



## LES PERSPECTIVES DU TOURISME PARTICIPATIF EN LOIRE-ATLANTIQUE

**Etude réalisée par Marion Chaillou**  
Association des Greeters de Nantes

**Novembre 2008**

# SOMMAIRE

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>I. Etat des lieux du tourisme participatif en Loire-Atlantique</b> .....	<b>4</b>
<b>1) Qu'est ce que le tourisme participatif ?</b> .....	<b>4</b>
<b>2) Des initiatives locales de tourisme participatif intéressantes</b> .....	<b>4</b>
a) Les « Greeters » de Nantes .....	4
b) « Pornic par les pornicais ».....	5
c) Accueil paysan .....	5
<b>3) Un tissu associatif actif</b> .....	<b>5</b>
a) Les associations sportives.....	6
b) Les associations « naturalistes » .....	6
c) Les associations de valorisation du patrimoine .....	6
d) Les associations socioculturelles .....	6
<b>II. Sur d'autres territoires</b> .....	<b>7</b>
<b>1) Enquête qualitative</b> .....	<b>7</b>
a) Pourquoi faire une enquête ? .....	7
b) Les thèmes abordés .....	7
c) Population enquêtée .....	7
<b>2) Où se pratique ce type de tourisme ?</b> .....	<b>8</b>
<b>3) Qui pratique le tourisme participatif ?</b> .....	<b>8</b>
<b>4) Quelles sont les formes que le tourisme participatif peut prendre ?</b> .....	<b>8</b>
a) Les balades et visites insolites .....	9
b) La découverte de pratiques traditionnelles : chant, cuisine...etc .....	9
c) Les activités ludiques .....	10
d) Le repas et/ou l'hébergement chez l'habitant .....	10
<b>III. Diagnostic et enjeux</b> .....	<b>12</b>
<b>1) Diagnostic</b> .....	<b>12</b>
<b>2) Les enjeux pour le territoire</b> .....	<b>13</b>
a) Répondre à une demande d'authenticité en diversifiant l'offre touristique .....	13
b) Renouveler l'image touristique du territoire.....	14
c) Diffuser les flux touristiques dans l'espace en valorisant de nouveaux sites .....	14
d) Diffuser les retombées économiques du tourisme au sein des structures alternatives .....	14
e) Impliquer les habitants dans l'accueil des visiteurs .....	15
f) Participer au développement social .....	15
g) Favoriser l'appropriation par les nouveaux arrivants de leur lieu d'habitation .....	15
<b>IV. Pour le développement du tourisme participatif en Loire-Atlantique</b> .....	<b>15</b>
<b>1) Valoriser et inciter les initiatives locales</b> .....	<b>16</b>
a) L'organisation d'événements ouverts au grand public .....	16
b) Une aide financière et technique.....	16
<b>2) Mutualiser les savoirs et savoirs faire au sein d'un véritable réseau d'acteurs</b> .....	<b>17</b>
a) Partager les témoignages et expériences.....	17
b) Mise en place d'outils de communication et de promotion à l'échelle départementale.....	18
<b>Conclusion</b> .....	<b>19</b>

Depuis 2003, la notion de tourisme participatif a été extrêmement abordée et utilisée notamment grâce à de la nouvelle politique touristique de la Ville de Paris qui a pour objectif de rapprocher les visiteurs et les franciliens. En effet, la Ville a identifié le tourisme urbain participatif en tant qu'« économie de niche », comme un axe de développement et d'innovation sociale pour les quartiers de Paris. L'objectif est de renouveler l'image touristique de la capitale et de répondre à une demande d'authenticité de plus en plus importante en impliquant les habitants dans cette démarche. C'est dans ce sens que la Ville de Paris a mis en place « **Paris avec les parisiens** » sur le site Internet de l'Office de Tourisme ([www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com)) : des parisiens accueillent les touristes et leur font découvrir leur ville et leur vie quotidienne en emmenant les touristes se balader, rencontrer des artistes dans leur atelier, danser, cuisiner...etc.

Des expériences de tourisme participatif plus anciennes existent dans des villes comme New York, Amsterdam ou Berlin. En effet, elles ont voulu développer ces activités dans le but de diversifier l'offre touristique principale. La fédération **Strattreisen Berlin**, par exemple, regroupe 19 associations dans 23 villes allemandes et deux villes européennes (Bruxelles et Berne) et propose des visites insolites axées sur l'histoire oubliée et la mémoire en faisant participer les habitants. La fédération accueille plus de 300 000 visiteurs par an sur l'ensemble des grandes villes.

D'autres associations membres du « Global Greeter Network » (New-York, Paris, Toronto, Fairbanks, Nantes...) proposent de mettre en contacts touristes et habitants bénévoles afin que ces derniers partagent leur amour de leur ville de manière conviviale et accueillante. Ces balades insolites connaissent un véritable succès dans la plupart des villes ; cela marque le succès d'un tourisme différent.

L'association des « Greeters » de Nantes pratique ce type d'activités sur la ville de Nantes et sa région depuis juin 2007. Au-delà de cette activité, les bénévoles actifs de l'association aimeraient développer un réseau d'acteurs et des actions concrètes en termes de tourisme participatif à Nantes et en Loire-Atlantique car les enjeux pour un territoire sont multiples (renouvellement de l'image touristique, allonger la durée des séjours, créer du lien social...). Avant de commencer à mettre en place des actions concrètes, il est nécessaire de connaître les enjeux et possibilités sur le territoire : **quelles sont les perspectives du tourisme participatif en Loire-Atlantique ?**

En ce qui concerne le bassin touristique concerné, le développement du tourisme dans le département de Loire-Atlantique est basé sur trois types d'espaces : un espace littoral (133 km de côte), l'estuaire de la Loire et les deux plus grandes villes du département (Nantes et Saint-Nazaire), deux espaces ruraux au nord et sud de la Loire. Dans tous ces espaces, on remarque l'omniprésence de l'eau sous toutes ses formes.

L'activité touristique est extrêmement présente sur la côte Atlantique (cf carte) grâce notamment à des stations balnéaires réputées (La Baule, Pornichet, Le Pouliguen et Pornic), les ports (Croisic, Piriac-sur-mer).



*« Nantes Métropole développe sur l'agglomération nantaise et son territoire environnant une large palette d'activités touristiques et de loisirs : tourisme urbain et industriel, tourisme vert et balnéaire, tourisme d'affaires...La politique de développement touristique de Nantes Métropole s'organise autour de deux axes principaux : d'un côté le renforcement de l'attractivité touristique de la métropole nantaise à l'échelle internationale et d'un autre côté le développement d'une politique en faveur du tourisme de loisirs et de découverte par la mise en valeur des spécificités du territoire. » Nantes Métropole*

**Sources carte :** Office de tourisme de Nantes Métropole

Les informations qui ont permis de construire cette étude ont été récoltées grâce à différentes sources : ouvrages, articles de presse, entretiens avec les acteurs concernés. Un article a été particulièrement utilisé et sera mis en avant à travers plusieurs exemples : « Pour un tourisme urbain participatif en Ile-de-France » (revue espaces n° 78, juillet 2003) de Hélène Sallet-Lavorel chargée d'étude à l'IAURF.

Il s'agira donc, tout d'abord, de faire un premier état des lieux du tourisme participatif en Loire-Atlantique, puis de montrer des activités qui ont déjà été réalisées sur d'autres territoires. Enfin, nous finirons cette étude en proposant des actions concrètes à mettre en place à l'échelle du département.

## I. Etat des lieux du tourisme participatif en Loire-Atlantique

### 1) Qu'est ce que le tourisme participatif ?

En réaction aux impacts environnementaux et sociaux du tourisme de masse (dégradation et la destruction de sites naturels et l'acculturation des populations locales...), de nouvelles notions de tourisme sont apparues depuis quelques années : tourisme durable, tourisme social, écotourisme, tourisme participatif...etc. Elles sont regroupées sous l'appellation « **tourisme alternatif** ». Il s'agit de voyager autrement en rendant les visiteurs plus acteurs de leur voyage en respectant l'environnement et en étant plus proche de la population locale.

- Tourisme alternatif : tourisme qui s'oppose au tourisme de masse.

- Tourisme participatif : tourisme qui fait participer la population d'accueil aux activités touristiques ou qui fait participer les visiteurs à la vie locale du territoire visité.

Le **tourisme participatif** est une forme de tourisme alternatif puisqu'il permet de voyager « autrement » : il facilite les rencontres et les **échanges entre habitants et visiteurs**. Il peut faire participer la population d'accueil aux activités touristiques locales ou faire participer les visiteurs à la vie locale du territoire visité. Cependant, dans le cadre de cette étude, on s'intéressera essentiellement au tourisme participatif qui rend les habitants acteurs du développement touristique local.

### 2) Des initiatives locales de tourisme participatif intéressantes

Le tourisme participatif semble intéressant à être développé dans le département de Loire-Atlantique mais, avant de pouvoir proposer des actions qui vont dans ce sens, il est primordial de faire un état des lieux des initiatives qui existent déjà sur le territoire.

#### a) Les « Greeters » de Nantes

L'association « Les Greeters de Nantes » existe depuis mars 2007; son activité d'accueil depuis juin 2007. L'association propose aux visiteurs (touristes, étudiants, etc...) de leur faire découvrir leur ville et leur région comme s'ils étaient des amis. Cela est entièrement gratuit et les Greeters sont tous bénévoles.

Les Greeters de Nantes sont membres du « **Global Greeter Network** », réseau international des Greeters, qui compte à l'heure actuelle 14 membres à travers le monde : New-York, Chicago, Houston, Toronto, Fairbanks, Melbourne, Buenos Aires, Adelaide, Thanet, Shenzhen, La Haye, Paris, Nord-Pas-de-Calais et Nantes.

De juin 2007 à juin 2008, 35 accueils ont été réalisés pour 99 personnes reçues. La « clientèle » des Greeters est composée de personnes seules ou en couple, effectuant des séjours plutôt courts, mais aussi de jeunes étrangers, étudiants ou stagiaires sur Nantes ou dans les environs, en groupe ou seuls. 1/3 des personnes reçues est d'origine étrangère : anglais, mexicains, hongrois, italiens, etc.

Des questionnaires de satisfaction ont été retournés à l'association, ils sont au nombre de 24, ce qui nous permet de savoir que les visiteurs sont, le plus souvent, très satisfaits du moment qu'ils ont pu partager avec les Greeters.

