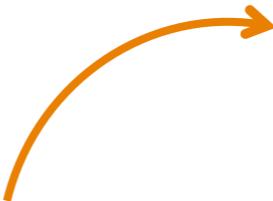


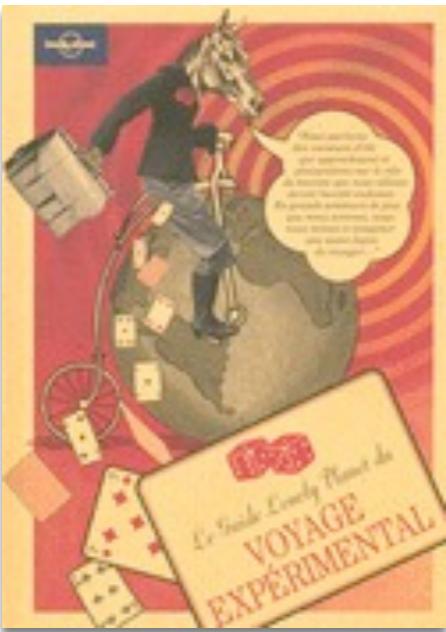
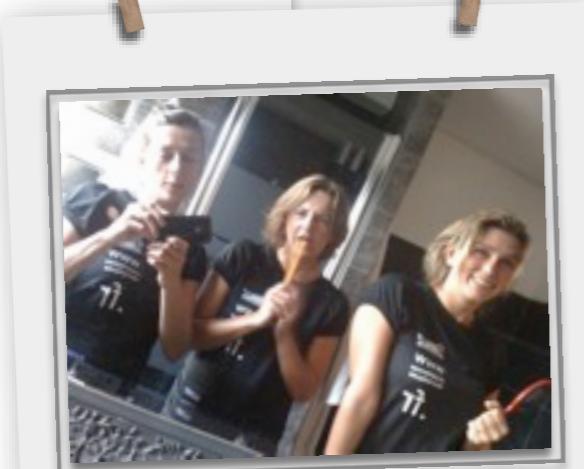


TOURISME PARTICIPATIF

TOUR D'HORIZON



MOPA > Casteljaloux > 9 décembre 2010



> Trois filles sur un bateau...

- ✖ **Blandine Giambiasi** : 35 ans, charentaise, formation commerciale option «création d'entreprise», 12 ans d'expériences professionnelles dans la communication et l'évènementiel. Master Pro Patrimoine Multimédia Tourismes.
- ✖ **Delphine Vialle** : 36 ans, normande, La Rochelle en port d'attache. Documentaliste de formation, 11 ans d'expériences professionnelles en gestion de projet notamment.
- ✖ **Véronique Seel** : 41 ans, Arts&Métiers Paris, 18 ans d'expériences professionnelles dans le « marketing services », le data management et la responsabilité sociale.



> Un coup de cœur collectif pour un «OVNI» de la littérature touristique :

- ✖ le guide Lonely Planet du Voyage Expérimental

L'origine du projet :
une belle rencontre et un déclic.



> **Le tourisme, un objet de recherche émergent.**

- ✖ Le format choisi est la **recherche-action**, format de recherche adapté aux sciences humaines, notamment à la sociologie
- ✖ Dans nos thèmes favoris : hypothèses > actions (expériences) > experts > analyse > publication.
- ✖ Gestion de projets : créativité & pluri-disciplinarité

> **Les expériences** que nous inventons et réalisons sur notre ville laboratoire ou ailleurs : des occasions de réfléchir sur l'expérience touristique :

- ✖ Du point de vue du **participant** : qualité de l'expérience, vécu, ressenti, profil...
- ✖ Du point de vue du **site** : appréhender la manière dont les participants perçoivent le territoire, le leur ou celui des autres...

