par la nouvelle réglementation environnementale de 2020 que par l'évolution des technologies et matériaux.

Mais la nouveauté cette année viendra avant tout du fait que de nouveaux critères, liés à la biodiversité, seront désormais pris en compte et ne s'adresseront pas aux seuls (et encore rares) éco-gîtes. Mais à tous les propriétaires se sentant concernés par cette avancée. « En matière de tourisme durable, explique Thierry Hours – directeur des gîtes de France des Hautes-Alpes et des Alpes-de-Haute-Provence qui participe à l'aventure depuis le départ – nous jouions déjà pleinement notre rôle concernant l'entretien de l'économie locale. Pour être plus cohérents

encore dans notre démarche, nous avons donc décidé de prendre en compte un certain nombre d'éléments liés à la biodiversité, mais sans limiter cette fois la valorisation et l'attractivité qu'ils peuvent apporter aux seuls éco-gîtes ». De fait, tous les hébergeurs sensibles à cette dimension naturelle pourront la cultiver et en devenir les ambassadeurs comme ils le sont déjà des diverses richesses et points d'intérêt locaux. Rendez-vous à l'automne pour en savoir davantage...

Autre bonne nouvelle : les Gîtes de France, organisés par département, ont décidé de montrer l'exemple et de faire évoluer leurs propres bureaux, les ouvrant progressivement à une démarche RSE... A suivre aussi. ■ JB

TOURISME DE SAVOIR-FAIRE : LA NOUVELLE EXCEPTION CULTURELLE !

EN QUELQUES ANNÉES, LA VISITE D'ENTREPRISE A FAIT SA RÉVOLUTION. PROFESSIONNALISÉE ET REBAPTISÉE TOURISME DE SAVOIR-FAIRE, ELLE S'IMPOSE COMME UNE NOUVELLE EXCEPTION CULTURELLE FRANÇAISE QUI FASCINE AUSSI BIEN NOS COMPATRIOTES QUE LES VISITEURS ÉTRANGERS...

Sur les quelque 100 000 visiteurs du salon Mondial du Tourisme, plusieurs milliers se sont régalez des démonstrations de savoir-faire organisées par 11 entreprises sur le stand d'Entreprise & Découverte, l'organisme chargé d'ouvrir au monde entier les coulisses du Made in France. Une première. S'expliquant parfaitement par le fait qu'en l'espace de 7 ans, le nombre de visiteurs découvrant nos entreprises de l'intérieur est passé de 12 à 15 millions. Tandis que le pourcentage d'Étrangers intéressés par cette expérience doublait de son côté pour atteindre les 21 %. Même accueil enthousiaste au salon BtoB « Rendez-Vous en

France » (autre première) organisé à Nantes à destination de 50 tour-opérateurs étrangers.

Si l'explosion récente du tourisme de proximité n'est pas étrangère à ce succès, il est avant tout le fruit d'un engouement consubstantiel chez l'Humain pour le « Comment ?!... » sont faites toutes ces choses : l'énergie nucléaire comme les galettes de Pont-Aven. Engouement relayé depuis quelques années par Entreprises et Découvertes qui, à la demande du gouvernement, poursuit la triple mission d'augmenter le nombre d'entreprises ouvertes à la visite

(notamment ces fameuses pépites qui intéressent tant les visiteurs étrangers), achever la structuration de l'offre proposée par les entreprises et, naturellement : promouvoir celles-ci. D'où la campagne de communication estivale (dernière première) qui nous appellera bientôt à découvrir notre patrimoine industriel et artisanal. Sans négliger la sortie du 3^e guide du Routard dédié. Après le national et la région PACA, voici la Nouvelle-Aquitaine...

A bon entendeur : les visiteurs étrangers sont encore en attente d'offres qualifiées plus nombreuses ! ■ JB



LES PYRÉNÉES CATALANES CONJUGUENT LA SANTÉ, LE SPORT ET L'ALIMENTATION À TOUS LES TEMPS !