Une des difficultés rencontrées par l'association pour développer son activité est de se faire connaître. En effet, même si le moyen de communication le plus souvent efficace pour ce type de tourisme est le bouche à oreille, une meilleure communication dans les réseaux d'information destinés aux touristes permettrait sûrement d'augmenter la demande de balades.

## b) « Pornic par les pornicais »

En 2005, l'Office de tourisme de Pornic a mis en place un programme appelé « Pornic par les pornicais » afin de **diversifier son offre touristique** et, ainsi, offrir de l'authenticité et de la convivialité aux touristes. Il s'agit de visites menées par des pornicais bénévoles, artisans ou simplement habitants, passionnés par leur métier, leur hobby ou leur territoire. Un programme de visites est déterminé et chaque bénévole fait quelques visites dans l'année. Les visiteurs doivent s'y inscrire à l'Office de Tourisme car les places sont limitées.

Cela permet également à l'Office de tourisme de proposer des visites sur une période plus longue que la période estivale (avril à octobre). Un de ses objectifs est d'organiser ces visites tout au long de l'année.

Environ 300 personnes sont accueillies chaque année au sein de ces visites originales et authentiques. Les visiteurs sont aussi bien locaux que touristes et tous veulent découvrir les habitants, les coutumes et les activités de Pornic.

La difficulté majeure pour l'Office de tourisme est de renouveler chaque année son programme de visites en trouvant de nouveaux bénévoles et de nouveaux thèmes. En effet, comme les locaux représentent une grande partie des visiteurs, il est essentiel de proposer de nouvelles visites chaque année.

## c) Accueil paysan

« Accueil paysan » est un réseau national présent sur l'ensemble du territoire français et dans 22 pays étrangers. Il a été fondé en 1987 et s'est développé en proposant un accueil en mode rural sous tous ses modes par des personnes qui vivent en monde rural et qui veulent faire découvrir leurs activités agricoles et le milieu dans lequel ils vivent. Le paysan accueille dans sa maison, à sa table, à l'auberge ou dans un gîte en milieu rural et fait partager son savoir-faire, ses connaissances, son histoire et ses compétences. L'objectif est de faire découvrir aux personnes accueillies un métier, un mode de vie et un environnement, tant naturel que culturel, grâce à un accueil caractérisé par la convivialité et l'échange réciproque.

Accueil paysan est donc présent en Loire-Atlantique et offre un grand nombre de produits touristiques différents dont des hébergements chez l'habitant-agriculteur. En effet, « *En Loire-Atlantique, Accueil paysan propose 128 couchages, hors camping.* » (Ouest France – 31/01/2008)

Ces exemples ne représentent pas l'offre de tourisme participatif en Loire-Atlantique de manière exhaustive. Il existe d'autres initiatives qui permettent aux habitants de participer de manière active à l'accueil des touristes notamment dans les Offices de tourisme mais elles ne sont pas toujours présentées comme telles donc difficile à repérer. De plus, un réseau de chambres d'hôtes est présent en Loire-Atlantique ; ce type de formule d'hébergement permet le partage de moments conviviaux avec les habitants tels que les repas (petits déjeuners et dîners).

Ainsi, l'offre de tourisme participatif en Loire-Atlantique est relativement faible et peu mise en avant. En effet, on se rend compte qu'une des difficultés majeures est la communication et qu'il n'y a aucune coordination de cette offre. Cela permettrait pourtant aux touristes d'avoir une meilleure visibilité de ce qu'ils peuvent découvrir avec les habitants sur l'ensemble du territoire départemental.

## 3) Un tissu associatif actif

Plus de 21 000 associations sont présentes en Loire-Atlantique (sources : [www.asso1901.com](http://www.asso1901.com)), **nombreuses sont ces associations qui, même si elles n'ont pas toujours un objectif touristique, proposent déjà la découverte du territoire avec ses habitants.** Il peut donc être intéressant de valoriser leurs propositions de balades, visites, rencontres comme éléments complémentaires au tourisme officiel. La première semaine du

tourisme participatif organisé à Nantes par les Greeters a démontré que certaines associations aimeraient participer au développement de ce type de tourisme.

a) Les associations sportives

Les associations d'activités sportives telles que le cyclisme, la randonnée et le canoë proposent généralement des balades et autres visites sur le territoire. En effet, ces activités de loisirs sont accessibles à un grand nombre de personnes et permettent de lier loisirs et découverte du territoire.

« **Place au vélo** », association de cyclistes urbains à Nantes, organise des balades pour découvrir le territoire (Pornic, Guérande, Vertou...) dans un esprit convivial et tranquille.

Les associations de randonnée pédestre peuvent également jouer un rôle important dans les activités liant découverte du territoire et échanges entre les habitants et les touristes.

b) Les associations « naturalistes »

Les associations visant à la protection et à la valorisation du patrimoine naturel sont également des structures qui organisent des activités pour la découverte de ce patrimoine du territoire. Par exemple, l'association « **Loire pour tous** » qui a pour objectif l'animation et la revalorisation de la Loire entre Angers et Nantes organise des randonnées et promenades ouvertes à tous types de bateaux et embarcations et également aux cavaliers, cyclistes et marcheurs pour faire découvrir la Loire sous un autre angle.

De même, l'association de la « **Ligue pour la Protection des Oiseaux** » organise des sorties départementales menées par les bénévoles de l'association. Lors de la Semaine du tourisme participatif, l'association a proposé une balade naturaliste de deux heures dans la ville de Nantes.

c) Les associations de valorisation du patrimoine

Certains habitants du territoire passionnés par son patrimoine (bâti, naturel, maritime...etc.) s'impliquent au sein d'associations locales afin de partager leur passion avec d'autres. Le patrimoine maritime étant très présent sur le territoire, il existe un certain nombre d'associations qui oeuvrent dans ce domaine.

On peut prendre l'exemple de l'association « **La Cale de l'île** » qui réunit des passionnés de bateaux anciens et, plus largement, de patrimoine nautique et portuaire. Les bénévoles ont également participé à la Semaine du tourisme participatif en organisant une visite du chantier de reconstruction du Saint-Michel, voilier ayant appartenu à Jules Verne.

d) Les associations socioculturelles

Il existe des associations socioculturelles qui peuvent intervenir également dans le domaine du tourisme s'appuyant sur les échanges entre habitants et touristes. On peut parler de l'association « **Tesselles** » de Nantes qui souhaite faire découvrir la mosaïque en tant que pratique mais également en tant que patrimoine culturel local. Au travers de visites dans la ville, les participants découvrent la richesse des mosaïques italiennes des années 30 à Nantes : une manière originale et insolite de découvrir un territoire.

A Nantes, l'association « **Takaprès** » peut organiser des visites de quartiers par des habitants bénévoles appelés « révélateurs de quartier » comme elle l'a déjà fait lors de la Semaine du tourisme participatif avec une balade au cœur du quartier du Breil.

Prenons également l'exemple de l'association de « **Dyna-mots** » de Nantes qui organise des balades à vélo avec des pauses de lecture à voix haute réalisées par des bénévoles. Certaines de ces balades ont pour thème la découverte de la ville de Nantes ; elles permettent donc de découvrir la ville et des récits littéraires qui s'y rapportent.

Le collectif d'associations « **Graine d'Automne** » à Nozay essaie de favoriser la rencontre entre les habitants de longue date et les nouveaux arrivants en proposant des réunions « tu viens voir ?! » : un habitant volontaire accueille ses voisins chez lui, c'est alors l'occasion de faire des rencontres, d'échanger et, pour les artistes amateurs de transmettre un peu de leur passion.

De nombreuses structures associatives pourraient donc développer ce nouveau type de tourisme grâce à la volonté et l'envie de partager des bénévoles mais **elles ont rarement conscience du potentiel touristique que représente leur activité** ; elles communiquent auprès de la population locale sans rechercher à entrer dans les réseaux d'information destinés aux visiteurs extérieurs. Seulement quelques exemples ont été présentés ci-dessus, un tableau présentant un certain nombre d'associations est disponible en annexe.

## II. Sur d'autres territoires...

### 1) Enquête qualitative

Afin de mieux connaître ce qui est fait sur les autres territoires en termes de tourisme participatif, une enquête qualitative par entretiens semi directifs (entre 50 minutes et 1h30) et questionnaires (cf annexes) a été réalisée pendant les mois de juillet et août 2008. En effet, il semblait important d'avoir des informations sur d'autres activités réalisées sur d'autres territoires afin de pouvoir mieux cerner ce qui pouvait être mis en place en Loire-Atlantique.

#### a) Pourquoi faire une enquête ?

Dans un premier temps, il est primordial d'avoir un aperçu de l'offre proposée en termes de tourisme participatif en France et à l'étranger pour savoir ce qui était possible de faire à l'échelle d'un territoire comme celui de la Loire-Atlantique. De plus, l'enquête permet de cerner un peu mieux la demande de ce type de tourisme en s'intéressant à la fréquentation et aux visiteurs qui y participent.

Ensuite, l'enquête a pour but de mieux connaître les motivations des structures qui sont le reflet des enjeux du tourisme participatif sur un territoire : pourquoi développer ces activités ? Quel est l'intérêt pour le territoire ?

Il semble également nécessaire de s'informer sur les principaux besoins, difficultés et limites des structures afin de mieux aider, par la suite, les structures voulant mettre en place un projet similaire.

Enfin, cette enquête permettra d'avoir des retours d'expériences et témoignages concrets sur les activités proposées.

#### b) Les thèmes abordés

- Présentation de la structure (type, contacts, nombre de salariés...)
- Les activités proposées (types d'activités proposées, tarif, nombre de participants accepté...)
- La fréquentation (taux de fréquentation, évolution de la fréquentation...)
- Les visiteurs (origine, motivations, satisfaction...)
- La communication (outils utilisés, budget...)
- Le budget et les sources de financement (budget global pour le fonctionnement de l'activité, subventions...)

#### c) Population enquêtée

L'enquête a été réalisée auprès de d'une vingtaine de personnes responsables de structures proposant ou incitant des activités de tourisme participatif.

Afin de savoir quelles étaient les structures faisant du tourisme participatif, plusieurs critères ont été pris en compte. Tout d'abord, dans les activités étudiées, les habitants sont ambassadeurs de leur territoire et **accueillent les visiteurs ou participent activement à l'activité**. Il existe donc un réel échange entre les visiteurs et les habitants. De plus, la motivation principale du développement de l'activité n'est, en général, pas les retombées économiques mais plutôt la création de lien social et d'échanges, la diversification de l'offre, le développement local...etc.

