ANCEF

COLLOQUE

LA MONTAGNE, ÇA NOUS SOIGNE ! J'EN PRENDS SOIN

TRANSITION TERRITORIALE

SLOW TOURISME

SPORT SANTÉ

COMPTE-RENDU

ANCEF

CIPRA VIVRE DANS LES ALPES

Avec le soutien de

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FONDS NATIONAL D'AMENAGEMENT ET DE DEVELOPPEMENT DU TERRITOIRE
Massif des Alpes

PRÉFET DE LA RÉGION PROVENCE- ALPES-CÔTE D'AZUR
Liberté
Égalité
Fraternité

MASSIF des ALPES
PRÉFET DE MASSIF DES ALPES

L'ANCEF ... En résumé:

Acteur incontournable du tourisme sportif en moyenne montagne

Ses missions ?

- **Fédérer, soutenir et coordonner les acteurs du tourisme sportif 4 saisons**
- **Faire découvrir à tous, les bienfaits des sports de pleine nature en montagne**
- **Promouvoir les activités nordiques**
- **Accompagner les prestataires et les pratiquants pour renouer avec un tourisme plus responsable et plus durable**

Ses moyens ?

L'engagement de nos maisons "Montagnes au Naturel"

L'héritage d'une association engagée depuis toujours dans l'encadrement du nordique et du tourisme sportif en général

L'édition de la revue annuelle "Présence Nordique à plus de 16 000 exemplaires

L'ANCEF, co-porteur du projet:

"La montagne ça nous soigne, j'en prends soin !"

Avec le soutien du FNADT Massif des Alpes, et aux côtés de CIPRA France et de Corinne Valence, l'association s'engage pour la valorisation du Slow Tourisme.

En 2022, toute l'équipe suit avec grand intérêt le parcours de Corinne lors de son itinérance sur la Via Alpina.

Les engagements du projet:

- **L'écologie**
- **L'enjeu de santé publique liée à l'obésité et les réponses à apporter**
- **La transition écologique des filières économiques du tourisme de montagne**
- **La mobilité douce en montagne et la neutralité climatique en milieu montagnard**
- **L'expérience touristique immersive et non-intrusive**

Au retour de Corinne, un programme haut en couleur attend les collaborateurs du projet: réalisation du film "Ressource", organisation de cafés-débats et lancement du colloque !

ANCEF

CIPRA VIVRE DANS LES ALPES

Avec le soutien de
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité
FONDS NATIONAL D'AMENAGEMENT ET DE DEVELOPPEMENT DU TERRITOIRE
Massif des Alpes

PRÉFET DE LA RÉGION PROVENCE- ALPES-CÔTE D'AZUR
Liberté Égalité Fraternité
MASSIF des ALPES
PRÉFET DE MASSIF DES ALPES

Retour sur l'évènement

C'est à la Plateforme (ancien musée de peinture de Grenoble) que se sont retrouvés les acteurs du tourisme Isérois jeudi 30 Mars 2023

Au programme:

Une matinée consacrée à la Transition territoriale

"La transition, un terme à la mode que les médias et les politiques s'appliquent à utiliser à toutes les sauces. Pour la plupart d'entre vous, la transition est déjà en marche, et ce depuis de nombreuses années. Les bonnes pratiques sont d'ailleurs souvent déjà ancrées dans vos coeurs de métiers. Mais il y a encore beaucoup à faire, à construire, relayer, communiquer.
A l'échelle de chacun, il est question de participer à la préservation environnementale de la montagne ainsi qu'à son aménagement.
Nous sommes donc réunis pour évoquer la crise environnementale, le climat, et l'impact du tourisme sur nos montagnes; mais nous allons surtout parler de solutions, d'avancées, et d'avenir.
L'ambition de ce rassemblement est d'engager un dialogue apaisé et constructif entre les acteurs présents, sur tous les sujets de la transition du tourisme en montagne.
La diversité des territoires de montagne et de leurs acteurs ne nous facilite pas la tâche, mais cette diversité est également source de richesse et d'expériences, profitons-en !"

Avec la participation de:

- **Alain BOULOGNE** — **Vice-président CIPRA France et ancien maire des Gets**
- **Fiona MILLE** — **Présidence de Mountain Wilderness**
- **Léo GUIBERT** — **Directeur de Nordic France**
- **Ilona GENTY** — **Vice présidente de l'Espace Belledonne**
- **Bernard JEAN** — **Montagne Conseil**
- **Maryse FABRE** — **Maire de Saint François de Sales**
- **Lucie Laurent** — **Chargée de mission Mountain Riders**

Et en compagnie de ...