Terre d'altitude dotée d'un ensoleillement exceptionnel, la Cerdagne possède des deux côtés de ses frontières d'extraordinaires atouts pour faire des Pyrénées catalanes le nouveau moteur économique du territoire. Trois secteurs notamment se détachent, la santé, le sport et l'alimentation, véritables points forts d'un espace de montagne à la fois propice aux soins et traitements spécialisés mais aussi aux activités sportives et au bien-manger. Trait d'union entre ces entreprises et les collectivités, le Cluster transfrontalier SolSoleil, dirigé par Ramon Treserras, anime un collectif pour créer des synergies entre tous ces acteurs avec pour pivot les enjeux de santé et bien-être pour des clientèles venues des deux côtés de la frontière. Le 26 avril dernier, le 2^e Pyrénées Business Summit s'est

tenu à Bourg-Madame dans le cadre du projet transfrontalier CCI PirineusMed II financé par le programme INTERREG POC-TEFA (FEDER) et soutenu par les CCI des Pyrénées-Orientales et d'Occitanie et celles de CCI PirineusMed II. Cette rencontre transfrontalière visait à créer du lien et à stimuler l'activité économique locale. Parmi les nombreuses interventions, les témoignages inspirants du docteur Josep Maria Piqué (Directeur Général Sanitat Andorra), d'Antoine Le Bellec, directeur du Centre National d'entraînement en Altitude (CNEA) de Font-Romeu et de Xavier Espuña, dont l'entreprise (Artesanías Carlit) s'est fait connaître pour son trinxat, spécialité locale à base de pomme de terre, choux et poitrine de porc. Autre temps fort, une table ronde rassemblant neuf acteurs des deux côtés de

la frontière qui a permis d'appréhender comment la transversalité disciplinaire peut être une solution apte à répondre aux enjeux d'attractivité du territoire. Parmi les points soulevés, l'idée de lier l'enjeu santé à la prévention par le sport, l'envie de nombreux acteurs des'emparer des outils numériques pour aller plus loin dans leurs propositions de prévention & bien-être, le sport dans toutes ses dimensions comme lien d'attractivité et moteur économique, l'alimentation santé en lien avec des producteurs locaux ambassadeurs d'un territoire-terroir, etc.

Enfin, la matinée s'est conclue sur une table ronde consacrée aux aides publiques et financements européens qui ont permis aux Pyrénées catalanes d'être un territoire pilote transfrontalier d'exception. ■ GC

LE PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL (PAT) CERDAN PRÉVOIT D'ÉDITER UN CATALOGUE POUR VALORISER LES PRODUCTEURS LOCAUX !

Porté par l'Association Chemin Faisant pour un collectif de partenaires (RépliqueS 66, CCI Perpignan, les deux Communautés de Communes et les consulaires CCI PO, PNR et Chambre d'Agriculture), le PAT Cerdagne Capcir « ALIM d'AQUI » s'est constitué autour de plusieurs objectifs dont la mise en avant de produits locaux de qualité, la question de la prévention santé par l'alimentation, la sensibilisation des jeunes, seniors, scolaires sur les thématiques du bien manger mais aussi les enjeux autour du gaspillage alimentaire et la question des circuits d'approvisionnement pour favoriser les circuits courts au cœur du territoire. Véritable clé de voûte du pilier alimentation au cœur des préoccupations du cluster transfrontalier SolSoleil, le PAT a beaucoup à apporter à l'économie cerdane. En ce sens, il travaille actuellement à l'édition d'un catalogue (papier et numérique) afin d'identifier, de rassembler et de donner de la visibilité à l'ensemble des producteurs locaux des Pyrénées catalanes. L'ensemble permettra de découvrir des produits du terroir, des recettes mais aussi d'aller à la rencontre de personnalités locales et de leur exploitation. ■ GC

LE CLUSTER SOLSOLEIL & L'AGENCE DES PYRÉNÉES

Acteur clé et partenaire de cette journée de rencontre, le Cluster SolSoleil a été créé en 2012 pour générer de l'activité économique autour de la santé et du bien-être en lien avec l'alimentation, le sport, le développement durable et le tourisme. Groupement d'entreprises privées, il travaille également avec les collectivités publiques et vise à créer une dynamique publique-privé sur le territoire catalan. Dans le même esprit mais avec une polarité publique, l'Agence des Pyrénées accompagne les dynamiques économiques sur le massif pyrénéen en lien avec le développement territorial. Domitien Detrie (son directeur) : « *L'un de nos objectifs est de décroiser tourisme et économie en travaillant sur la diversification de l'offre afin de conjuguer nos deux cœurs de métier : développer et promouvoir. En ce sens, nous accompagnons plus de 50 projets sur des secteurs aussi variés que l'agriculture, l'alimentation, le vélo, etc.* » Créer du lien, décroiser, sortir des carcans de filières, promouvoir la durabilité, des valeurs qui animent autant le cluster SolSoleil que l'Agence des Pyrénées. ■ GC

LYON HORIZON 2026 : VERS UNE DESTINATION RÉSILIENTE ET ÉQUILIBRÉE !