L'échantillon de la population enquêtée a voulu être relativement **varié en termes de type d'activités, de type de structures, de milieu et de localisation géographique**. En effet, l'intérêt est d'avoir des informations et des témoignages d'expériences les plus variés possibles afin d'avoir une vue d'ensemble assez complète.

Lorsque les entretiens étaient impossibles, un appel téléphonique a eu lieu et un questionnaire a été envoyé à la structure afin d'avoir quand même des informations précises sur ses activités.

En plus de ces entretiens et questionnaires, il semblait primordial d'entrer en contact avec les personnes faisant les visites pour connaître leurs motivations et savoir ce que ce type d'activité leur apporte. Ce contact s'est fait à travers la participation à des activités, ce qui a permis également de « vivre » le tourisme participatif afin d'en parler le mieux possible par la suite et également de mieux comprendre les motivations des visiteurs.

## 2) Où se pratique ce type de tourisme ?

Le tourisme participatif peut être présent dans tous les milieux (rural, urbain, littoral) à partir du moment où il y a un territoire à découvrir et des habitants à rencontrer.

Il est vrai que le tourisme urbain participatif se développe de plus en plus dans les grandes villes et permet aux visiteurs de découvrir des quartiers non touristiques à travers des balades et des lieux facilitant les rencontres avec les habitants de la ville visitée (cafés, salles de concert...). En effet, on peut penser que la ville n'est pas un lieu qui permet facilement aux visiteurs de rencontrer la population locale au contraire du milieu rural qui a la réputation de favoriser les échanges de proximité. Par exemple, en 1992, Lynn Brooks crée « Big Apple Greeter », structure qui met en contact les touristes avec un bénévole connaissant et vivant à New-York parce qu'elle avait remarqué, au cours de ses voyages, que la ville de New-York « intimidait » les gens, donc soit ils ne voulaient pas y aller soit ils critiquaient fortement la mentalité new-yorkaise.

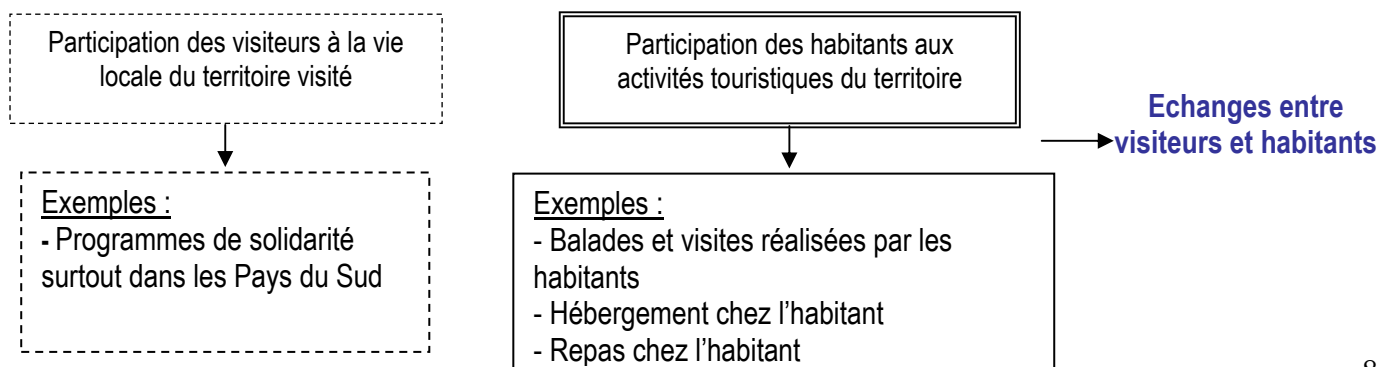
À Paris, la Ville a identifié le tourisme urbain participatif en tant qu'« économie de niche », comme un axe de développement et d'innovation sociale pour les quartiers de Paris. La région Ile de France a identifié le tourisme participatif comme une complémentarité aux offres de tourisme classique, ainsi que l'appropriation par les habitants du phénomène touristique. Dans ce sens, le site Internet de l'Office de tourisme ([www.parisinfo.com](http://www.parisinfo.com)) présente une offre complète « Paris par les parisiens » : balades, danses, cafés, cuisine, nuits chez l'habitants...etc.

## 3) Qui pratique le tourisme participatif ?

Sources : « Pour un tourisme urbain participatif en Ile-de-France » de Hélène Sallet-Lavorel (revue espaces n° 78, juillet 2003)

<u>Facteurs</u>	<u>Ceux qui pratiquent le plus le tourisme participatif</u>
<b>Origine</b>	<b>Les touristes et les habitants eux-mêmes</b> <i>(désir de mieux connaître le territoire et, les gens qui y vivent)</i>
<b>Nombre</b>	<b>les individuels</b> <i>(les petits groupes facilitent les échanges)</i>
<b>Durée du séjour</b>	<b>les moyens et longs séjours</b> <i>(pour aller à la rencontre des habitants un minimum de temps est nécessaire)</i>
<b>Types de touristes</b>	<b>les « fidèles » (re-visites)</b> <i>(les visiteurs ayant déjà visité le territoire ont plus envie de partager la vie des habitants)</i>

## 4) Quelles sont les formes que le tourisme participatif peut prendre ?





### a) Les balades et visites insolites

La plus grande partie des activités du tourisme participatif sont des visites ou balades menées par des « greeters », « guides-habitants », « révélateurs de quartier »... autant de noms pour décrire les habitants qui veulent s'impliquer dans la vie locale de leur territoire et faire découvrir des lieux qu'ils aiment. Ces visites sont originales et conviviales, elles facilitent les échanges entre touristes et populations locales et permettent la découverte de quartiers non touristiques et de lieux cachés et insolites.

Localisation	Nom de la structure	Objet	Description des activités proposées	Caractéristiques
Région parisienne	Ca se visite	→ participer au développement social, économique et culturel de quartiers populaires par et avec ses habitants.	Découverte de quartiers par des balades urbaines menées par des accompagnateurs « révélateurs de quartier ». Ils partagent avec les visiteurs les anecdotes, l'histoire, la vie et les bons plans de leur quartier.	- révélateur de quartier : emploi tremplin - balade à pied ou en trottinette
	Prémises	→ participer au développement du secteur artistique et culturel et en faveur d'un tourisme alternatif et durable	Des promenades inédites, pour découvrir l'Île-de-France autrement, à travers le regard de ses habitants, à la rencontre de paroles d'artistes, à la découverte de lieux familiers ou insolites.	- une fois par an
Toulouse	La Gargouille	→ faire découvrir les quartiers de Toulouse par et avec ses habitants	Randonnées urbaines organisées au cœur des quartiers de Toulouse.	- spécialisation sur le quartier du Mirail
New-York, Toronto, Adelaide, Paris, Nantes, Fairbanks...etc	Réseau Greeter	→ participer au développement touristique des villes de manière complémentaire à l'offre classique.	Découverte de quartiers par des balades urbaines insolites avec des habitants enthousiastes et sympathiques qui connaissent leur quartier et qui veulent le faire découvrir comme le ferait un ami à qui l'on rend visite.	- visites gratuites - habitants bénévoles - visites à la demande
Carhaix-Plouguer	Mémoires de Kreiz Breizh	→ participer à la médiation et valorisation du patrimoine	"Le Poher à bras ouverts, découvrez le Poher à travers ses habitants"- Visites de découverte des richesses des patrimoines centre bretons (industriels, religieux, naturels...).	- visites programmées et certaines à la demande
Cléder	ARCAD	→ participer au développement de l'agriculture durable	Balades sur le thème de l'artichaut, les agriculteurs font connaître leur métier et leur terroir.	- balades menées par les agriculteurs
Lyon	Robin des villes	→ la recherche, la médiation, la diffusion, la sensibilisation et l'action sur le thème du cadre de ville	Promenades Urbaines Accessibles et Insolites: elles s'adressent à tous ceux qui désirent découvrir Lyon et se laisser porter au rythme d'une balade urbaine...et à tous les curieux...	- certaines balades accessibles pour des personnes à mobilité réduite
23 villes allemandes, Bruxelles et Berne	Réseau Stattreisen	→ valorisation de l'histoire populaire et des habitants en dehors des îlots touristiques.	Visites insolites axées sur l'histoire oubliée et la mémoire en faisant participer les habitants.	- démarche de tourisme doux et durable

### b) La découverte de pratiques traditionnelles : chant, cuisine...etc

En plus de découvrir le territoire visité à travers son patrimoine bâti, paysager et naturel, les voyageurs aiment, de plus en plus, connaître les pratiques culturelles traditionnelles des populations locales. En effet, la cuisine, la musique, la danse...etc. sont des éléments qui caractérisent les territoires et que les touristes sont prêts à connaître voire à essayer. Il existe une offre de ce type d'activités sous forme d'ateliers et cours variés.

Localisation	Nom de la structure	Objet	Description des activités proposées	Caractéristiques
Région parisienne	Bonjour Paris	→ participer au développement culturel des relations franco-japonaises.	Divers ateliers (cuisine, chants, peinture sur soie) avec des Parisiens. « Créer avec eux! Vivre comme eux! »	- réservé aux japonais
	Meeting the french	→ créer des services qui permettent de découvrir Paris plus près des habitants.	Des cours de cuisine sont organisées par une parisienne, elle reçoit chez elle pendant une demi-journée et transmet son savoir culinaire.	- agence de voyage - activités chez les habitants
Lisbonne (Portugal)	Moinho da Juventude	→ participer au développement social, culturel et économique du quartier : Alto da Cova da Moura	Ateliers pour la découverte de la richesse ethnique du quartier : cuisine, musique, coiffure, danse...etc. de la culture africaine très présente dans le quartier.	- activité à composer soi-même parmi les suggestions et ses intérêts personnels

### c) Les activités ludiques

Pourquoi ne pas découvrir un territoire ainsi que ses habitants en s'amusant ? Une agence d'événementiels connue dans la région parisienne appelée « Ma langue au chat » organise des chasses aux trésors permettant, ainsi, aux visiteurs et aux parisiens de découvrir ou redécouvrir la ville sous un nouveau jour. Le parcours permet les rencontres avec les associations locales et les commerçants.

Ce type d'activité plait énormément surtout quand aux enfants : la ville de Paris organise chaque année depuis 3 ans une chasse aux trésors ; la deuxième a rassemblé 12000 participants.

« Artaban », association nantaise, propose d'ailleurs le jeu de piste « Nantes en 123 minutes » pour les enfants afin qu'il découvre la ville de manière originale et ludique.