Expériences Touristiques & la recherche



> Programme 2010 / 2013

- Demain, une question de recherche qui nous serait propre,
- En identifiant dans nos expériences l'élément commun, structurant de notre démarche intuitive, alimentée par des livres, des artistes...
- A ce jour, l'une des pistes est le tourisme expérientiel et le jeu : escapisme, « feu du jeu » technologies Web 2.0...
- Etat de l'art en cours !

> thème #1 «Tous Touristes»

- la relation touriste-habitant
- quand est-ce qu'on est l'un et quand est-ce qu'on est l'autre? Etre touriste chez soi ? Evolution du regard porté sur les touristes. Comment voyager dans sa ville ? Le touriste citoyen. La notion d'accueil.

> thème #2 «high tech, low tech»

- détournement de technologies à des fins touristiques

> thème #3 «souvenir, se souvenir»

- l'objet, la mémoire
- en matière de voyage, plusieurs approches permettent d'aborder le thème de la mémoire, «ce que l'on garde» d'un voyage, sa restitution.

3 thèmes de recherche privilégiés



- > un contexte qui change : offre, contexte économique, attentes, internet, comportements, technologies...
- > des conséquences sur les OT et autres acteurs du tourisme : nouveaux enjeux, nouveaux métiers, nouveaux business-model...
- > construire le tourisme de demain : durable, élargi, citoyen...

Joël Gayet,
Congrès 2009 de la FNOTSI, Dunkerque.

un déclic «pro»



Courrier International

> la crise ?

Une longue réflexion sur la gentillesse dans The Guardian...

Un éloge de l'amabilité dans El País...

Un reportage sur un groupe de joyeux bienfaiteurs dans The Independent...

et un délic «perso»



4 tendances lourdes qui dessinent les «**pratiques et motivations des nouveaux touristes**» :

1. Le tourisme classique, une sociabilité : la quête de **re-connaissance**.
> Reconnaître des lieux, des savoirs, être reconnu des siens, des autres
2. Le tourisme expérientiel : **l'expérience** comme mode d'existence.
> Braconner, se raconter : blogs, couchsurfing, réseaux sociaux
3. Le tourisme **impliqué** : alternatif, solidaire, humanitaire, durable etc.
> Le but comme moyen ou la quête de soi par la pratique de l'autre
4. Comprendre nos motivations en observant **les pratiques des autres**
> la modernité du tourisme comme expérience authentique

> S'il est encore difficile d'évaluer, de chiffrer ce que représente à ce jour le tourisme participatif, il répond en tout cas à des motivations exprimées de la part de plus en plus de visiteurs :

- la volonté de **rencontrer les populations locales**,
- tenter d'échapper à une **standardisation** des produits touristiques,
- chercher du **sens**, dans une prise de conscience de l'impact du tourisme de masse.



> du SLOW

« If you want to travel fast, travel alone. If you want to travel far, travel together »
redonner une valeur au temps.

> du SENS

petit patrimoine...