MISER SUR DES CLIENTÈLES PLUS LOCALES OU NATIONALES, TRAVAILLER SUR L'OFFRE EN ACCOMPAGNANT L'ENSEMBLE DES PROFESSIONNELS DU SECTEUR VERS DES PROGRAMMES DE LABELLISATION, DEUX AXES FORTS DU SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME RESPONSABLE 2021-2026 VOTÉ EN DÉCEMBRE DERNIER.

BORDEAUX : POUR UN TOURISME URBAIN « RÉINVENTÉ » !

CAPITALE EUROPÉENNE DU SMART TOURISM PUIS « DESTINATION INNOVANTE DURABLE », BORDEAUX NE CESSE DE MULTIPLIER LES DISTINCTIONS AVEC UNE CONVICTION EN ÉTENDARD : LE TOURISME RESPONSABLE SE PRATIQUE AUTANT EN VILLE QU'EN PLEINE NATURE !

Lyon-Bordeaux, Bordeaux-Lyon, un trajet bientôt réalisable en train, grâce à la coopérative ferroviaire Railcoop qui va rouvrir une ligne directe qui avait disparue depuis 2014. Prévue à l'origine pour 2022 mais plutôt opérationnelle en 2023, cette ligne (7h30 de trajet) pourrait être l'alternative écologique à l'avion ou la voiture avec deux départs quotidiens et un trajet de nuit à l'étude.



Robert Revat (Président d'ONLYLYON Tourisme et Congrès) : « A Lyon, les touristes internationaux ne représentent que 25 % et la quasi-totalité vient d'Europe. Nous poursuivons nos programmes avec l'Amérique tout en nous recentrant vers le tourisme national et de proximité, plus vertueux sur le plan des émissions de carbone. » Susciter une demande en créant des offres plus équilibrées, le défi de demain pour la Métropole de Lyon qui souhaite également agrandir le périmètre de son offre en désengorgeant les sites les plus fréquentés en saison à l'image du Vieux Lyon. Il est ainsi prévu d'augmenter la cadence du funiculaire de Fourvière (la fameuse « ficelle lyonnaise »), de mettre en place une meilleure signalétique pour mieux disperser les touristes sur l'ensemble du secteur et de limiter l'accès aux traboules tout en préservant la vie locale (commerces, activités, artisanat, etc.). Retravailler l'offre c'est aussi élargir l'expérience touristique au Grand Lyon, en misant sur l'attractivité des territoires voisins à l'image du Beaujolais pour favoriser une double expérience ville/nature et faire en sorte que les visiteurs restent plus longtemps sur Lyon et sa périphérie. Enfin, pour attirer des clientèles plus proches, la ville a prévu de rendre plus visibles les adhérents de l'office avec un programme d'accompagnement vers l'écotourisme, des mobilités repensées (aménagement des quais, plan vélo, décarbonation des flottes de véhicules et de bateaux des prestataires touristiques, etc.) et la volonté d'une ville plus inclusive d'ores et déjà candidate à la marque « Destination pour Tous ». ■ GC

D'après Brigitte Bloch, vice-présidente en charge du tourisme, des événements et des équipements métropolitains, la démarche de consultation collective et l'impressionnante concertation lancée autour du forum participatif de mai 2021 seraient peut-être ce qui définirait le mieux la spécificité bordelaise, soit l'envie de mettre en marche une dynamique vertueuse autour de concertations régulières « Agora tourisme Bordeaux ». Grâce à ce travail en commun réalisé avec l'ensemble de l'écosystème du territoire, la ville dispose désormais de 32 fiches actions embrassant des champs aussi variés que les mobilités douces (pistes cyclables, espaces verts, etc.), le développement du tourisme de proximité et un élan tout particulier donné à l'événementiel et au tourisme d'affaires. Brigitte Bloch : « Quand on développe en ville les pistes cyclables, les espaces verts, on crée l'attractivité de demain. Et ce que l'on fait pour les habitants va également attirer les visiteurs. Demain, les villes donneront envie si on imagine une autre relation à l'espace, aux habitants, à la nourriture. Ce que l'on va manger à Bordeaux ne sera pas ce que l'on mangera à Marseille, ou à Lille. » Bordeaux vise donc à revaloriser les circuits courts, la proximité, le terroir, la relation aux quartiers en proposant une offre accessible pensée pour le plus grand nombre. L'idée : dépayser les gens près de chez eux afin qu'ils redécouvrent leur territoire en proposant des « points d'attractivité » intégrés à des parcours ou des offres à l'image du portail « Un air de Bordeaux ». ■ GC