Localisation	Nom de la structure	Objet	Description des activités proposées	Caractéristiques
Région parisienne	Ma langue au chat	→ dominer le secteur stratégique de la chasse au trésor dans le monde	Chasses aux trésors organisées pour des particuliers, groupes d'entreprise, la Mairie de Paris et ponctuées d'intervention d'associations et de commerçants pour la récolte de preuves et d'indices.	- agence d'événementiels - une chasse au trésor de la Mairie de Paris chaque année pour le grand public

### d) Le repas et/ou l'hébergement chez l'habitant

Le partage d'un repas ou la nuit chez l'habitant sont des moments conviviaux à partager avec la population locale. Cela semble le meilleur moyen pour les touristes de s'approprier et de mieux comprendre les habitudes et coutumes des habitants puisqu'ils sont véritablement immergés dans la vie quotidienne de leurs hôtes. En effet, il s'agit d'un véritable moment de partage puisque les habitants laissent les visiteurs entrer dans leur lieu d'habitation et leur vie privée. Plusieurs formules existent dans différents pays (chambre d'hôte, repas chez l'habitant...) et depuis quelques années se développent, de plus en plus, des réseaux sur Internet permettant aux voyageurs de prendre contact avec les communautés locales du territoire où ils veulent se rendre.

Localisation	Nom de la structure	Objet	Description des activités proposées	Caractéristiques
Paris	Meeting the french	→ créer des services qui permettent de découvrir Paris plus près des habitants.	Dîners chez des parisiens qui se présentent en ligne, donnant leurs goûts, leurs passions et leurs motivations pour recevoir chez eux.	- agence de voyage réceptive - activités chez les habitants

<b>Pays-Bas, Belgique, Portugal, Espagne, Suède, France...</b>	Like-a-local	→ donner une opportunité aux voyageurs de participer à la vie locale de grandes villes.	Hébergement, repas et visites avec des habitants (« locaux ») de quelques grandes villes d'Europe.	- partenaires dans 8 pays différents
<b>Danemark</b>	Meet the danes	→ connecter les voyageurs avec les communautés locales qu'ils visitent pour un dîner traditionnel	Partage d'un repas traditionnel d'une famille danoise dans un cadre familial et convivial.	- l'entreprise essaie de mettre en contact les familles qui ont les mêmes âges et les mêmes intérêts
<b>Plus de 200 pays</b>	Couch surfing	→ connecter les voyageurs avec les communautés locales qu'ils visitent	Hébergement de manière plus ou moins sommaire, en offrant le canapé pour une nuit, un endroit pour planter la tente, une chambre avec commodités...	- 231 pays représentés sur le site
<b>Plus de 20 pays</b>	Home and coffee	→ créer un réseau de personnes désireuses de voyager dans le monde entier chez l'habitant	Hébergement gratuit pour une nuit avec un bon dîner et un petit déjeuner complet.	- association française - 2 réseaux : offres jeunes et offres familles
<b>Plus de 200 pays</b>	Hospitality Club	→ favoriser les rapprochements internationaux entre les gens, la compréhension interculturelle et renforcer la paix	Hébergement gratuit pour une nuit ou accompagnement pour visiter une ville.	- le plus grand réseau mondial d'échange d'hospitalité - site traduit en 35 langues
<b>Toute la France et 22 pays étrangers</b>	Réseau Accueil Paysan	→ faire participer les paysans à l'accueil touristique en milieu rural en faisant découvrir leur métier et le milieu dans lequel ils vivent.	Plusieurs types de prestations sont possibles (auberge, camping, chambre, gîte et tables d'accueil) pour partager la vie quotidienne des paysans.	- partage de savoir-faire et connaissances

On peut donc remarquer que les exemples sur d'autres territoires ne manquent pas : il existe des initiatives de tourisme participatif dans tous les milieux (urbain, rural, littoral), de tous types (balades, visites, hébergements, repas...) en France comme à l'étranger. De plus, ces initiatives sont menées par divers types de structures (Offices de tourisme, associations, agences de voyage réceptive...) même si les structures associatives sont majoritaires.

A travers l'enquête qui a été menée, il a été recensé d'autres structures qui, elles, n'organisent pas d'activités mais qui incitent ou relayent les initiatives locales. Ces structures pensent que rapprocher les habitants et les touristes est un enjeu important pour le développement touristique de leur territoire.

C'est le cas de la ville de Paris qui a identifié le tourisme urbain participatif en tant qu' « économie de niche » comme un axe de développement et d'innovation sociale. Comme nous l'avons déjà vu, elle communique énormément sur sa nouvelle offre sur le site de l'Office de tourisme qui présente toutes les activités pouvant être faites en compagnie des parisiens.

Dans son schéma de développement touristique 2003-2007, le CDT du Finistère a choisi de faire de l'habitant un acteur du développement touristique dans le but premier d'améliorer les relations habitants - touristes et de montrer que le tourisme a également des atouts pour le territoire. Le CDT incite donc les initiatives locales qui vont dans ce sens en montrant ce qui a déjà été fait sur le territoire notamment lors d'un séminaire organisé en décembre 2006 intitulé « Tourisme et habitants ».

Le CDT de Seine-Saint-Denis va plus loin en incitant les initiatives locales et en mettant en place le programme « Douce Banlieue » destiné à valoriser l'image du département. Une offre cohérente est alors proposée aux franciliens et touristes tout au long de l'année pour leur montrer les richesses non soupçonnées des quartiers. Cette offre fait l'objet d'une brochure, moyen incontournable pour relayer toutes les initiatives du département.

### III. Diagnostic et enjeux

Après avoir réalisé cet état des lieux et pris connaissance des autres exemples et témoignages sur d'autres territoires en termes de tourisme participatif, il est nécessaire de réaliser un diagnostic : quels sont les atouts et les faiblesses que connaît cette activité sur le département ? Et quelles sont les opportunités et les menaces à prendre en compte pour le développement de ce type de tourisme ?

#### 1) Diagnostic

Tout d'abord, des initiatives locales de tourisme participatif ont été mises en place par différentes structures (associations, Offices de tourisme) dans le département. Ces initiatives peuvent donc être des exemples à valoriser afin de montrer ce qu'il est possible de faire dans le domaine sur le territoire. De plus, l'association des Greeters aimerait, en plus de son activité, continuer à développer cette activité : elle a déjà organisé un événement sur Nantes dans ce sens et a déjà un réseau de partenaires prêts à collaborer pour créer de nouveaux produits touristiques « participatifs ».

Ensuite, le département a un large tissu associatif dynamique et il existe de nombreuses associations qui pourraient participer à des projets de tourisme participatif.

De nombreux exemples en France et à l'étranger ont été mis en avant : ces expériences peuvent être utilisées pour aider les structures à mettre en place des projets similaires.

Cependant, il y a un manque de visibilité des initiatives locales dans l'offre touristique du territoire surtout lorsque les activités sont proposées par des associations. En effet, pour les touristes, il est difficile de connaître cette offre. Cela est dû à la difficulté des associations de communiquer et de se faire connaître, difficulté qui est très souvent mise en avant par les personnes responsables de ces associations interrogées.

Une des menaces existantes pour le développement du tourisme participatif est l'incompréhension des professionnels du tourisme classique. Il est indispensable que ceux-ci intègrent cette offre à l'offre touristique locale classique afin de pouvoir proposer une offre globale diversifiée aux visiteurs. En effet, il s'agit de deux offres complémentaires pouvant répondre aux différents besoins des visiteurs.

<b>Atouts</b>	<b>Faiblesses</b>
<p>→ Présence d'initiatives de tourisme participatif dans le département réalisées essentiellement par des associations non touristiques.</p> <p>→ Les Greeters de Nantes veut développer le tourisme participatif sur le territoire.</p>	<p>→ Manque de visibilité de ces actions sur le territoire (difficulté de communiquer)</p>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<p>→ Des structures peuvent mettre en place des démarches de tourisme participatif.</p> <p>→ Nombreux exemples en France et à l'étranger sur lesquels s'appuyer.</p>	<p>→ Incompréhension et rejet du tourisme participatif par les professionnels du tourisme classique qui le considéreraient comme de la concurrence.</p>

## 2) Les enjeux pour le territoire

Au cours de l'enquête, il a été remarqué que les motivations majeures des structures qui développaient le tourisme participatif n'étaient pas toujours les mêmes. En effet, les effets et impacts principaux attendus sont différents en fonction des structures et des caractéristiques des territoires : diversification de l'offre, améliorer les relations touristes/habitants, modifier l'image du territoire, aider les habitants à s'approprier leur territoire...etc. Une grande partie de ces enjeux est également présente sur le territoire de Loire-Atlantique.

### a) Répondre à une demande d'authenticité en diversifiant l'offre touristique

*« Un nombre grandissant de touristes est à la recherche d'authenticité. Selon les études d'IPK International, cette tendance, qui prend sa source dans le besoin d'évasion et de rupture, devrait se renforcer dans les années à venir. En matière d'offre, elle implique de travailler sur l'identité des destinations, ainsi que, plus globalement, sur le tourisme durable. » Etienne Pauchant, Vous avez dit authentique ? (revue espaces n°169, mars 2000)*

Même si aucune enquête officielle ne permet d'avoir des données exactes sur la demande de ce type de tourisme, on sait que de nouvelles formes de tourisme sont apparues ces dernières années à travers des voyages où les touristes veulent être beaucoup moins consommateurs et sont en demande d'authenticité. En effet, de plus en plus de voyageurs veulent sortir des sentiers battus du tourisme classique en rentrant en contact avec les populations locales des territoires qu'ils visitent et, ainsi, connaître les traditions, coutumes et cultures locales. Il suffit de voir les offres de voyages proposées mêlant les randonnées, les cours de cuisine avec les autochtones et les nuits chez l'habitant (cf Guide du routard du tourisme durable) pour s'apercevoir que cette demande existe réellement même si, à l'heure actuelle, elle est plus souvent présente dans les pays du Sud. Or, le tourisme participatif permet de répondre à cette demande d'authenticité puisque les activités proposées se font, le plus souvent, hors des sites touristiques classiques et que les habitants sont les premiers acteurs de cet accueil touristique.

Cette volonté de diversifier l'offre touristique grâce à un tourisme participatif peut être illustrée par l'action « Pornic par les pornicais ». L'Office de Tourisme de Pornic peut, ainsi, proposer aux visiteurs une offre plus « authentique » et complémentaire à l'offre classique. En effet, on remarque qu'environ 300 visiteurs par an participent aux visites menées par des gens du coin.