Isère Attractivité - Département de l'Isère - Isère Drome Destination Junior - Matheysine Tourisme - Agence Grenoble Metropole Tourisme - Alp'evasion - Saint Marcellin Vercors Isère Communauté - AFRAT - Grenoble mission montagne - Village vacances Le Duchet - Département de la Drome - Espace Mont d'Or - Magasin La Randonnée - Société de gestion de la station des Rousses - Mairie de Grenoble - Mountain Bikers Fondation - CC Vallées d'Aigueblanche - Centre de vacances la Matrassière - OT du Trièves - Centre de vacances La Ruche - Le Dauphiné Libéré Montagne - FFRandonnée Isère - Capao Nature - ADRETS - Trans' Vercors - etc

Retour sur l'évènement

Transition territoriale

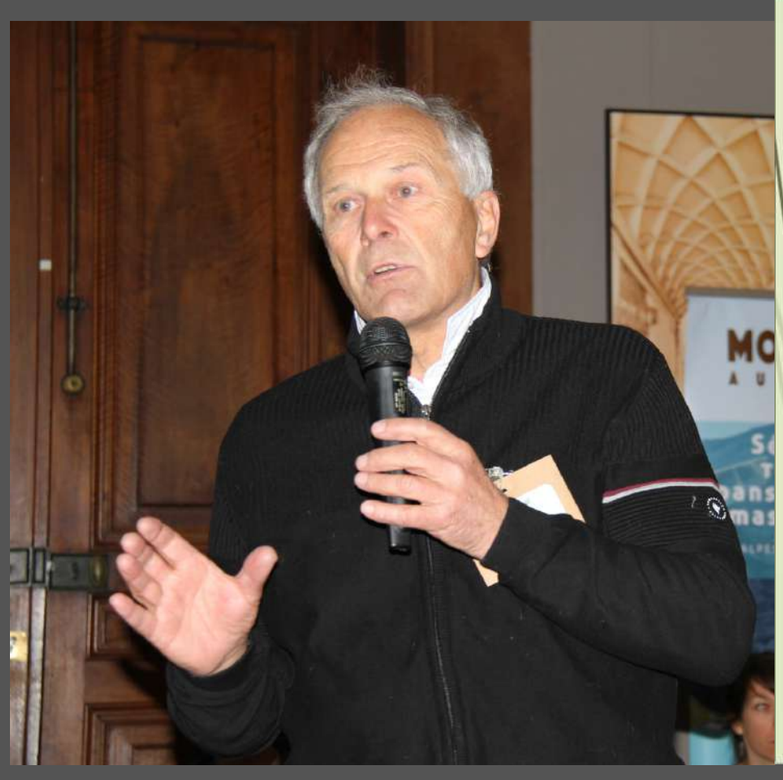
Intervention d'Alain Boulogne: remise en cause du modèle économique et environnemental des stations de ski