> de l'ETHIQUE

appliqué au Tourisme, ça donne quoi ? Mobilité douce, Echanges,

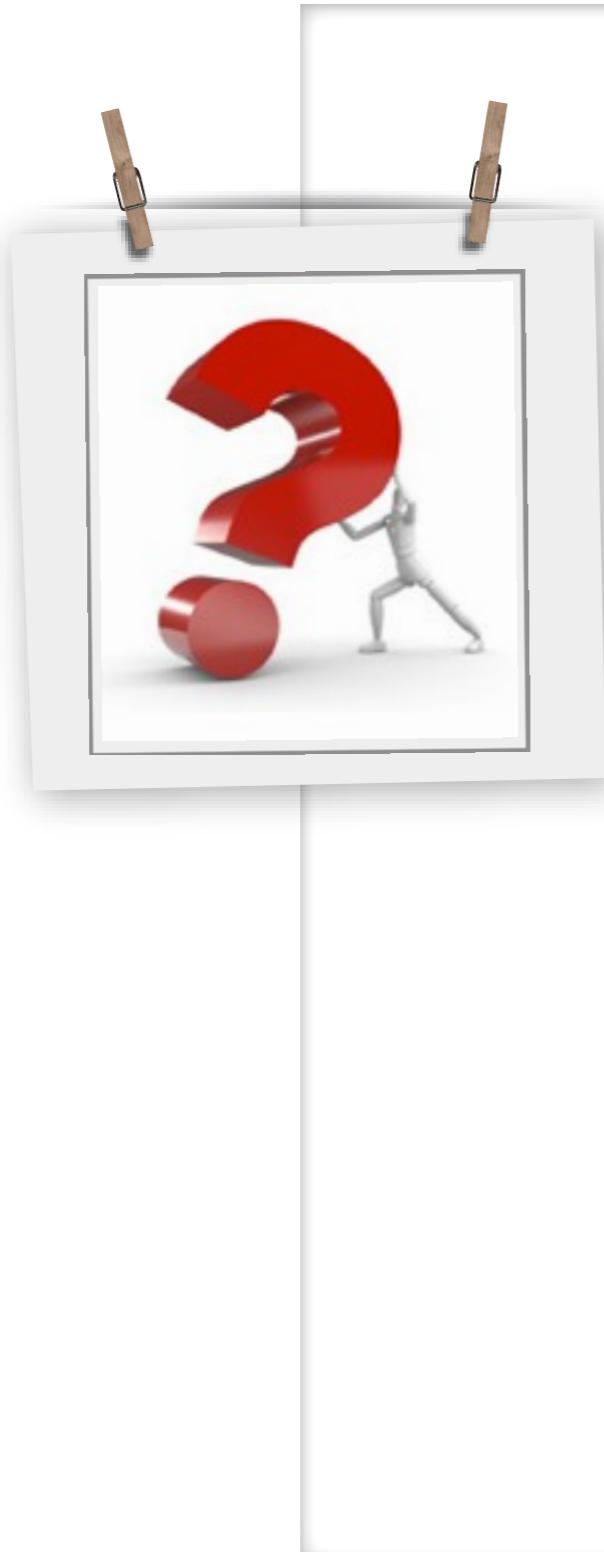
> de la PROXIMITE

et ouverture... retrouver l'idée d'être ensemble.

> du GRATUIT

économie du gratuit, internet et la réciprocité...

rapport au monde > ouverture >
interconnexion > nouvelles attentes



Comment en vient-on au Tourisme Participatif ?



> Tourisme durable ?

(OMT, 1988) gérer « toutes les ressources permettant de satisfaire les besoins économiques, esthétiques et sociaux et de **préserver l'intégrité** culturelle, les écosystèmes, la biodiversité et les systèmes de soutien de la vie ».

> Tourisme populaire ?

historiquement lié à l'obtention des congés payés. Prise en charge **communautaire** des touristes (auberges de jeunesse, centres de vacances des CE, villages et clubs vacances) et critères d'économie (chambres d'hôtes, tourisme à la ferme...). Il s'est petit à petit transformé en...

> Tourisme de masse ?

Traité par les acteurs économiques à l'égal d'autres industries, le tourisme s'est **démultiplié** parallèlement à l'augmentation de la **vitesse** des moyens de transport (trains, cars, voitures, puis vols charters).

> Tourisme alternatif ?

Le terme est générique et on peut dire qu'il rassemble écotourisme, tourisme durable, équitable, etc. A opposer au tourisme de **masse** et à ses nuisances (bouleversements sociaux, culturels, détérioration du patrimoine naturel, etc.). Porteur **d'identité**, de **découverte** et de développement **local**.

> Tourisme citoyen ?

Dire que le tourisme peut être citoyen, c'est le penser comme **un acte délibéré se mettant au service de l'intérêt général** : un acte politique, donc. Le boycott de certaines destinations en est un exemple, mais aussi selon les sensibilités citoyennes de chacun...