Cette demande de tourisme « authentique », plus proche des populations locales et moins classique est présente partout que ce soit en France ou à l'étranger, en milieu rural ou urbain...etc. Il peut donc être intéressant pour le département de valoriser une telle offre afin de répondre à la demande d'un plus grand nombre de visiteurs.

De plus, proposer des activités complémentaires aux activités touristiques classiques peut inciter les visiteurs à allonger la durée de leur séjour sur le territoire ou de revenir plus tard. En effet, on peut penser qu'en général, lorsqu'ils viennent sur le territoire seulement quelques jours, ils visitent les sites touristiques « incontournables » et, ensuite, veulent rester ou revenir pour partager des moments avec les habitants. Comme chaque habitant est unique, cela donne l'idée que chaque visite est unique ; les touristes pourront revenir en découvrant de nouvelles facettes du territoire à chaque fois.

De plus, comme le montre l'exemple de « Pornic par les pornicais » et celui de « Douce Banlieue », ces activités peuvent être proposées tout au long de l'année au contraire des autres animations qui sont, le plus souvent, organisées pendant la période estivale.

Le tourisme participatif aurait donc des impacts sur la durée des séjours, le retour des visiteurs et l'époque de fréquentation. Ces impacts ne sont pas négligeables pour le département de Loire-Atlantique qui connaît une fréquentation de courts séjours ainsi qu'une saisonnalité encore très forte.

b) Renouveler l'image touristique du territoire

Les différents exemples présents sur d'autres territoires ont montré que le développement d'activités touristiques participatives peut permettre de donner une image plus accueillante et plus vivante du territoire.

En effet, ces activités sont parfois mises en place dans le but de donner une meilleure image de certaines banlieues en France et à l'étranger en montrant que la population qui y vit est active, a des connaissances et des savoir-faire et qu'elle a envie de les partager.

Par exemple, une association de Lisbonne (« Moinho da Juventude ») du quartier difficile de Cova de Moura situé au nord de la capitale et surnommé « quartier de tous les dangers » développe ce type de tourisme afin de lutter contre les préjugés. Ainsi, des habitants volontaires font découvrir aux touristes les coutumes africaines (cuisine, danse, coiffure, musique...) puisque la population africaine y est très présente.

L'action « Douce Banlieue » menée par le CDT de Seine-Saint-Denis avait le même objectif : changer l'image des banlieues parisiennes de ce département qui font trop souvent l'objet de préjugés.

Le tourisme participatif ferait des habitants de Loire-Atlantique des vecteurs de l'identité et de l'image de leur territoire. Le département pourrait être représenté comme encore plus accueillant et pourrait se démarquer de la concurrence.

c) Diffuser les flux touristiques dans l'espace en valorisant de nouveaux sites

Le tourisme classique a tendance à provoquer une surfréquentation de certains lieux ayant les impacts négatifs que l'on connaît sur l'environnement et les populations locales. Or, ces nouvelles activités qui se font hors des sentiers battus permettent de valoriser de nouveaux lieux et, ainsi, diffuser la fréquentation touristique dans l'espace. En effet, un grand nombre d'associations rencontrées développent leurs activités dans des lieux peu touristiques ; elles basent généralement leur accueil sur la découverte d'un site original, insolite et peu connu des visiteurs. A titre d'exemple, l'association « La Gargouille » fait découvrir des quartiers excentrés de la ville de Toulouse (ex : quartier du Mirail) : les touristes peuvent se balader dans d'autres lieux tout aussi intéressants que les sites touristiques habituels.

En Loire-Atlantique, les flux touristiques sont largement concentrés sur le littoral pendant la période estivale. En effet, dans le département, le milieu rural est la troisième destination des français en termes de séjour et de nuitées après le littoral et le milieu urbain. De plus, selon une étude menée par ODIT en 2003 et 2004, le milieu rural peut renvoyer à une image anxio-gène (le vide, l'ennui...). Il est donc intéressant d'inciter les visiteurs à découvrir d'autres lieux en leur montrant que les populations sont présentes, veulent les accueillir et partager un moment de convivialité notamment en milieu rural et urbain.

d) Diffuser les retombées économiques du tourisme au sein des structures alternatives

*« Le développement de ces nouvelles pratiques touristiques montre, au travers des expériences déjà existantes à Paris et dans d'autres villes mondiales, qu'elles sont génératrices d'emplois qui sont pour l'essentiel des emplois de proximité, ouverts aux habitants eux-mêmes. De plus, dans de nombreuses villes, l'hébergement chez l'habitant permet de diffuser réellement les retombées économiques du tourisme et d'en faire bénéficier les populations. »* **Hélène Sallet-Lavorel**, Pour un tourisme urbain participatif en Ile-de-France (revue espaces n° 78, juillet 2003)

Une grande partie des activités de tourisme participatif proposée en France et à l'étranger permet cette diffusion des retombées économiques du tourisme au sein des structures alternatives et plus particulièrement au sein des associations. En effet, les structures concernées sont essentiellement des associations qui peuvent faire du tourisme participatif grâce aux bénévoles qui s'y impliquent et/ou des salariés. Ainsi, le tourisme participatif serait une activité complémentaire au tourisme classique réalisée au sein de structures alternatives.

L'association « ça se visite », par exemple, propose des balades à 12 euros menées par deux salariés de l'association ; cette activité permet donc à la structure de financer 30% de son fonctionnement annuel.

e) Impliquer les habitants dans l'accueil des visiteurs

Le tourisme participatif, comme son nom l'indique, permet de renforcer la démarche participative dans les actions locales. En effet, les habitants participent véritablement à la vie de leur quartier ou de leur ville en proposant des activités concrètes et en les mettant en place. Ils deviennent alors ambassadeurs de leur territoire : les habitants connaissent et aiment leur territoire et sont donc très bien placés pour en parler.

De plus, les habitants du territoire représentent une clientèle importante, en tant que consommateurs de loisirs et de produits touristiques. L'intégration des habitants, dans une démarche de tourisme de proximité, est donc une approche clef pour que cette activité majeure soit bien acceptée par la population locale.

Enfin, cette participation citoyenne s'intègre tout à fait dans la démarche de l'Agenda 21 local puisque celui-ci est un plan d'actions et de recommandations pour atteindre un développement durable et que son élaboration doit impérativement associer tous les acteurs du territoire (élus, techniciens, citoyens, associations, acteurs institutionnels...). On peut voir, par exemple, que le CDT du Finistère a inscrit l'action « l'habitant, acteur d'une gestion concertée et durable du tourisme » à l'Agenda 21 du Conseil général.

f) Participer au développement social

A travers les études de cas réalisées, il a souvent été remarqué que ces activités participaient au développement social qui peut être défini comme un processus de changement social planifié dans le but d'améliorer le bien-être de la population. En effet, elles permettent de créer des échanges et de la convivialité entre les visiteurs et les habitants mais également entre les habitants eux-mêmes qui s'impliquent ensemble dans un tourisme de proximité. Or la création du lien social est très importante puisque cela favorise le mieux vivre ensemble, la tolérance et la connaissance de l'autre.

g) Favoriser l'appropriation par les nouveaux arrivants de leur lieu d'habitation

L'enquête a montré que les habitants et notamment les nouveaux, même s'ils ne sont pas touristes, ont envie de participer à ces activités participatives afin de rencontrer les personnes qui vivent sur leur territoire et de découvrir des lieux cachés, des bons plans...etc. Il est vrai que pour les nouveaux habitants du territoire, il peut parfois être difficile de s'approprier et de bien connaître leur nouveau lieu d'habitation ; ce type d'activités peut être un moyen de faciliter cette appropriation.

L'enquête a également inclus la participation à certaines activités et notamment à une balade de l'association « Ça se visite » aux alentours du Canal Saint-Martin. Au sein de cette balade, étaient présents 6 personnes dont 4 habitant Paris et voulant découvrir un quartier qu'elles connaissaient peu tout en entrant en contact avec les habitants de ce quartier. Ces activités pourraient donc être particulièrement proposées aux nouveaux arrivants lors de leur arrivée sur le département afin de découvrir leur nouveau lieu d'habitation d'une manière insolite et authentique.

#### **IV. Pour le développement du tourisme participatif en Loire-Atlantique**

Afin de développer les activités de tourisme participatif dans le département, il est important de mettre en place des actions concrètes permettant l'incitation et la valorisation de ces activités ainsi que la mutualisation des savoirs et savoirs faire afin que les structures souhaitant s'engager dans de tels projets soient soutenues et aidées.

## 1) Valoriser et inciter les initiatives locales

### a) L'organisation d'événements ouverts au grand public

Pour valoriser les démarches innovantes et participatives, il est nécessaire de mettre en place des actions de communication : des événements peuvent être organisés afin de sensibiliser les acteurs du territoire. En effet, un des meilleurs moyens d'inciter les structures est de montrer ce qui a déjà été réalisé et ce qui l'est donc possible de faire sur notre territoire.

Les Greeters de Nantes organisent un **Forum du Tourisme « autrement »** à Nantes en novembre 2008 dans le but de clarifier les différentes notions du tourisme alternatif : tourisme solidaire, tourisme durable, et tourisme participatif ; et au-delà de la clarification, il s'agit de proposer au grand public de réfléchir à des vacances « participatives », durables et solidaires. Le programme du forum sera la suivant : conférences et tables rondes permettant aux structures concernées de présenter leur activité et de partager leurs expériences.

Ce type d'événement permet de sensibiliser tous les acteurs locaux : le grand public, les associations du département qui souhaiteraient s'inscrire dans un projet lié au tourisme participatif, les professionnels du tourisme, les acteurs du tourisme solidaire et équitable, les formateurs et étudiants des formations touristiques, les élus et techniciens des collectivités exerçant une compétence de développement touristique et souhaitant s'informer sur un « autre tourisme », les comités d'entreprise...etc.

Une **deuxième Semaine du tourisme participatif** pourrait être mise en place en 2009 à l'échelle du département afin de sensibiliser les visiteurs aux offres alternatives de découverte d'un territoire. En effet, chaque structure du département intéressée par cet événement pourrait proposer une ou plusieurs activités de découverte du territoire mené(e)s par des habitants telles que des visites, des itinéraires de découverte, des balades, des découvertes d'un quartier, des démonstrations...etc.

