

LAFEUILLE DE CHOULDE VOYAGEONS-AUTREMENT.COM

ÉDITO

DE L'EFFET MER AU SOMMET DES DIEUX!

Elle était née pour être éphémère, la voici bouclant son premier tour de roue. 12 feuilles de choux, 12 heures du jour et de la nuit, 12 mois de l'année, 12 travaux d'Hercule, 12 bouteilles à la mer... Ephémères ? On verra bien. A l'heure de la reprise et des rentrées diverses, nous sommes toujours là à faire entendre notre petite musique. Merci à vous !

emps suspendu, l'étéest propice à la contemplation et au non-agir. Au silence aussi. Repli, observation, coupure mais aussi partage, retrouvailles et respirations. Tout va si vite sinon. Diète médiatique des vacances, qui permettent de prendre un peu de recul sur toutes ces ouinformations qui grouillent, filent, passent, et trépassent dans la w(h)ébétude... Alors, forts de notre jeûne numérique, nous sommes heureux de contrer le jeu de l'EFFET MER en poussant une à une les pièces d'un puzzle plus durable.

Partir mieux, plus longtemps, plus conscients, des vacances pour tous au cœur de nombreuses destinations qui s'engagent. Côté mer, petite (r) évolution nautique en Martinique qui propose désormais des éco-balades en voilier. En montagne, les évènements s'enchaînent dans les Pyrénées catalanes pour fédérer tout un territoire autour d'un tourisme innovant mêlant santé, bien-être et sport. Fer de lance de cette volonté d'agir, le massif du Canigó a su transformer un sommet sur-fréquenté en une destination écotouristique. En Champagne, le guide Tao vous propose près de 300 adresses pour dénicher les prestataires solidaires et engagés. Quant au Parc naturel régional de Lorraine, ses guides accompagnateurs sont désormais formés au label Qualinat, axé notamment sur une découverte plus éclairée de la nature.

Des territoires mais aussi des acteurs qui poursuivent leurs engagements dans le temps qui file. Bientôt douze ans pour Betterfly Tourism qui bouclera également son premier tour de roue d'ici peu avec une étiquette environnementale qui fait aujourd'hui référence. Une même volonté chez David Paquet qui accompagne les hébergements insolites vers des

consommations plus sobres en eau, énergie, déchets, etc. Les Oiseaux de Passage ont quant à eux refondu l'ensemble de leur site internet pour proposer un numérique inclusif et de qualité, quand les Greeters lancent de nouveaux outils de promotions et de mises en relation. Evaneos vient de passer la barre des 500 000 voyageurs et décroche le label B Corp. Enfin, Essentiem démultiplie sa surface financière pour accueillir toujours plus de projets « bienveillants ».

Mais 12 toujours et encore car ils sont également 12, les lauréats 2022 des Trophées Horizons remis en juin dernier pour récompenser tous ceux qui s'engagent. Organisés par ATD (Acteurs du Tourisme Durable), ils sont un temps fort de l'année à l'image des prochaines Universités du Tourisme Durable qui se tiendront à Montpellier les 6 et 7 octobre prochain. Alors, on s'y retrouve?■

SOMMAIRE

2/3

- La Champagne, voyage éthique et durable
- De la cabane de Robinson aux cocons douillets
- Essentiem : mécénat au service du tourisme

1.15

- Pyrénées catalanes
- Betterfly Tourism
- Révolution nautique en Martinique ?
- Greeters

6/7

- Le Canigó
- Evaneos : engouement pour le local
- Les Oiseaux de Passage : nouvelle plateforme
- Le Parc Naturel de Lorraine vous accompagne

8

 Trophées Horizon : Une première édition très inspirante!



LA CHAMPAGNE, UN VOYAGE ÉTHIQUE ET DURABLE

Ou comment la destination Champagne passe un cap et montre l'exemple en matière de tourisme durable...