Hélène Sallet-Lavorel, Urbaniste,
pour l'ADELS



Définissons, re-définissons.



> **Tourisme participatif**

On peut comprendre ici la **participation** comme **celle du visiteur à la vie locale** du territoire visité, ou **celle de la population d'accueil aux activités touristiques proposées**, en général en temps qu'acteur économique.

On se rapprocherait en cela du tourisme équitable. Si l'on comprend la participation comme celle de la population d'accueil aux processus décisionnels, il s'agira plus d'un tourisme autogéré...

Définissons, re-définissons.



Initiatives...



Belleville Insolite, devenu «ça se visite !»

Paris.
Association loi 1901.
Depuis la fin des années 90.
Spécialisée dans la découverte des quartiers populaires de l'Est parisien. Elle propose des balades urbaines, des rallyes pédestres et des ateliers ambulants d'éducation à l'environnement urbain, axés sur la rencontre avec les habitants auxquels on donne la parole.
Projet nominé aux Trophées du Tourisme Responsable.

www.ca-se-visite.fr



Cité Jardin de Stains

À la qualité formelle et historique reconnue de la cité-jardin de Stains, s'ajoute une valeur d'usage actuelle de la cité-jardin, et la mémoire des habitants qui l'HABITENT. Un travail est effectué pour préserver ce patrimoine immatériel, des témoignages d'habitants sont recueillis, permettant de voir, percevoir, transmettre ce qu'est la vie à la Cité-jardin.

www.ville-stains.fr



Meeting the French

Rechercher

Espace hôte

Accueil Visites et activités Chambres d'hôte

Paris mythique | Métiers et savoir-faire | Gastronomie

Visite de la Brasserie Molla.



Meeting the French

Agence de voyages réceptive
Depuis 2005.

Objectif : proposer des prestations et des hébergements qui permettent de visiter la France et notamment Paris en privilégiant l'authenticité, le charme et la convivialité. Meeting the French propose des chambres d'hôtes, des visites de quartiers et de musées, des balades gourmandes, des cours de cuisine, des visites guidées de Paris hors des sentiers battus, des rencontres d'artisans et d'artistes...

Membres des organisations professionnelles SNAV et APS, de l'office du Tourisme et des Congrès de Paris ainsi que d'Atout France.

www.meetingthefrench.com



Ma Langue Au Chat

Paris.
SARL
Depuis 2004

Agence de création d'énigmes qui travaille avec les artisans et commerçants d'un quartier pour créer un échange gagnant/gagnant. Cela constitue une aide pour les boutiques et les ateliers qui n'ont pas forcément une vitrine favorable pour leur activité : petite rue non visible, zone de chalandise défavorable, quartiers délaissés du fait de l'insécurité. Le but est de faire venir les touristes dans ces quartiers pour leur montrer les activités originales et artisanales.