Cela permet de sensibiliser les visiteurs mais représente également une opportunité pour les associations qui veulent commencer ce type d'activités, d'avoir un soutien financier, humain et matériel pour se lancer et cibler un nouveau public.

La découverte du territoire « autrement » peut également s'insérer dans d'autres projets d'événements. A titre d'exemple, pourrait être valorisé le tourisme participatif au sein du projet **Estuaire 2009**.

Les associations du territoire mobilisées pour l'événement pourraient proposer des animations, balades, visites, etc...qui permettent de mélanger le public local et les visiteurs, autour de propositions axées sur le thème d'Estuaire 2009. Il s'agirait donc de valoriser les initiatives associatives locales qui permettront de faire découvrir aux visiteurs Estuaire avec les populations locales, hors des sentiers battus; mais ces initiatives ne pourront pas être concurrents des offres privées (location de vélos, de bateaux, etc...) ou des offres de médiation proposées par Estuaire.

Ce genre d'événements représente des moments importants pour les acteurs de ce type de tourisme et ceux qui veulent s'y engager car ils se retrouvent dans un **contexte propice à la rencontre, à l'expérience humaine et à l'échange culturel**. Ainsi, les acteurs repartent avec des retours d'expérience, des idées, des outils utiles au développement de ces activités au sein de leur structure. Il en est de même pour le grand public qui pourra, ainsi, être plus sensibilisé à un tourisme « durable » qui prend en compte les habitants et leurs modes de vie.

### b) Une aide financière et technique

Pour inciter les structures à mener des projets de tourisme participatif, il est possible de leur apporter une aide qui peut être à la fois technique et financière. En effet, une des premières difficultés rencontrées par les



structures associatives pour mener de tels projets est de trouver des sources de financement pour la rémunération des salariés, les moyens de communication et autres dépenses.

Une des actions pouvant être mise en place afin d'apporter un soutien financier aux structures qui souhaitent intégrer le développement du tourisme participatif est le **lancement d'un appel à projets** par des structures publiques ou privées ; ce qui permettrait de favoriser le développement de ce type d'activités et de soutenir les projets innovants et originaux dans la phase de démarrage.

A titre d'exemple, les Greeters de Nantes ont pu bénéficier d'une aide liée à un appel à projets lancé par la Communauté urbaine de Nantes Métropole dans le cadre d'un plan triennal de développement de l'économie sociale et solidaire. Cela leur a permis d'avoir un soutien financier dans la phase de démarrage du projet de l'association pour toutes les dépenses liées au fonctionnement de l'activité.

Outre l'aspect financier, un accompagnement méthodologique est une démarche intéressante à développer pour les structures intéressées (associations, collectivités locales...). La **réalisation d'un guide technique** est une des solutions possibles pour informer les structures sur les démarches à suivre dans un projet de tourisme participatif en ce qui concerne le budget, l'organisation et la coordination des activités et animations, les outils de communication et de promotion...etc.

Grâce à l'enquête effectuée dans le cadre de cette étude sur l'offre du tourisme participatif en France et à l'étranger, des **fiches expériences** ont pu être réalisées (cf annexe). Ce type d'outils pourrait être intégré dans un guide technique dans le but de présenter les démarches et stratégies choisies par les différents types de structures recensées ainsi que les points forts et les difficultés rencontrées.

Pour inciter les acteurs locaux à développer des activités touristiques participatives, il est indispensable de leur apporter un soutien financier et technique. En effet, l'aspect innovant du tourisme participatif peut encourager les structures mais également les freiner du fait du manque d'expérience dans ce domaine. C'est pour cela qu'il est important de montrer que des expériences existent déjà, comment elles ont été mises en place (moyens humains à mobiliser, moyens financiers à prévoir, échéancier, outils de communication...etc.) ainsi que leurs points forts et points faibles.

## **2) Mutualiser les savoirs et savoirs faire au sein d'un véritable réseau d'acteurs**

### **a) Partager les témoignages et expériences**

Comme nous l'avons déjà vu auparavant, un des véritables enjeux est de mutualiser les savoirs et savoirs faire au sein d'un réseau d'acteurs. En effet, l'organisation d'événements ainsi que la création d'un guide technique répondent déjà à cet enjeu pour le développement du tourisme participatif sur le territoire.

En plus de ces différentes actions déjà présentées, il est possible de proposer la mise en place d'un **groupe de travail avec une association coordinatrice organisant des ateliers méthodologiques réguliers autour de différents thèmes** qui réuniront les acteurs du tourisme participatif en Loire-Atlantique. Ces ateliers pourraient s'apparenter à des journées de réflexion faisant appel à l'expérience et aux savoirs que chacun possède en vue d'un partage, d'une mutualisation. Ainsi, pour chaque atelier organisé un thème est choisi et un programme mis en place : travail de groupe, débats, présentation d'expériences, études de cas et un bilan en fin de journée. Ces journées de réflexion entre acteurs semblent tout aussi importantes que les événements et manifestations car elles ne sont ouvertes qu'aux acteurs concernés et non au grand public : cela permet une meilleure concentration et ambiance de « travail » pour les acteurs.

De plus, la mise en réseau d'acteurs sur le territoire facilite largement cette mutualisation des savoirs et savoirs faire de manière naturelle et spontanée. En effet, les acteurs concernés partageront d'eux-mêmes leurs compétences au sein des ateliers méthodologiques, des événements mais également hors de ce contexte.

Enfin, des partenariats entre différentes structures pourront se créer pour mettre en place de nouveaux produits touristiques sur le territoire.

b) Mise en place d'outils de communication et de promotion à l'échelle départementale

L'étude réalisée a montré que la communication est souvent considérée comme une difficulté majeure par les structures et plus particulièrement par les associations. En effet, rares sont les associations qui arrivent à se faire connaître grâce à leur outil de communication : le bouche à oreille prédomine. De plus, pour les visiteurs qui veulent découvrir le territoire « autrement » et être en contact avec les habitants, il est difficile de connaître l'offre proposée sur le territoire.



Pour cela, il est intéressant d'utiliser des outils de communication et de promotion de l'offre départementale. La mise en place d'une **brochure pour visiter et découvrir le département « autrement »** toute l'année est un moyen de présenter l'offre aux visiteurs de manière complète et d'aider les structures à se faire connaître. Les lieux de diffusion doivent être multiples et variés : hébergements, offices de tourisme, locaux d'associations, mairies...etc. Cette brochure peut ainsi relayer toutes les offres d'activités touristiques intégrant la population locale comme le montre l'exemple du CDT de Seine-Saint-Denis sous le nom « Douce Banlieue ». (cf image)

De plus, on sait que l'utilisation d'Internet par les visiteurs est très fréquente pour connaître les activités et animations d'un territoire. Il serait donc judicieux de proposer la **mise en avant de cette offre complémentaire sur certains sites Internet de professionnels du tourisme (ex : CDT de Loire-Atlantique, offices de tourisme...)** en proposant une page spéciale.

La mise en place de ce type d'outils de communication et de promotion à l'échelle départementale permet également de valoriser et d'inciter les initiatives locales. En effet, en sachant qu'elles ont un soutien en termes de communication, les structures voudront et pourront plus facilement lancer des projets.

Il est également proposé la **création d'un emploi tremplin au sein de l'association des Greeters de Nantes** dans le but de faire vivre l'association et d'animer le territoire sur le thème du tourisme participatif (Estuaire 2009, Deuxième semaine du Tourisme participatif, travail avec les associations de quartier, coordination d'un groupe de travail avec l'organisation d'ateliers méthodologiques réguliers ...etc.).

Pour conclure, il semble que le développement du tourisme participatif en Loire-Atlantique participerait véritablement au développement touristique local et aurait plusieurs intérêts tels que l'augmentation de la durée des séjours, le retour des visiteurs sur le territoire, la réponse à une demande d'authenticité, l'implication des habitants dans la vie locale...etc.

L'étude qui a été menée a montré que les initiatives en termes de tourisme participatif en Loire-Atlantique étaient relativement peu nombreuses en comparaison à d'autres territoires. Cependant, de réelles opportunités existent notamment en ce qui concerne les activités qui font découvrir le territoire avec et par ses habitants et qui sont déjà mises en place par les associations du département. En effet, un large tissu associatif est déjà présent et permettrait ainsi de développer des activités pour un public extérieur initialement destinées aux habitants du territoire.

Pour développer ces activités et proposer une offre globale cohérente, il est primordial de montrer aux acteurs du tourisme qu'il s'agit d'une offre complémentaire à l'offre classique, de valoriser les démarches déjà réalisées et d'aider les structures à s'impliquer dans ce projet. En réalité, une mise en réseau des acteurs est indispensable afin que ceux-ci mutualisent leurs compétences et leurs outils notamment en termes de communication puisqu'il s'agit d'une difficulté principale des acteurs du tourisme participatif. Dans ce sens, plusieurs actions sont proposées : organisation d'événements, réalisation d'un guide technique, mise en place d'ateliers méthodologiques et création d'une brochure pour découvrir le département « autrement ».

Le travail effectué lors de ce stage m'a personnellement énormément enrichi, mais certaines critiques sont à y apporter. Tout d'abord, l'enquête aurait pu être plus complète car elle n'a porté que sur un nombre limité de structures étant donné le temps consacré à l'étude entière (8 semaines). En effet, un certain temps destiné à la prise de connaissance du contexte a été nécessaire avant de commencer l'enquête. De plus, la période où l'étude a été réalisée impliquait l'absence de nombreux acteurs qui restaient difficilement joignables (juillet et août). Enfin, même si des déplacements ont été effectués dans la région parisienne et en Bretagne, il était difficile de rencontrer les structures proposant des activités de tourisme participatif hors du territoire.

## Remerciements

Je voudrais, tout d'abord, remercier Sylvie Huron, présidente de l'association les Greeters de Nantes, pour m'avoir cadrée et accompagnée tout au long de l'étude.

Je remercie encore les personnes que j'ai rencontrées dans le cadre de mon enquête qualitative qui m'ont permis de comprendre le fonctionnement de leur structure ainsi que leurs activités.

Enfin, merci à José Aubry, animateur du secteur des loisirs, des sports et du tourisme pour les Ecosolies, qui m'a aidé dans mes recherches.