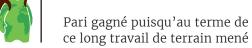
Le guide papier Tao dédié à la Champagne vient de sortir. Sous-titré « Voyager autrement: 100% engagé », il est assorti d'une version numérique et de l'appli géo-localisée « qui va bien ». Un choix d'éditeur (Viatao, donc) qui en dit long sur les motivations d'une destination ne manquant pourtant pas d'atouts « voyants » à mettre en avant. « Mais nous souhaitions avant tout être cohérents et montrer que nos engagements en matière de tourisme durable sont le signe qu'ici, en Champagne, un véritable virage a été pris » expliquent les équipes des 3 départements concernés : Marne, Haute Marne et Aube qui ont, cette fois encore, travaillé main dans la main (ainsi qu'avec l'agence régionale). « La Champagne est souvent vue comme une destination haut de gamme dont 10% des acteurs, très visibles, portent brillamment les couleurs. Or si plus de la moitié des visiteurs viennent pour le champagne, nos territoires ont bien davantage à offrir et c'est sur les 90% d'acteurs plus discrets mais proposant pour certains des expériences vraiment enthousiasmantes que nous avons décidé de braquer les projecteurs ».

ce long travail de terrain mené

par un auteur du cru, Mathieu Mouillet, grand voyageur et écrivain spécialiste de la ruralité, les professionnels du tourisme des trois départements ont eu la surprise de découvrir des prestataires différents et parfois... inconnus d'eux! « Des associations notamment, engagées de longue date dans la protection environnementale ou l'économie sociale et solidaire que l'on a été ravis de pouvoir enfin valoriser ». C'est ainsi par exemple que dans les bien-nommées rubriques « Préparer le monde de demain » ou « *Agir* » que comportent tous les guides Tao, des refuges LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) proposant au public des ateliers divers ont fait leur apparition. Car si pour faire la promotion de l'offre durable proposée par les territoires champenois, l'auteur est constamment sorti des sentiers battus, il a également fallu aux équipes des agences de développement touristique des départements concernés « oser ôter notre casquette 'Pur Tourisme' » pour nous tourner vers des points d'attraction nouveaux: ce restaurateur étonnant mais trop « petit » pour ne pas passer chaque fois entre les mailles de nos filets, ces « Pieds verts » proposant une initiation à la permaculture ou encore ces

agriculteurs engagés dans un agritourisme de qualité, autant d'acteurs qui n'avaient jamais bénéficié jusque-là de la politique et de la promotion touristique « officielle ».

Avec un double effet Kiss Cool non négligeable. On sait à quel point le covid a accéléré les grandes tendances transformatrices du tourisme, au premier rang desquelles l'explosion du tourisme de proximité. C'est donc un formidable carnet d'adresses (300 en tout, 100 par département) que nos amis de Champagne ont mis là à la disposition d'une « cible locale », avide de (re)découvrir son propre patrimoine. A disposition où donc? Dans toutes les bonnes librairies, mais pas que. Dans d'autres points de vente plus inattendus mais clairement engagés, comme le réseau Biocoop. Et si la région en a logiquement profité pour mettre en avant des vélo-routes qui sont « prises d'assaut! », elle a également choisi pour promouvoir ce travail de qualité (les 2 000 adresses du Guide Tao « France » représentant une véritable bible pour tous les voyageurs engagés) de faire appel à des médias de circonstances : Voyageons Autrement, la Feuille de Chou et la blogueuse Vanessa Martin de Cashpistache, spécialisée dans le tourisme durable et qui a sillonné les trois départements à la chasse aux pépites locales... ■ **JB**



« La Champagne, un voyage éthique et durable », éditions Version papier : 12,50 €. Version numérique : 7,90 €.

Accès à la carte sur l'application « Guide Tao » : 2,90 €





HÉBERGEMENTS INSOLITES

DE LA CABANE DE ROBINSON AUX COCONS DOUILLETS AVEC SPA INTÉGRÉ...