www.malangueauchat.com

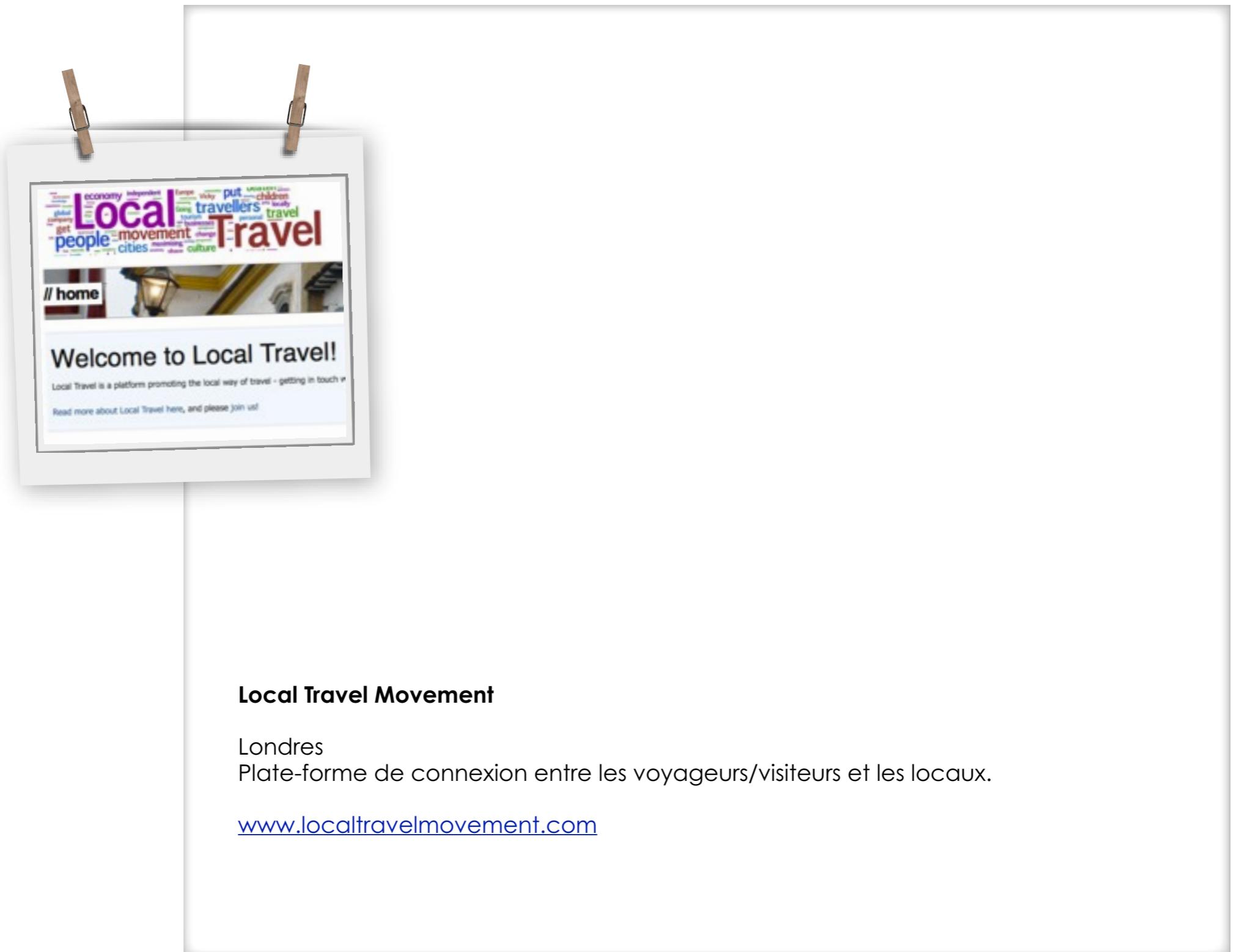


Rent A Local Friend

Dans le monde entier (grandes métropoles, payant).

Le principe est de suggérer aux touristes de passage des circuits leur permettant à la fois de découvrir les incontournables d'une ville et de partager le quotidien d'un habitant. Connaissant parfaitement sa ville, ce guide d'un genre nouveau parlant au moins anglais en plus de sa langue natale, évite ainsi aux touristes de se perdre dans les méandres des ruelles ou des villes tentaculaires. Et leur laisse plus de temps pour la flânerie, ingrédient indispensable pour s'imprégner de l'âme d'une ville.

www.rentallocalfriend.com





Spotted By Locals

Réseau de blogs.