## ANNEXES

1. Liste des associations de Loire-Atlantique susceptibles de participer au développement du tourisme participatif.....	22
2. Grille d'entretiens – questionnaire.....	24
3. Fiches expériences.....	26

## Associations de Loire-Atlantique susceptibles de participer au développement du tourisme participatif sur le territoire

Nom	Localisation	Objet	Activités proposées
Place au vélo	Nantes	Inciter à la pratique du vélo en milieu urbain	Balades en vélo
La luna	Nantes	Développer les arts plastiques et visuels	Interventions en arts plastiques et visuels sur l'espace public et social en coopération avec les habitants et d'autres associations
Les petits débrouillards	Nantes	Accès à la culture et expression des populations, animations et découverte de la nature	Balades naturalistes avec des expérimentations scientifiques
Cyclocab	Nantes	Développer les déplacements en vélotaxi électrique	Déplacements alternatifs : vélotaxi électrique sur le centre ville de Nantes
La cale 2 l'île	Nantes	Sauvegarde du patrimoine maritime, fluvial et portuaire.	Participation à des manifestations nautiques reconnues
Artaban	Nantes	Ouvrir le monde de la culture à un large public	Jeux de piste patrimoniaux, visites guidées, journées découvertes
Takaprès	Nantes	Favoriser la solidarité locale et internationale	Découverte d'un quartier de Nantes : la Breil
LPO	Nantes	Protection des oiseaux	Balades naturalistes
Nantes Atlantique Canoë Kayak	Nantes	Développer la pratique du canoë et kayak	Offre à tous un large éventail de pratiques en canoë et kayak
CDRP 44	Nantes et Loire-Atlantique	Développer la pratique de la randonnée pédestre	Randonnées
Dyna-mots	Nantes	Développer la pratique du vélo et de la lecture	Balades littéraires en vélo
Autour du monde	Nantes	Favoriser l'intégration des étudiants étrangers	Visites et sorties dans Nantes, cafés polyglottes, journées interculturelles
Loire pour tous	Nantes	Animation et valorisation de la Loire	Animations sportives et culturelles, randonnées nautiques, sorties découvertes sur le fleuve
Jeunes randonneurs du pays nantais	Nantes	Développer la pratique de la randonnée pédestre	Randonnées suivies d'un moment convivial
Le rallye nantais	Nantes	Sensibilisation les jeunes au patrimoine local	Rallye automobile autour d'un parcours aux intérêts historiques et patrimoniaux
Centre socioculturel Accoord	Nantes	Démarche d'éducation populaire : éducation, culture, citoyenneté	Balades et découvertes des quartiers de Nantes, lieux insolites
Tesselles	Nantes	Faire découvrir l'art de la mosaïque	Visites de Nantes à travers ses mosaïques
Rollers de Nantes	Nantes	Développer la pratique du roller	Balades en roller
Nom	Localisation	Objet	Activités proposées

Flâner en roller	Nantes	Développer l'activité de Roller de randonnée et de loisirs	Randonnées en roller
La clé des champs	Nantes	Favoriser les échanges entre ville et campagne	Activités de découverte de la nature, protection de la nature et valorisation du patrimoine
Erdre Voiles passion	Nantes	Promotion du patrimoine de la navigation de plaisance ligérien	Actions de sensibilisation : navigation, participation aux manifestations...
Collectif d'asso "Graine d'automne"	Nozay	Mettre en place des animations culturelles sur le territoire de Nozay	Soirées « tu viens voir?! »
Club de canoë Kayak de Clisson	Clisson	Développer la pratique du canoë et kayak	Balades nocturnes en canoë pour découvrir le patrimoine historique
Cyclo-VTT en vallée de Clisson	Clisson	Développer la pratique du cyclo-tourisme	Sorties régulières et la randonnée « La Clissonaise » en septembre
Le Comité des Canaux Bretons et voies navigables de l'ouest	Canal de Nantes à Brest	Favoriser le développement du tourisme fluvial	Gestion de projets, animation du réseau.
Association quai des messageries	Paimbœuf	Valorisation du patrimoine naval de l'estuaire	Visite du chantier de construction d'une chaloupe traditionnelle
Association Hirondelle	Paimbœuf	Sensibilisation à l'environnement	Animations nature
Association Mezi en Goroeïe	Saint-Michel Chef Chef	Imaginer, créer et mettre en place des événements originaux sur la commune	Rallyes automobiles énigmatiques
CHEIX'N SUN	Cheix-en-retz	Organiser des animations visant à dynamiser le secteur et à revoir les habitants autour de la nature et de l'art.	Pique-niques participatifs, balades en canoë, soirées d'antan chez l'habitant...
Indre Histoire d'îles	Indre	Valoriser le patrimoine architectural et paysager, l'histoire locale du village d'Indre	Promenades, visites, expositions...

## Questionnaire -Tourisme Participatif-

### DEFINITIONS :

**Tourisme alternatif** : tourisme qui s'oppose au tourisme de masse ainsi qu'à ses nuisances. Il rassemble le tourisme durable, le tourisme solidaire, le tourisme équitable, l'écotourisme, le tourisme participatif.

**Tourisme participatif**: tourisme qui passe par la participation du visiteur à la vie locale du territoire visité ou par celle de la population d'accueil aux activités touristiques proposées. Ce tourisme est donc basé sur des échanges et la rencontre de l'autre.

### > **Description de la structure :**

- ➔ Nom :
- ➔ Localisation :
- ➔ Adresse et contacts :
- ➔ Année de création :
- ➔ Nombre de salariés :
- ➔ Nombre d'adhérents :
- ➔ La structure fait-elle partie d'un réseau ?

### > **Activités proposées**

- ➔ Quelles sont les **activités que vous proposez** en tourisme participatif ?
- ➔ **Combien de visiteurs sont acceptés** pour chaque animation/visite (au maxi) ?
- ➔ Quel est le **prix** de ces activités pour les visiteurs ?
- ➔ Qui sont les personnes qui mènent ces activités ? (Bénévoles, salariés)  
Quelles sont leurs motivations ?

### Exemples d'activités :

- ➔ Pouvez-vous décrire une ou plusieurs activités que vous avez déjà proposées ? (Thème de visite, l'intérêt, le public, les besoins...)

### > **Fréquentation**

- ➔ Quel est le **nombre de visiteurs accueillis** dans votre structure en 2007 pour cette activité ?
- ➔ Cette fréquentation est-elle différente selon les saisons ?



- Quelle a été l'**évolution de la fréquentation** depuis la création de la structure ?
- Combien de visiteurs sont présents en moyenne durant les activités ?

### > **Les visiteurs**

- Avez-vous **des outils d'analyse** vous permettant d'avoir des informations précises sur les visiteurs ? (Ex: questionnaire de satisfaction) Si oui, savez-vous si les visiteurs sont satisfaits ?
- Quelle est l'**origine** des visiteurs en général? (Étrangers ou locaux...)
- Quelle est la **nationalité** la plus représentée ?
- Quel est le **type des visiteurs** ? (Familles, étudiants, personnes âgées, professionnels)
- Savez-vous **combien de temps** les visiteurs restent sur le territoire en moyenne ? (court/long séjour...)
- Savez-vous **ce que les visiteurs recherchent** à travers ce type de tourisme ? (Rencontrer un habitant, originalité du concept, avoir des connaissances plus fines du territoire)

### > **Communication**

- Quels sont les **moyens de communication** que vous utilisez pour cette activité ?
- Quels sont les **lieux de diffusion** ?
- Etes-vous aidés par des moyens de communication d'autres structures ? (Ex : sur sites Internet de l'Office de Tourisme)

### > **Budget et sources de financement**

- Quel est le **budget pour cette activité** ?
- Quelles sont vos **sources de financement pour cette activité** ? (Subventions...)

### > **Le tourisme participatif et son développement sur le territoire**

- **Pourquoi** proposer ce type d'activités ? Quels sont les objectifs ? (solidarité, culture, patrimoine, tourisme)
- Quelles sont les **perspectives d'évolution de l'activité** ? Les projets de la structure ?
- Quelle est votre perception de l'activité sur le territoire ? (**Bilan de l'existant** : atouts/faiblesses)
- Quelles sont les **retombées économiques directes ou indirectes** de ces visites ?
- Quels sont les **problèmes rencontrés** par la structure **en ce qui concerne le développement de l'activité** ? (Mis en réseau ? financement ? communication ? pérennisation des postes ?)
- Quelles sont les **améliorations possibles** à apporter pour développer l'activité sur le territoire ?
- Etes-vous prêts à **travailler en partenariat** avec d'autres structures afin de créer de nouveaux produits touristiques ?
- Pensez vous que les professionnels du tourisme soutiennent ces initiatives participatives ou à l'inverse les réfutent totalement ?
- Pensez-vous qu'une professionnalisation de cette activité est possible ?
- Connaissez-vous **d'autres structures** qui font le même type d'activité ? Si oui, lesquelles ?

## OFFICE DE TOURISME DE PORNIC

- Type de structure : Office de tourisme
- Territoire d'activités : Pornic (44)
- Type de milieu : littoral
- Nombre de salariés : 14
- Début de l'activité : 2005
- Nombre de guides bénévoles : 15
- Contact : Roger Reculeau (directeur)
- Adresse : Place de la Gare  
BP 1119 44211 Pornic Cedex
- Tel: 0240820440
- Fax: 0240829012

- Le prix de la visite : **3 euros**  
(Gratuit pour les - de 8 ans)

- Le budget annuel pour cette activité :
  - o Personnel (2 guides)
  - o Brochure (2007 : 1000 euros pour 9000 ex)
  - o Temps passé à coordonner les visites

### Les moyens de communication utilisés :

- **Site Internet de l'Office de Tourisme**
- **Brochure**
- Conférence de presse
- Articles dans la presse locale

## Visites « Pornic par les Pornicais »

### Le concept

Un guide de l'Office de Tourisme emmène les visiteurs jusqu'au site et laisse la parole à un **Pornicais, artisan ou simplement habitant, passionné par son métier, son hobby ou son site.**

Un programme de visites est déterminé et chaque bénévole fait quelques visites dans l'année. Les visiteurs doivent s'y inscrire à l'Office de Tourisme car les places sont limitées.

### Exemple de visite mise en place :

« **Le Carnaval de Pornic** » : Deux bénévoles de l'association nous font partager leur passion en nous racontant l'histoire du carnaval, ses règles ainsi que ses coutumes. Ils nous présentent les chars et nous expliquent comment ils les construisent. La visite très conviviale et sympathique se termine par un goûter laissant place à des questions et discussions entre les visiteurs et les Pornicais. (durée : 1h30)

### Les difficultés rencontrées :

- **Renouveler l'offre** de visites d'une année sur l'autre
- Gérer les empêchements des bénévoles qui peuvent annuler certaines visites programmées
- Le manque de compétences des bénévoles en termes de visite guidée
- Trouver des jeunes pour partager leur passion

### Et les visiteurs ?

Ils sont aussi bien **touristes** que **locaux** et sont curieux de connaître certaines activités « typiques » du territoire. Ils sont à la recherche d'**authenticité** et de **convivialité**.