La France compte environ 2 000 structures proposant des hébergements insolites, un marché en pleine croissance apte à satisfaire une clientèle avide de nature et de déconnexion. Toutefois, si tout a commencé par une cabane au fond des bois avec toilettes sèches et éclairage à la bougie, le marché est peu à peu monté en gamme avec l'apparition de modules tout confort pour une déconnexion, certes, mais non sans wifi ni spa intégré. Un changement de paradigme qui pose bien évidemment la question du coût et du sens de ces nouvelles aventures très gourmandes en eau et énergie. Spécialiste de ce marché, David Paquet accompagne depuis vingt ans des porteurs de projets qu'il tente de sensibiliser à ces enjeux de développement durable. L'idée : montrer qu'il existe des solutions innovantes pour accompagner la double transition d'un secteur qui a encore de beaux jours devant lui. David Paquet (Cabinet Alliances): «On est passés d'hébergements très vertueux à une surenchère sur les offres et les prix. Aujourd'hui, plus de 130 structures en France proposent des nuits insolites à des tarifs dépassant 240 €. Les porteurs de projets ont toutefois pris conscience des enjeux de développement durable et s'interrogent sur comment limiter leur

impact sur l'environnement. » Un des arguments de poids pour les convaincre à investir dans des solutions innovantes consiste alors à pointer les économies de charges réalisables. David Paquet : « Tout ce qui permet d'économiser de l'eau, de l'énergie, se retrouve forcément dans le compte de résultat. C'est notamment le cas dans la mise en place des spas qui impliquent entre 40 à 60 % d'eau supplémentaire ».

Enfin, si le développement durable est au cœur des préoccupations du moment, d'autres difficultés se profilent, liées aux fortes contraintes des nouveaux plans locaux d'urbanisme (PLU) qui n'intègrent pas toujours les hébergements insolites dans leurs projets de développement de zones de loisirs. Aux porteurs de projet de savoir se démarquer par leur originalité pour montrer qu'ils peuvent attirer des clientèles lointaines et être un facteur d'attractivité pour le territoire. David Paquet: « Nous nous adaptons au maximum à leurs besoins mais nous le faisons avec une éthique. Quand il y a des sites pas adaptés pour une implantation, on évite d'encourager la construction d'infrastructures qui seront abandonnées dans quelques années, venant dénaturer l'environnement et la raison d'être de notre engagement ». ■ GC

ESSENTIEM

LE MÉCÉNAT AU SERVICE DU TOURISME

En rendant le tourisme éligible au mécénat, Essentiem a ouvert une voie qui pourrait considérablement accélérer l'actuelle transition du tourisme...

Au départ, Essentiem fut créé collectivement pour être le pivot opérationnel du dispositif « Tourisme bienveillant » mis en place par l'Agence Régionale du Tourisme AURA. Mais ce fonds de dotation faisant appel au mécénat pour soutenir des projets touristiques d'intérêt général fut - heureusement! - pensé dès le départ pour fonctionner à un niveau national. Son double mode opératoire : porter des projets en propre mais aussi héberger les projets d'autres acteurs en assurant l'entièreté du support (financier, légal, technique, etc.). Cette innovation a immédiatement suscité l'intérêt de la filière touristique toute entière. Plusieurs initiatives (notamment pour faire partir des milliers de jeunes en vacances) ont d'ores et déjà vu le jour et Essentiem compte démultiplier ses actions, passant d'une surface financière de 300 000 € au million d'euros d'ici à deux ans. Surtout, la communauté Essentiem est désormais ouverte à tous ceux qui veulent faire bouger les choses sous forme de souscription. « Je me réjouis de l'appétence suscitée par Essentiem, commente son président, Lionel Flasseur. Elle montre que nous disposons d'un outil pertinent, capable d'accélérer la transition vers un tourisme plus vertueux ». IB

PYRÉNÉES CATALANES: DYNAMISME, INNOVATION ET ATTRACTIVITÉ!