«Experience cities like a local», un réseau internet de 29 blogs, qui référence des habitants, les «spotters», qui écrivent sur les lieux qu'ils aiment visiter. Les articles sont disponibles gratuitement sur le site, qui accepte malgré tout les dons pour soutenir leurs activités. Guides à télécharger au format .pdf ou en version mobile pour smartphones.

www.spottedbylocals.com



Barcelone et le «tourisme créatif»

Le programme Barcelone Tourisme créatif vise à permettre, à toute personne désireuse de pratiquer une activité artistique à Barcelone, de le faire dans les meilleures conditions. Cette offre touristique participative originale, qui embrasse de nombreuses disciplines (du design au théâtre, en passant par la gastronomie et la musique), permet de répondre à la demande de visiteurs à la recherche de nouvelles possibilités d'expression. Mais aussi de renforcer l'image culturelle dynamique de la ville.

www.barcelonacreativa.info



Wwoofing

Dans le monde entier
En France depuis 2007
Mise en relation des personnes désireuses de découvrir et de participer au monde agricole biologique et écologique avec des fermiers, des professionnels de cet univers, en partageant leur quotidien le temps d'un séjour. Les hôtes sont accueillis comme des amis, sont nourris et logés à la même enseigne. En échange, ils ont la possibilité de donner de leur temps et participer aux différentes tâches sur la propriété, exploitation (jardin, potager, verger, fleurs, animaux.).

www.wwoof.fr



Free !?



> **Création de communautés** web (et l'utilisation croissante de la téléphonie mobile) rend l'échange de bon procédé largement accessible. A différents niveaux : pour de l'ultra local comme pour du planétaire.

> **Quelques exemples** pris dans l'univers élargi du tourisme, de la préparation du voyage à sa restitution, en passant par la consommation de services pratiques ou culturels pendant le séjour :

- l'échange de maisons (type **Home For Exchange**),
- l'hébergement chez l'habitant (type **Couchsurfing**),
- les guides et forums de voyageurs (type **Lonely Planet**)
- le co-voiturage,
- les jeux supports ou prétextes de visite (type **Geocaching**),
- habitants ambassadeurs (type **Greeters**),
- itinéraires, plans et cartes (type **Mappy**),
- itinéraires de randonnée (type **Every Trail**),
- itinéraires de visites (type **Musetrek**),
- avis de consommateurs (type **Trip Advisor Travbuddy ou Qype**),
- blogs de voyageurs...

new models of economics
begin to apply to the
world of tourism (the
financing upstream, for
example, or the sponsorship).

But in this sector, the model
the most effective remains
that of reciprocity.

un peu plus loin, dans
«l'économie du gratuit»



> Histoire

Depuis 2000, sont apparus de nouveaux réseaux sociaux d'hospitalité, héritiers modernes du réseau Servas, créé en Europe après la seconde guerre mondiale comme un mouvement de pacifistes promouvant la réconciliation entre les peuples à travers l'hospitalité.

Les deux principaux aujourd'hui : Hospitality Club créé en Allemagne en 2000 et Couchsurfing, créé aux Etats-Unis en 2004.



> Le site internet Couchsurfing

Imaginé en 1997 par son fondateur suite à une expérience d'hospitalité vécue au sein d'une famille égyptienne, le site Internet de Couchsurfing est lancé en 2004 avec pour devise : « le monde est plus petit que tu ne le penses ».

Le site permet de mettre en relation gratuitement :

- ceux qui cherchent à être hébergés,
- ceux qui sont prêts à accueillir des voyageurs.

Chaque membre se crée un profil sur le site Internet :

- se présente de manière plus ou moins détaillée
- précise son degré d'engagement, (s'il est prêt à héberger un voyageur ou simplement à le guider dans la ville, par exemple).

réseaux d'hospitalité : le cas du couchsurfing



Au 1er mai 2009, la communauté comprend :

- 1 096 113 adhérents
- issus de 231 pays et de plus de 57 700 villes,
- a donné lieu à 1 081 530 expériences d'hébergement,
- à la création de 1 255 859 déclarations d'amitié
- et à 2 021 997 déclarations d'expérience positive.

> La communauté

En 2006, le réseau compte déjà 90 000 membres, rattrapant son concurrent HospitalityClub, créé en 2000.