AGENCES LOCALES ET COVID : LA « PURA VIDA » REPREND LE DESSUS !

APRÈS DEUX ANNÉES DE PAUSE FORCÉE LIÉE À LA PANDÉMIE, CERTAINES AGENCES LOCALES DE VOYAGE DÉMARRENT L'ANNÉE 2022 EN TROMBE, À L'INSTAR DE COSTA RICA DÉCOUVERTE, QUI, DEPUIS 16 ANS PROPOSE DES VOYAGES ÉCO-RESPONSABLES SUR MESURE.

En 2006, Anne et son mari Pierre Jolivet quittent la France pour vivre au Costa Rica, conquis par la tranquillité et la positivité de ce petit pays où il fait bon vivre. « Ici, la « pura vida » signifie lit-

téralement « la vie pure » mais bien plus encore. C'est un art de vivre, la faculté de prendre les choses comme elles viennent et sans stress », explique Anne. Une véritable philosophie que le couple réussit à faire partager à travers des séjours et des expériences touristiques hors des sentiers battus et éco-responsables. « Depuis le début, les voyages de nos clients sont compensés par des donations et des investissements locaux. Nous invitons aussi tous nos clients à respecter une charte que nous leur remettons à leur arrivée », poursuit Anne. La recette a du succès jusqu'à la crise COVID qui contraint l'agence à fermer 8 mois. Mais le confinement ne dure qu'une semaine, le gouvernement gère la crise de manière exemplaire et l'activité touristique reprend rapidement à 50 %. 2022 démarre d'ailleurs sur les chapeaux de roues : « Les voyageurs affluent et les saisons traditionnellement basses sont quasi pleines. Si cela continue, 2022 sera excellente et devrait battre de nombreux records. L'agence a crû jusqu'au COVID, a trébuché, mais s'est relevée ! », conclut Anne. ■ EB



DÉFI'TOUR : REJOIGNEZ LE RÉSEAU EUROMÉDITERRANÉEN DES ÉCOTOURISTES

Forte de ces premières actions pilotes en 2020 et 2021, l'association grassoise lance le « Défi'Tour ». Du 30 avril au 18 novembre 2022, à l'occasion de 30 événements écotouristiques originaux associant des acteurs de référence depuis plusieurs pays et de rencontres d'acteurs passionnés, une centaine de citoyen.nes va partager ses retours d'expérience sur le site de DéfisMed. Le but : nourrir et agrandir le réseau des écotouristes autour de la Méditerranée et montrer que « l'écotourisme a un rôle à jouer dans la transition écologique et le développement durable de nos territoires », assure Eric Raulet, délégué général de DéfisMed.

À travers ces carnets d'exploration, issus des retours qualitatifs des participants, DéfisMed espère que de plus en plus de personnes adhèrent au réseau et s'inspirent des expériences des autres pour y participer elles-mêmes et les recommander à leur tour. « J'ai remarqué que beaucoup de gens voulaient s'impliquer dans l'écologie, pas seulement chez eux, mais aussi en participant à un projet collectif, alors quoi de mieux que l'écotourisme ? On apporte sa contribution depuis ses vacances ! », conclut Eric. Pour intégrer le réseau Défi'Tour, il suffit de s'inscrire sur defismed.fr. ■ EB

VOYAGES BAS CARBONE

LE SHIFT PROJECT DÉVOILE SES PRÉCONISATIONS

Think Tank très suivi visant à éclairer le débat sur la transition énergétique en France, le Shift propose des diagnostics en vue de la décarbonisation de l'économie française. Avec ce nouveau volet du Plan de transformation de l'économie française (PTEF) consacré à la décarbonation de la mobilité longue distance, il souhaite interpeller les politiques sur l'urgence d'agir...