Tournées vers l'Espagne et l'Andorre, les Pyrénées catalanes ont su habilement jouer de leurs nombreux atouts pour dynamiser l'économie du territoire. Coopérations transfrontalières, multiplication des projets européens (CCI PIRINEU-SEMED, CCI PIRINEUSMED II, EPIREMed, etc.), soutenus par le programme INTERREG POCTEFA fonds FEDER autant de programmes portés par les CCIPO et CCI Occitanie avec les CCI Catalanes de Lérida et Gérone et la CCI d'Andorre qui ont mobilisé plus de 1 000 entreprises et favorisé les échanges commerciaux. Parmi les points forts qui se sont peu à peu dégagés de ces nombreuses rencontres, le pôle santé, une santé Personnalisée, Prédictive, Préventive et Participative qui fait le lien entre la qualité de vie de cette terre de montagne qui compte de nombreuses installations de pointe et relie de nombreux secteurs (sport, tourisme, alimentation). Mais aussi, une santé de dimension Planétaire liée au changement climatique qui pose les problématiques à venir. Quel impact demain sur ce massif où les stations de sport d'hiver jalonnent les vallées? Comment réorienter l'activité, la diversifier? Quand la santé a ici un rôle fondamental à jouer avec nombre de projets pilotes liés à l'effet de l'altitude sur le corps humain, le séjour des sportifs de haut

niveau dans des centres reconnus, la qualité des soins. Ramon Treserras (Cluster SolSoleil): « Le concept de santé planétaire sera notre futur défi pour les années à venir et pour lequel nous aurons besoin de ressources et d'une collaboration public-privé si nous voulons réussir. » En ce sens, deux événements transfrontaliers (Pyrénées Business Summit - « La montagne innovante ») ont permis de créer des interactions entre de nombreuses entreprises liées au sport, à la santé et à l'alimentation, en dessinant de nouvelles coopérations entre acteurs tout en valorisant l'innovation comme moteur. Quelques exemples concrets : le rôle pivot du Centre National d'Entraînement en Altitude (CNEA) de Font-Romeu qui accompagne des sportifs de haut-niveau tout en accueillant des stages et délégations sportives, à la fois poumon économique du territoire et prescripteur touristique, l'expertise de la clinique du souffle de La Solane apte à traiter des pathologies graves en s'appuyant sur les bienfaits de l'altitude et les 3 000 heures d'ensoleillement annuel ; l'édition d'un catalogue afin d'identifier et de donner de la visibilité aux producteurs locaux du territoire. D'autres projets visent à travailler le marché des seniors au-delà du simple paradigme tourisme et ski, à développer les coliving et coworking pour attirer de nouvelles entreprises (...)! Il n'y a que les montagnes qui ne se rencontrent jamais...
GC



BETTERFLY TOURISM: LA SPIRALE VERTUEUSE!

CRÉÉE IL Y A 11 ANS PAR UN JEUNE INGÉNIEUR DANS LE BUT DE « MASSIFIER LE PASSAGE À L'ACTE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME » DANS LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, BETTERFLY TOURISM EST EN TRAIN DE REMPORTER SON COURAGEUX PARI.



« Rien n'arrête une idée dont le temps est venu » répétait à l'envi Victor Hugo. L'idée de départ du jeune étudiant Hubert Vendeville était de mettre au point un calculateur démontrant aux professionnels du tourisme qu'en s'engageant dans une démarche responsable ils feraient des économies. Aussi, après un premier emploi et son projet affiné, créa-t-il l'entreprise Betterfly Tourism. Durant 7 ans, il y inventa les outils logiciels indispensables à sa vertueuse démonstration. Dont le fameux « Etiquetage Environnemental » qui séduit au cours des 7 premières années 400 établissements. Puis vint 2020, année folle, année charnière. Betterfly Tourism dut alors se réinventer, virtualiser ses démarches notamment. Et ce fut un succès. Et comme tout le monde en 2020 trouva enfin le temps de faire une pause pour réfléchir, Betterfly sut rencontrer de nouveaux publics : « Passeport Vert » déployé aux destinations touristiques, formations en ligne pour tous les acteurs, création de « clubs en ligne » sur l'affichage environnemental pour les hôtels, les campings (en 2022) et les offices de tourisme (en 2023).