La version 2.0 restructure l'organisation et la gestion des bénévoles afin de donner plus de sens au projet : la devise est modifiée en **«participer à la création d'un monde meilleur, canapé après canapé»**.

A laquelle est ajoutée une **profession de foi** : « *Coushsurfing a pour objectif de mettre en réseau les gens et les lieux de toute la planète, favoriser les échanges, éléver la conscience collective, répandre la tolérance et faciliter l'intercompréhension entre les cultures. En tant que communauté, nous militons pour accomplir notre mission individuelle et collective, pour faire du monde un endroit meilleur, et nous croyons que surfer les canapés est un moyen d'atteindre cet idéal* ».

réseaux d'hospitalité : le cas du couchsurfing



- Maintenant, le guide, c'est vous ! la Seine Maritime a "recruté", 6000 (!) «Ambassadeurs 76» et forme ses élèves du tourisme et de l'hôtellerie à cette "notion essentielle" : la rencontre.
- L'opération « Au printemps, la Normandie se découvre »,
- le dispositif VIP « Very Important Puydômois »,
- le dispositif Ambassadeurs de Lorraine...
- à Dunkerque, ils sont 660, très sollicités au moment du carnaval (60.000 participants),
- les ambassadeurs des Hautes Pyrénées accompagnent les pros sur tous les salons,

> **Transformer l'habitant en un véritable ambassadeur chargé de vanter les mérites du territoire !**

Les dispositifs habitants-ambassadeurs, inventés bien avant que l'on ne parle de tourisme participatif ou de nouveau marketing touristique, visent à impliquer les habitants dans la promotion de leur territoire. Les évolutions récentes du marketing semblent les remettre au goût du jour.

Toujours d'initiative publique, ils présentent des variantes dans leur fonctionnement, mais aussi dans leur étendue et leur succès (de 90 à 20.000 porteurs de cartes, de 12 à 150 partenaires de l'opération). **Leurs points communs sont :**

- de nécessiter des moyens importants en **animation** (le système repose sur un réseau de prestataires touristiques et en communication),
- de pêcher par manque d'évaluation précise de leurs **retombées** (taux d'utilisation de la carte, nombre de visites engendrées, satisfaction des habitants et des professionnels, retombées image).

programmes habitants-ambassadeurs



> Histoire

En 1992, naît à **New York** la première association de Greeters, sous l'appellation «Big Apple Greeters».

L'idée est de répondre à l'attente de visiteurs complètement désesparés par l'ampleur, l'immensité, l'organisation, le rythme de la ville ; de les rassurer, les prendre par la main, leur montrer comment vit, concrètement, un habitant, décoder la mégapole, accueillir chaleureusement, humainement.

> d'après *The Free Dictionary* :

to greet (grt)

tr.v. **greet·ed, greet·ing, greets**

1. To salute or welcome in a friendly and respectful way with speech or writing, as upon meeting or in opening a letter.
2. To receive with a specified reaction: greet a joke with laughter.
3. To be perceived by: A din greeted our ears.

> d'après le Global Greeter Network (GGN) :

« Greeters are volunteers who share their love for their city in an enthusiastic and hospitable manner. A Greeter will take you for a walk through the city for a couple of hours and you will experience his/her city in a unique way, from the perspective of a person who lives there.»

> Sans faire de la traduction littérale, les Greeters sont des volontaires qui partagent avec enthousiasme et hospitalité l'amour qu'ils ont pour leur ville, leur quartier, leur région («pays»). Le Greeter emmène les visiteurs en balade pour 2 heures environ et fait partager son regard unique d'habitant.

les Greeters, représentants des habitants ?