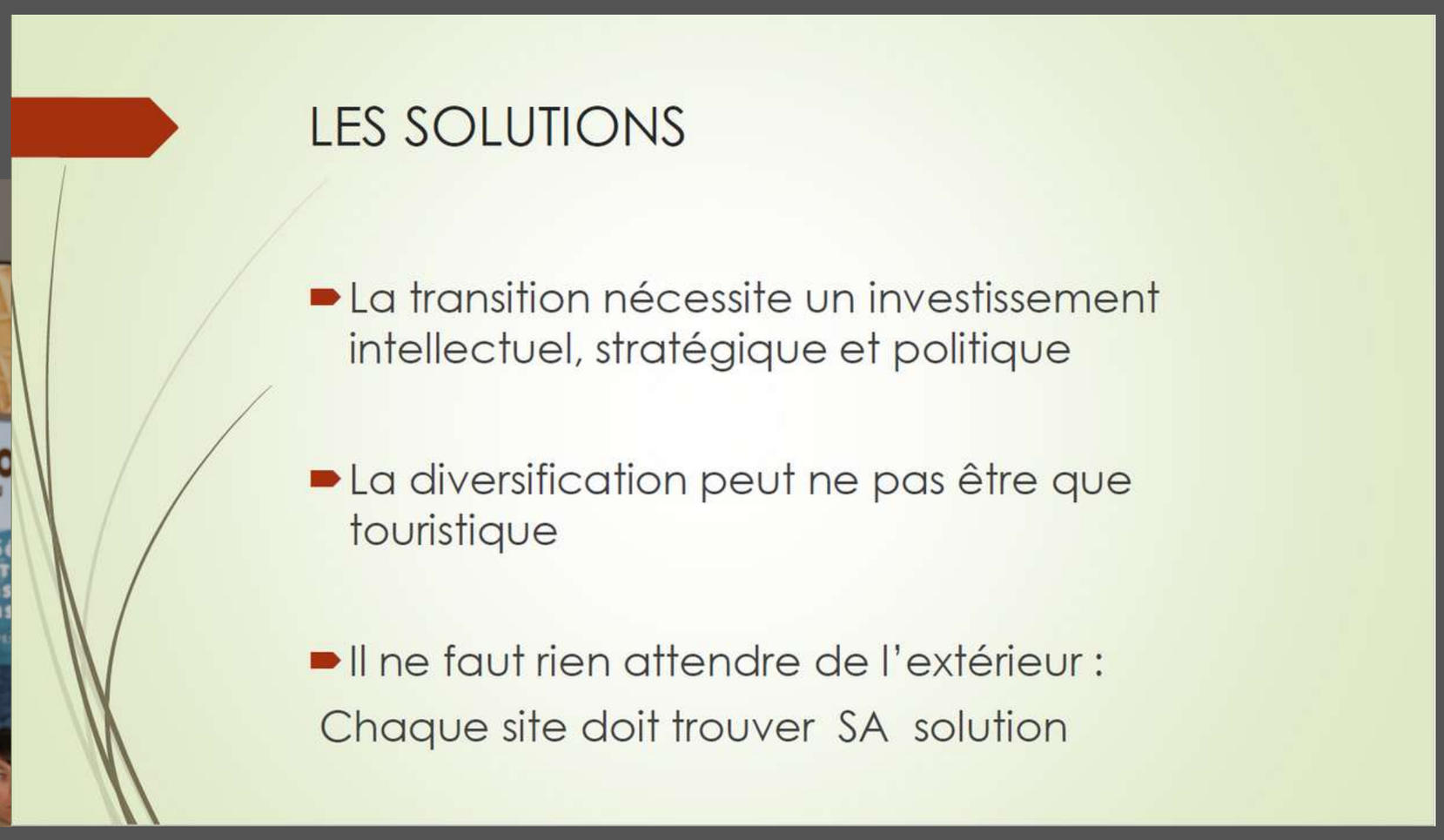
"La montagne est devant 4 murs infranchissables:
Tous les sites de montagne sont confrontés à ces 4 sujets: bétons, gaz à effet de serre, eau, et climat.
Nous avons besoin d'imaginer un système économique à l'échelle de ce que la Terre permet.

Le problème de la montagne est qu'elle continue à imiter les stations de haute altitude. Les sites de moyenne montagne ont besoin de leurs propres solutions.
Comment on peut faire pour continuer à vivre dignement sur un territoire difficile?
Les solutions trouvées jusqu'à présent ne sont pas pérennes.
Arrêtons la dictature du chiffre: toutes les zones de montagne continuent à investir 9 € sur 10 pour l'aménagement d'hiver. Il faut inverser la proportion d'investissement.
Gérer l'immédiateté et garder la vision à long terme: oui pour la solution immédiate des canons à neige à condition que ces dispositions soient accompagnées d'une réflexion à long terme."

“ Un système à l'échelle de ce que la Terre permet ”

"Il faut bâtir un projet ensemble en intégrant les contraintes de chacun. Les maires des sites de montagne ont un rôle prépondérant en amenant toute la population à écrire ce projet.
La nature doit rester le maître mot. Il faut savoir que 9/10ème des Européens habitent en ville et veulent passer leurs vacances en nature à la mer ou à la montagne. Avec ou sans neige, la montagne reste magique pour les touristes."





Retour sur l'évènement

Transition territoriale

Intervention de Fiona Mille: relai initiatives des états généraux de la transition du tourisme en montagne. Comment les faire perdurer dans le temps, et nourrir les imaginaires.

Mountain Wilderness se donne pour mission d'accompagner la transition des territoires de montagne avec le tourisme comme levier principal. Un travail sur la conciliation entre la montagne sauvage et la montagne à vivre, afin d' envisager la transition de manière systémique.
"Le tourisme semble une bonne porte d'entrée pour aborder cette transition, pour des raisons sociales et économiques, car il fait vivre beaucoup de nos territoires de montagne."