Côté destinations, l'ADT de l'Aube et le CRT Occitanie s'y sont mis en bloc (10 à 15 % du tourisme français d'un coup) et cet affichage devenu officiel en France sera bientôt expérimenté en Allemagne avant d'être étudié pour l'Europe entière. Mais l'essentiel reste sans doute le message qu'Hubert adresse à ceux qui en sont encore aux étapes précédentes: « Ce qui me rend plein d'espoir, c'est de me dire qu'au départ, cette idée était portée par un étudiant isolé et sans moyens. Personne n'était intéressé, n'avait le temps ni le budget pour m'écouter. Je me suis accroché. Une poignée d'années plus tard, nous sommes une magnifique équipe de passionnés à encourager cet élan. Que cela entretienne la foi de ceux qui se trouvent dans la situation où j'étais ». ■ JB



Avec des paysages aussi superbes que variés, la Martinique est un hotspot de biodiversité. L'île a reçu en 2021 le prestigieux titre de « Réserve mondiale de Biosphère » de l'UNESCO. Depuis 50 ans, l'offre de balade en mer est pourtant principalement composée d'excursions en grand groupe à bord de catamaran ou autre embarcation motorisée, le tout dans une ambiance festive, avec baptême de rhum et cours de zouk inclus.

Des passionnés de nature ont décidé de changer les choses : partir en éco-balades en petit comité sur des bateaux navigants uniquement à la voile sur l'île aux fleurs, c'est désormais possible. Ces acteurs écoresponsables se sont fédérés pour mettre en avant leur manière de voyager, plus respectueuses des fonds marins. Ces excursions réduisent fortement l'impact humain sur la faune et la flore : ici aucun piétinement, pas de bruit gênant, ni de corail cassé ou d'herbier foulé... Pour en savoir plus, rendez-vous sur VoileNature.com, le premier site web dédié aux balades en mer écotouristiques à la Martinique. AC

GREETERS: DE L'ACCUEIL AU RÔLE D'« AMBASSADEURS ++ »

Du côté des Greeters®, ça bouge! De l'idée préconçue du « guide gratuit », le rôle du Greeter s'en éloigne, en évoluant vers celui d'habitant citoyen engagé dans l'attractivité de son territoire. Au-delà de l'accueil, il est aussi là pour mettre en récit la destination et proposer une offre touristique non-marchande près de chez soi. Dans l'écriture du tourisme de demain, Jonathan Huffstutler, président de la Fédération France Greeters, est persuadé que les Greeters ont un rôle primordial à jouer : « celui d'interlocuteurs fiables qui fédèrent des communautés d'habitants et qui pourraient participer à mettre en récit les destinations, pour créer du dépaysement et donner du sens, pour un tourisme plus authentique et plus humain ». Pour jouer pleinement ce rôle d'« ambassadeurs ++ », les Greeters sont dans une belle dynamique de développement qui s'appuie sur la mise en œuvre d'actions concrètes telles que son projet numérique « GreetVue » - un nouvel outil de mise en relation et de promotion en lien avec les SIT -, la réalisation du podcast « Ailleurs Chez Nous », et le renforcement de ses communautés locales, nationales et internationales de Greeters (qui se rassemblent cette année à Nantes). EB

LE CANIGÓ: « PASSER D'UN PIC À UNE DESTINATION ÉCOTOURISTIQUE »!