> le réseau international GGN

A ce jour, officiellement,

25 structures :

- ➔ Adelaide, Australia
- ➔ Belgrade, Serbia
- ➔ Buenos Aires, Argentina
- ➔ Brighton, England
- ➔ Chicago, USA
- ➔ Houston, USA
- ➔ Kent, England
- ➔ Melbourne, Australia
- ➔ New York, USA
- ➔ The Hague, The Netherlands
- ➔ Toronto, Canada
- ➔ Bruxelles, Belgique
- ➔ Xiamen, Chine
- ➔ Berlin, Allemagne
- ➔ Rhein Ahr, Allemagne
- ➔ Winchester, UK

dont, en France :

- ➔ Nantes, France
- ➔ Paris, France
- ➔ Lyon, France
- ➔ Marseille, France
- ➔ Pas-de-Calais, France
- ➔ Brest, France
- ➔ Seine et Marne, France
- ➔ Tarn, France
- ➔ Versailles, France

et «Junior» :

- ➔ Charentes, France



> Charte

Pour intégrer la communauté mondiale des Greeters, les structures s'engagent à respecter une charte et des valeurs.

Les conditions essentielles sont :

1. la gratuité des balades et interventions de greeters
2. limiter les expériences greeters à de très petits groupes (6 maximum)
3. ouvert à tous
4. encourager les transports en commun quand c'est possible
5. enthousiasme et volontariat des habitants qui aiment à faire partager leur regard sur la ville
6. disposer d'un site internet avec les liens vers tous les autres membres

Le Global Greeter Network recommande en parallèle :

- la rencontre avec des membres des structures faisant déjà partie du réseau,
- la participation aux réunions internationales, autant que puisse se faire.

**les Greeters,
représentants des habitants ?**



Le tourisme participatif englobe de multiples structures et initiatives. Il constitue encore un univers **hétérogène**, mais qui tend à se structurer, comme le démontre l'initiative de l'Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES), qui publie, en 2010, une **charte des associations Ile-de-France en tourisme solidaire et éthique**.

Le Tourisme participatif, on en parle :

> **Groupe «Tourisme Participatif»** sur www.rezotour.com

> **Salon du Tourisme Durable** : Bruxelles, 15 au 17 octobre 2010

Organisation : association belge Tourisme Autrement.

Tourisme durable de proximité et en particulier les Régions d'Europe accessibles par mobilité douce.

> **World Travel Market** (WTM) : Londres, 9, 10 et 11 novembre 2010,

Challenges et solutions aux problèmes que rencontrent organisations et destinations dans le monde du tourisme.

> **Festival des Globe-trotters** - Paris, 24 au 26 septembre 2010

Organisation : Aventure du Bout du Monde

Encourager le voyage individuel, proche ou lointain, d'un style simple et naturel, dans le respect des pays visités

> **Conference internationale du Tourisme Creatif** : Barcelone: 9 et 10 décembre 2010

Enjeux et évolution croissante du tourisme créatif, notamment du tourisme participatif.

structures > initiatives >
événements



> Hélène Sallet-Lavorel, Urbaniste, pour l'ADELS (Association pour la Démocratie et l'Education Locale et Sociale) dans la Revue Territoires, rapport consacré au tourisme participatif en Ile de France.

> Saskia Cousin, anthropologue, dans l'une de ses présentations au Comité Bougainville, fin 2009.

> Joël Gayet, Partner, CoManaging, au Congrès National de la FNOTSI, 2009.

> Chris Anderson, journaliste américain, Rédacteur en Chef de Wired, publie un livre aux Editions Pearson en 2009, intitulé *Free !*

> site internet www.couchsurfing.org

> Bernard Scheou, Maître de Conférences à l'Université de Perpignan

> site internet www.globalgreeternetwork.info/

Références



Merci ;-)

- Expériences Touristiques : Villa Maël - 60 av E. Grasset - 17000 LA ROCHELLE
- Blog : www.experiences-touristiques.fr
- Blandine Giambiasi : 06 80 42 42 30 - blandine.giambiasi@gmail.com

à suivre...