« Depuis 2020, l'Europe est entrée dans une ère de contraction physique liée à la contrainte sur les approvisionnements pétroliers. L'actualité avec la guerre en Ukraine et les hausses de prix de l'énergie nous prouve d'autant plus que si on ne prépare pas notre économie en amont, nous serons obligés de réagir dans l'urgence à des crises toujours plus nombreuses. » Objectif énoncé par le Shift : réduire au plus vite les impacts plutôt que de les subir. Soit, viser la neutralité carbone à l'horizon 2050 en baissant les émissions de gaz à effet de serre sur un rythme de 5% par an. Parmi les priorités : électrifier la mobilité longue distance, amener le trafic aérien à progressivement décroître (- 35 %), réduire la voiture (- 20 %) et privilégier le train partout où c'est possible (x 3 !). Un objectif ambitieux quand on sait que les Français voyageaient en moyenne six à sept fois par

an avant le Covid, soit près de 7 600 km de déplacements cumulés chaque année.

Concrètement, il s'agira donc de convaincre ou de contraindre pour amener les consommateurs à changer peu à peu leurs pratiques : voyager moins souvent, plus longtemps, préférer le train à l'avion quand c'est envisageable, adapter des modes de conduite plus éco-responsables, etc. Entreprises, collectivités et institutionnels devront également s'engager à améliorer l'intermodalité des transports et notamment du train (parkings sécurisés, navettes, transport à la demande, assurer le dernier kilomètre), convertir les flottes automobiles vers de l'électrique, viser la sobriété. Pour les déplacements professionnels : privilégier la visioconférence partout où c'est possible. Le train étant le grand gagnant, il faudra

développer à nouveau l'offre ferroviaire, planifier de nouvelles lignes (ou rouvrir celles que l'on avait fermées...), desservir davantage de gares (deux fois plus de points en direct), envisager des lignes transversales (Railcoop !), sans oublier de réactiver des tarifs sociaux afin que le voyage en train redevienne accessible à tous (TVA à 5,5 %, carte congés payés, avantage Famille, etc.) et sorte enfin du borborygme et de la concurrence déloyale du low cost (!) Enfin, il est urgent de moderniser le réseau ferré à l'heure de la dérégulation du trafic. Mais comment créer de la sobriété dans le monde tel qu'il est ? Réglementation (restriction du nombre de créneaux de décollages accordés, fiscalité, taxes), incitations (crédits carbone, passeport voyage), sensibilisation, autant de solutions pour tenter de repenser un tant soit peu nos modes de déplacement. ■ GC

Ils sont nos partenaires et soutiens dans la diffusion de la Feuille. Merci !



Merci également à nos ambassadeurs et ambassadrices.

LA FEUILLE DE CHOU

Trimestriel édité par ID-CROISE, d'un contenu tiré du média Voyageons-Autrement.com. Direction, inspiration & partenariats : Romain Vallon. Édito : Geneviève Clastres. Rédaction : Geneviève Clastres (GC), Jérôme Bourguin (JB) et Elisabeth Blanchet (EB). Technique : Christophe Luce. Création : Redline. Crédits photos : Hans Moerman (p.2), DR (p.4), jigsawstocker (p.5). Journal gratuit ne pouvant être vendu, échangé, si ! Imprimé en France à moins de 162 km du siège social - Certifié PEFC & Imprim'Vert. ISSN : 2678-2588. Tirage 52 000 ex. distribués via 11 350 ambassadeurs & influenceurs. L'équipe de Voyageons-autrement est constituée de journalistes et rédacteurs professionnels, mais aussi de quelques "geeks". Retrouvez tous les sujets développés dans ce numéro et bien plus sur <https://www.voyageons-autrement.com>. Comment nous soutenir : lire nos articles, les relayer dans vos réseaux, faire connaître notre portail, faire un don... AMBASSADEUR(DRICE) MODE D'EMPLOI : gardez un numéro pour vous, et offrez les autres à vos proches, vos amis, vos voisins ; ou déposez-les dans une médiathèque, un café associatif, une salle d'attente...

Pour diffuser ce magazine autour de vous ou être retiré de la liste d'envoi : romain.vallon@idcroise.fr

Ne pas jeter sur la voie publique, passez-le plutôt à votre voisin. « La vraie richesse est dans l'échange »



VOYAGEONS-AUTREMENT.COM

1^{er} portail d'information sur le tourisme responsable