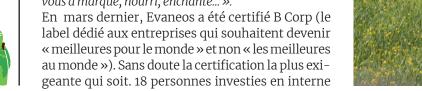
« Tel un sémaphore veillant sur ses marins », le Canigó se détache depuis la plaine de Perpignan, surplombant un vaste paysage de forêts et balcons où s'accrochent villages, chapelles et mas de pierre. Au fil du temps toutefois, la fréquentation croissante de visiteurs et touristes n'hésitant pas à prendre leur véhicule pour aller au plus près du pic a mis à mal les abords du sommet, polluant à la fois le lieu, son approche, mais aussi sa dimension paysagère. Pour parer à l'urgence et protéger le massif, dans les années 2000, le Syndicat mixte Canigó Grand Site est mis en place afin d'opérer une gestion plus intégrée du site, un travail de longue haleine visant à valoriser les différents Balcons (Nord et Sud) et le piémont afin de faire du Canigó non plus un pic mais une destination. Florian Chardon, directeur du Syndicat mixte Canigó Grand Site: « Nous étions arrivés à saturation d'un phénomène où, en saison, des flots de touristes accédaient aisément en 1h30 de voiture jusqu'aux abords du Canigó, multipliant les nuisances pour la faune, la flore et l'intégrité du site. » En douze ans, de nombreux aménagements sont réalisés, dont 750 km de sentiers balisés, les « tours » et « boucles du Canigó », consacrés par le label Grand Site de France. « Nous accompagnons les Grands Sites de France labellisés et en projets, dans leurs démarches pour trouver un équilibre durable entre fréquentation et préservation de l'environnement, en veillant aussi à ce que les habitants ne se sentent pas dépossédés et que le tourisme ne devienne pas la monoactivité d'un territoire », explique Soline Archambault, directrice des Grands Sites de France. Ce réseau comptant près de cinquante Grands Sites œuvre depuis les années 1980 afin d'adapter les capacités d'accueil de sites souvent soumis à de fortes pressions touristiques: gestion des flux depuis les portes d'entrée, agrandissement du périmètre de visite pour limiter la saturation, mise en place d'observatoires de fréquentation, recul des parkings, navettes, mobilisation des commerçants pour une montée en gamme des produits proposés, etc. Le 27 juin dernier, le Syndicat mixte Canigó Grand Site a remporté le Trophée Horizons 2022 (catégorie Gestion responsable des flux touristiques) et ainsi toute la reconnaissance de tous ceux qui s'engagent pour un tourisme plus durable. **GC**

EVANEOS OU L'ENGOUEMENT POUR LE LOCAL...

FONDÉE IL Y A 13 ANS SUR LE PARTI PRIS QUE LA RENCONTRE AVEC LES LOCAUX CONSTITUAIT LE CŒUR MÊME DU VOYAGE ET EN GARANTISSAIT L'AUTHENTICITÉ, EVANEOS (« JUST CERTIFIED B CORP! ») A, DEPUIS, FAIT VOYAGER AUTREMENT PLUS DE 500 000 PERSONNES.

« Dès le départ, il était essentiel pour nous de mettre en relation le voyageur avec les populations locales, expliquent Eric et Yvan, les fondateurs d'Evaneos. De les faire se rencontrer pour permettre une découverte la plus authentique possible de ces ailleurs dont ils rêvent. La première conséquence de ce modèle: 87 % de la valeur économique générée par nos voyages finance directement les acteurs locaux sur place. La seconde est que lorsque vous revenez d'une découverte de la Jordanie aux côtés de Hassan ou de celle des plantes comestibles d'Auvergne avec Éloïse, vous en parlez à vos proches des semaines durant, tant cette expérience vous a marqué, nourri, enchanté... ».

durant 18 mois pour répondre aux quelques 200 points d'impact de l'entreprise sur ses environnements: humains, sociaux, naturels. La bonne nouvelle, c'est que, investies dans le tourisme durable depuis le départ, les équipes d'Evaneos n'ont pas eu, en France, à trop revoir leur copie. « Nous avons donc pu commencer à nous soucier de nos impacts à distance, sélectionnant et accompagnant nos agences locales vers la labellisation Travelife ». Le but ultime des Evaneossiens ?... « Devenir un modèle et une référence pour d'autres voyagistes. Afin que le tourisme devienne un secteur d'activité ayant un impact essentiellement positif. Il est également important que les gens se rendent compte du propre impact qu'ils ont en voyageant. En choisissant bien son voyage, on peut avoir une influence réelle sur la marche du monde ». IB