→ *Nb de visiteurs en 2007: 321*

### **Le Point fort**

→ **Diversification de l'offre** : ce genre de visite permet d'offrir aux touristes une alternative aux visites guidées classiques pouvant parfois manquer d'authenticité.

## CA SE VISITE

- Type de structure : Association
- Territoire d'activités : Paris (nord-est)
- Type de milieu : urbain
- Nombre de salariés : 3
- Début de l'activité : 2007
- Nombre de « révélateurs de quartier » : 2
- Contact : Marie Duhammel
- Adresse : 1 rue Robert Houdin  
75 011 Paris  
Tel-Fax: 01 48 06 27 41  
Mail: info@ca-se-visite.fr

- Le prix de la visite : 12 euros  
(Tarif réduit : 10 euros)
- Le budget annuel pour cette activité :
  - o Personnel (3 salariés) : 80 000 euros
  - o Communication et autres frais : 50 000 euros

### Les moyens de communication utilisés :

- **Site Internet (www.ca-se-visite.fr)**
- **Brochures**
- Dossier de presse
- Articles dans la presse locale

## Balades urbaines

### Le concept

Un accompagnateur «révélateur de quartier» fait découvrir aux visiteurs certains quartiers populaires de Paris et de sa proche banlieue. Il partage avec les visiteurs les anecdotes, l'histoire, la vie et les bons plans de leur quartier et les emmène à la rencontre des habitants, artistes, commerçants, artisans.  
Un programme de visites est déterminé et les visiteurs doivent s'y inscrire auprès de l'association car les places sont limitées.

### Exemple de visite mise en place :

« **La face cachée du canal Saint Martin** » : cette visite permet de naviguer dans les rues tortueuses du 10<sup>ème</sup> arrondissement et de découvrir les traces d'une autre époque...L'accompagnateur fait découvrir aux visiteurs des lieux cachés et insolites et leur révèle quelques bons plans du quartier (bars, restaurants, magasins...). L'arrêt dans un café permet au groupe d'échanger et de mieux se connaître pour poursuivre la visite.  
(durée : 3 heures)

### Les difficultés rencontrées :

- **La difficulté d'être « visible » à côté de l'offre touristique parisienne classique**
- La recherche constante de financements

### Et les visiteurs ?

Ils étaient 2500 en 2007 aussi bien **touristes** que **locaux** et curieux de découvrir ou de redécouvrir ces quartiers populaires. Ils sont à la recherche d'un « autre » Paris.

→ *Nb de visiteurs en 2007: 2500*

### **Le Point fort**

→ **Participation au développement de quartiers populaires par et avec ses habitants**: ce type d'activité permet de créer un réel échange entre les habitants du quartiers et l'association.

## PARISIEN D'UN JOUR, PARISIEN TOUJOURS

- Type de structure : Association
- Territoire d'activités : Paris
- Type de milieu : urbain
- Nombre de salariés : 1
- Début de l'activité : 2007
- Nombre de guides bénévoles : 120
  
- Contact : Dominique Cotto (président)
- Adresse : 37 rue Robert et Sonia  
Delaunay 75011 Paris
- Mail: [asso.parisien@gmail.com](mailto:asso.parisien@gmail.com)

- Le prix de la visite : **Gratuit**
  
- Le budget annuel pour cette activité :  
20 000 euros
- Personnel (1 salarié à temps plein)
- Communication
- Manifestations

### Les moyens de communication utilisés :

- **Site Internet** (www.parisgreeter.org)
- **Emissions de télévision et de radio**
- Articles de presse (nationale et étrangère)
- Brochure (en cours de réalisation)
- Blogs

## Balades urbaines

### Le concept

Des parisiens bénévoles font découvrir leur quartier aux touristes. Ils leur permettent pendant quelques heures de sortir des sentiers battus concentrés autour des grands lieux touristiques de la capitale. L'objectif est de donner aux touristes le sentiment d'avoir pénétré le **cœur de la vie parisienne**. Pour participer à une balade, il suffit d'en faire la demande au moins trois semaines à l'avance en remplissant un questionnaire disponible sur le site Internet.

### Exemple de visite mise en place :

« La découverte du **village de Passy** » dans le 16<sup>ème</sup> arrondissement : rendez-vous avec le bénévole parisien qui se charge de vous faire découvrir le quartier où il vit ou tout simplement un quartier qu'il aime. Vous découvrez ainsi un quartier peu touristique avec des lieux insolites (maison de Balzac, musée du vin...). La visite est **personnalisée** comme une visite que l'on peut faire avec un ami ou de la famille. (durée : 1h45)

### Les difficultés rencontrées :

- La recherche de **financement** est la difficulté essentielle afin de pérenniser le poste à temps plein et donc l'activité.
- Le renouvellement des bénévoles

### Et les visiteurs ?

Ils sont pour 90% d'entre eux **touristes** et sont, le plus souvent, à la recherche de **balades insolites**, de contact et d'échanges avec les habitants de la capitale.

→ *Nb de visiteurs en 2007: 1500-1800*

### **Le Point fort**

→ **Visites personnalisées** : ce concept permet d'adapter les visites en fonction de la demande, des intérêts et des hobbies des visiteurs. Cela permet de mieux répondre à la demande des touristes.

## MEMOIRES DE KREIZ BREIZH

- Type de structure : Association
- Territoire d'activités : Carhaix-Plouguer
- Type de milieu : rural
- Nombre de salariés : 2
- Début de l'activité : 2004
- Nombre de « guides-habitants » :
- Contact : Céline Kergonnan (médiatrice culturelle)
- Adresse : Rue Brizeux (Office de tourisme)  
29 270 Carhaix-Plouguer
- Tel: 0298930442
- Fax: 0298932383

- Le prix de la visite : **3 euros**  
(Gratuit pour les - de 12 ans)
- Le budget annuel pour cette activité (2007) :
  - o Coût des prestations aux associations locales (20 euros/heure = 1000 euros)
  - o Brochure (1560 euros)
  - o Temps passé à coordonner les visites (2800 euros)

### Les moyens de communication utilisés :

- **Site Internet** (www.kreizbreizh.org)
- **Brochure**
- Communiqués de presse (une fois/semaine)

## « Poher à bras ouverts »

### Le concept

Des « guides-habitants » passionnés par leur territoire et désireux de partager cette passion, se proposent d'accompagner les visiteurs à la découverte des richesses du patrimoine local. Ces bénévoles sont issus d'associations locales qui sont rémunérées 20 euros/heure d'accueil.

Un programme de visites est mis en place pendant la période estivale (juin-août). Les visiteurs doivent se rendre directement au point de rendez-vous.

Certaines visites sont également possibles à la demande à l'Office de tourisme.

### Exemple de visite mise en place :

« **Les coulisses du festival** » : Carhaix est connu de tous par le festival des « Vieilles Charrues » qui a lieu chaque année en juillet. Cette visite permet aux visiteurs de voir l'invisible et comprendre comment ça se passe en coulisse, comment tout est organisé par l'association. En effet, cet événement fait maintenant partie du patrimoine du territoire.

### Les difficultés rencontrées :

- **Faire connaître l'offre** aux visiteurs.
- Communiquer avec les différents partenaires (confirmation et ouverture des visites...)
- Le manque de compétences des bénévoles (notions historiques, temps de visite limité...)
- Trouver des « guides-habitants » pouvant faire des visites aux touristes anglophones très présents sur le territoire.

### Et les visiteurs ?

Ils sont aussi bien **touristes** que **locaux** et sont curieux de connaître certaines activités « typiques » du territoire. Ils sont à la recherche d'**authenticité** et de **convivialité**.

→ *Nb de visiteurs en 2007(3 mois):*  
**250**

### **Le Point fort**

→ **Mise en réseau des structures locales en lien avec le patrimoine** : ce genre d'activité permet de valoriser le travail des associations locales.

## CDT de Seine-Saint-Denis

## « Douce banlieue : balades et rencontres à partager »

Visages de villes, paroles d'artistes, artisans d'art, cité côté jardin, Gourmandise citadines, les marchés dans tous leurs états...

- Type de structure : CDT
- Territoire d'activités : Seine-Saint-Denis
- Type de milieu : urbain
- Nombre de salariés : une vingtaine
- Début de l'activité : 2006
- Contact : Hélène Sallet-Lavorel
- Adresse : 140 avenue Jean Olive 93695 Pantin  
Cedex  
Tel: 01 49 15 98 98

- Le prix de la visite :  
**De 0 à 6 euros selon les visites**
- Le budget annuel pour cette activité :
  - o Personnel (1 salarié à temps plein)
  - o Brochure
  - o Temps passé à coordonner les visites

### Les moyens de communication utilisés :

- Site Internet de l'OT du 93
- Site Internet de l'OT de Paris
- Brochure
- Revue de presse

### Le concept

Le CDT fait la promotion de toutes les visites participatives du département basées sur la rencontre entre les habitants et les visiteurs à l'aide d'un même moyen de communication (brochure). Cela a pour objectif de rendre plus visible ces activités du département et, ainsi, de **changer l'image du territoire** en montrant que les habitants sont présents et qu'ils s'y passent des choses intéressantes.

### Exemple de visite mise en place :

« **De Montreuil à Charonne : regard d'une habitante passionnée par son quartier** » : cette visite est l'occasion de renforcer les liens unissant Paris à la banlieue. Depuis la Porte de Montreuil avec ses célèbres puces et son nouveau quartier d'affaires, on part à la rencontre de l'ancien village de Charonne. On partage la passion d'une habitante pour son quartier atypique de Paris en finissant par un moment convivial.

### Les difficultés rencontrées :

- **Communiquer** sur ce type d'activités et se positionner en complément à l'offre touristique classique
- Coordonner toutes les visites afin de réaliser un programme sur toute l'année.

### Et les visiteurs ?

Les visiteurs sont, le plus souvent, **de la région parisienne** et veulent découvrir et partager des moments avec des habitants des quartiers.

→ *Nb de visiteurs en 2007: 1500*

### **Le Point fort**

→ **Promouvoir l'ensemble de l'offre présente sur le département** : cela permet de rendre plus visibles les actions mises en places par les différentes structures du territoire.