LES OISEAUX DE PASSAGE VOUS PRÉSENTENT LEUR NOUVELLE PLATEFORME



Suite aux deux séminaires de recherche consacré à la dénumérisation du voyage, Les oiseaux de passage ont décidé de repenser l'intégralité de leur site internet. Prosper Wanner: « Quand on parle de tourisme durable, on pense gestion des flux, quotas, impacts, mais on ne discute jamais des algorithmes, du Code du Tourisme, des taxes de séjours. Nous souhaitions réinterroger tous ces standards, comprendre l'ensemble du dispositif pour le faire bouger ». La nouvelle plateforme a ainsi été travaillée sur quatre axes: les touristes, en intégrant au-delà des visiteurs toutes ces catégories invisibles que sont les migrants, les travailleurs

étrangers (...); les classements, pour aller au-delà de la seule note et penser contributif, relation au vivant, espaces en commun ; le revenu, qui peut aussi être modulé en fonction des budgets, imaginé en monnaie locale ; enfin, les villes, et la réalité de l'accès au logement. Depuis juin dernier, la nouvelle plateforme est en ligne ; elle vise à accueillir tout le monde, avec un espace contributif où les membres peuvent saisir en ligne leur présentation en utilisant la voix, le son, l'écriture cursive, la musique. On entre ainsi sur des personnalités, des hébergements, des activités, des bons plans, mais aussi des histoires et des récits qui remplacent les comparateurs et mettent en avant tous ceux qui essaient de mieux accueillir. Prosper Wanner: « On a divisé nos données par trois ou quatre, parce que l'on sait que 80 % des données non structurées ne sont pas utilisées. On est ainsi passé de 100 items pour renseigner un hébergement à 23 avec une interface plus simple, plus agile, et paradoxalement mieux référencée ». **GC**

LE PARC NATUREL RÉGIONAL DE LORRAINE VOUS ACCOMPAGNE...

Situé de part et d'autre de l'axe Nancy-Metz, le Parc naturel régional de Lorraine est un vaste territoire où forêts, zones humides, prés et mares salées dessinent des paysages fragiles souvent méconnus du grand public. Afin d'accompagner la découverte de ces écosystèmes sensibles et de faire le lien entre les touristes et le territoire, le Parc a initié un programme de formation dans l'objectif de recruter des guides accompagnateurs doublement qualifiés. En 2019, une session est lancée avec l'AFRAT (organisme de formation situé dans le Vercors) avec la double idée d'apporter de la connaissance sur la faune, la flore, les différents enjeux du Parc à de futurs guides accompagnateurs tout en stimulant l'économie locale pour les habitants. Jenny Mahé (Chargée de mission Tourisme Nature pour le Parc): « Nous avons retenu une vingtaine de candidats sur une quarantaine, trois quides interprètes, mais aussi des hébergeurs, des fermes pédagogiques, des associations d'éducation, etc. » Objectif du PNR : faire de la destination, une destination nature de proximité axée sur la découverte de la nature mais aussi le ressourcement et le bien-être. En outre, soucieux de proposer un accompagnement de qualité et désireux de sensibiliser les guides volontaires à tous les aspects du métier (sécurité en milieu naturel, satisfaction client, lisibilité des offres, etc.), le Parc a proposé de compléter cette première formation par la certification Qualinat/Qualité Tourisme. Gérard Déserable (Association Qualinat): « Le métier de quide nature n'est pas réglementé. N'im-



porte qui peut proposer des sorties de découverte de la faune, de la flore... C'est pour faire reconnaître leurs compétences et la qualité de leurs prestations que des quides nature de la baie de Somme ont lancé, au début des années 2010, la démarche qualité Qualinat. » Huit guides ont même doublé cette labellisation d'une certification « Valeur Parc naturel régional », une démarche d'accompagnement autour des valeurs humaines, territoriales et environnementales des PNR qui s'applique aux guides accompagnateurs nature dont les activités se situent sur le territoire des Parcs naturels régionaux et qui sont en phase avec leurs valeurs. Il est donc à présent possible de découvrir le Parc naturel régional de Lorraine avec des guides nature dûment certifiés. Une démarche pionnière dans le Grand Est qui vise à démontrer que la médiation et l'éducation à l'environnement ont aussi un rôle à jouer pour éviter les effets pervers du besoin de nature qui s'est exacerbé depuis la crise sanitaire. **GC**

8

TROPHÉES HORIZONS

UNE PREMIÈRE ÉDITION TRÈS INSPIRANTE!

Lundi 27 juin dernier, tout l'écosystème du tourisme (durable) était à l'honneur lors de la première édition des Trophées Horizons, organisée par l'association ATD – Acteurs du Tourisme Durable, avec le soutien de l'Ademe et du MEAE et animée par Gavin's Clemente Ruiz (Secrétaire général du Guide du Routard).

Après une table ronde sur le Tourisme de proximité, douze lauréats ont été récompensés dans les catégories suivantes :

- Maîtrise de l'énergie : Les Gîtes Bon Air, pour les chalets bioclimatiques et l'utilisation des énergies renouvelables.
- Préservation de la biodiversité & des ressources naturelles : LPO France, pour le programme «Biodiv'Sports».
- -Alimentation durable : Le Relais Thalasso Île de Ré, pour sa transition vers une cuisine écoresponsable.
- Ancrage local : L'Office de tourisme de la vallée de la Bruche, pour les Sentiers Plaisir.
- Economie circulaire & gestion des déchets : Falepa Corsica, pour le recyclage des bouchons plastique des acteurs du tourisme en Corse.
- Gestion responsable des flux touristiques : Le Syndicat mixte Canigó Grand Site, pour la ges-

tion des flux motorisés sur le versant nord du massif du Canigó.

- Organisation responsable: Provence Tourisme, pour les Journées Jeunesse Emploi Tourisme.
- Prix spécial du Jury : Le Paradis des Bulles, pour la conception de son catamaran de plongée E-speranza, 100% électrique.
- Tourisme pour tous : UNAT Pays de la Loire, pour le réseau Group'AVélo
- Mobilités : Nomade Aventure, pour les voyages Europe A/R en train.
- Jeune pousse : Vaolo, pour l'Académie Expérience qui forme et « engage » les voyageurs / explorateurs de demain.
- Tourisme de proximité (catégorie de l'année) : Le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie, pour le Pass Loisir « Occ'Ygène ».

Autant de projets concrets, travaillés, éprouvés, issus de 140 dossiers de candidature répartis par catégories et départagés par un jury d'experts composé de Caroline Mignon (Présidente d'ATD), Betty Rech (Chargée de mission tourisme durable au MEAE), Aude Andrup (Coordinatrice nationale Tourisme à l'ADEME), Christian Delom (Secrétaire général d'A World for Travel) et Isabelle Brémond (Responsable de la commission Tourisme responsable d'ADN tourisme). A venir une rentrée bien chargée encore pour ATD, partenaire des salons Horizonia et Top Resa en septembre, et surtout organisateur avec le CRTL Occitanie de la huitième édition des Universités du Tourisme Durable qui aura lieu à Montpellier les 6 et 7 octobre prochain avec pour thématique: « Affronter les paradoxes : transition ou rupture? **»** ■ **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. Rédaction et édito : Geneviève Clastres (GC), Aurélie Croiziers de Lacvivier (AC), Jérôme Bourgine (JB) et Elisabeth Blanchet (EB). Technique : Christophe Luce. Création : Redline. Crédits photos : Claudio Schwarz (p.2), Karsten Winegeart (p.3), Luke Baum (p.4), Cyril Mazarin et PNR (p.5), DR. 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 60 000 ex. distribués via 12 000 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..



AUTREMENT.COM portail d'information sur tourisme responsable



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 »