Dans le cadre de l'organisation des états généraux de la transition du tourisme en 2021: l'objectif de MW était d'embarquer l'ensemble des acteurs sur le constat et les trajectoires à prendre pour être lucide, ambitieux, et désirable sur le devenir.
Les états généraux ont également permis d'acter l'engagement pour le "plan avenir montagne ingénierie": un accompagnement de territoires pilotes pour la transition systémique, leviers et verrous à activer sur le terrain.
"Au delà du tourisme, les territoires sont demandeurs sur les questions de ressource en eau, d'alimentation, de conciliation entre accueil et protection de l'écosystème, de vie à l'année sur le territoire.... Une transition globale sans "recette magique" mais dont le travail collectif semble être un ingrédient incontournable. "

"Nous avons besoin de travailler ensemble et de laisser place à la créativité, à l'imaginaire, s'intéresser aux initiatives sur les territoires.
Le manque de neige cette année a cristallisé des tensions et des peurs. Il faut arrêter de mettre des pansements, et tourner la page en engageant autre chose collectivement.
Les territoires ont tellement de richesses, que l'on a beaucoup de potentiel pour lancer cette transition et embarquer les autres acteurs Français dans la transition territoriale."

Zoom sur les conclusions des Etats généraux de la transition en montagne

Evènement national et local sur 40 territoires avec l'ensemble des acteurs: élus, socio pro, habitants, associations. Pour réfléchir sur l'état du territoire, l'action du tourisme, et quelles trajectoires à mener.

Journée de réflexion pour lancer la démarche de transition du tourisme en montagne.
On ne peut plus faire comme avant, tourner une page en utilisant ces leviers

- la gouvernance, discuter avec l'ensemble des acteurs pour définir une feuille de route
- la diversification de l'activité touristique avec le 4 saisons: le modèle des stations de ski à la française est particulier (vie à l'année plus valorisée dans d'autres territoires Européens)
- la diversification de l'économie du territoire, repenser la place du tourisme dans léconomie

https://www.calameo.com/read/0069727087 2bf26c6e3c2

Retour sur l'évènement

Transition territoriale

Intervention de Léo Guibert: relai de l'étude des modèles socio-économiques du nordique. Réflexion sur le maillage territorial pour les activités outdoor.

Retour sur le fonctionnement de Nordic France. 4 missions: représentation / promotion des activités nordiques / formation des métiers et des pratiquants / accompagnement "Avenir montagne ingénierie".
Un essor remarquable lors de la période COVID, avec un public qui est revenu sur les domaines.
D'où l'importance de mettre en place une transition pour conserver la clientèle et adapter les services.

Retour sur l'étude nationale sur le modèle socio-économique de la filière (2019-2021 sur 6 sites pilotes).

- *Apport d'indicateurs économiques: 1 € de redevance = 14.8 € sur le territoire. Une filière qui génère de l'emploi, et de l'activité. Il faudrait en tenir compte dans les politiques territoriales.*
- *Etat des lieux de l'accueil clientèle et du manque de services sur les domaines.*
- *Réflexion sur le sujet "garantie activité VS garantie neige": que proposer en remplacement ? Profiter des structures d'accueil, former les professionnels, faire des domaines des portes d'entrées pour d'autres activités. Il faut se renseigner sur les attentes de la clientèle en activité "hors neige".*

Le modèle économique de la filière est fragile, ne dépend que de la redevance. Imaginer un autre fonctionnement, pour repenser la rentabilité de l'activité par le prisme de la transition ?

Volet "Plan avenir montagne": démarche pro-active auprès de tous les domaines, accompagnement d'une vingtaine de territoires en faisant le lien avec tous les acteurs sur le terrain. L'objectif d'une visibilité sur le long terme pour la moyenne montagne qui reste un centre de vie connecté avec l'ensemble du territoire.
Comme évoqué, il n'y a pas de solution unique. Cet accompagnement permet d'avoir des retours d'expériences du terrain à diffuser au reste du réseau.

Questions/réponses:

Quelle suite pour le "Plan avenir montagne"?
"Qualibré sur 2 ans pour l'instant. En attente des instances pour la suite."

Comment gérer le manque de neige?
"Ressenti de l'hiver: les techniciens ont une forte volonté de s'adapter et ne pas craindre le déficit d'enneigement. Cet hiver a été vécu comme un accélérateur pour la réorganisation des domaines. Fin de l'époque dorée des grands espaces nordiques. C'est une occasion de réorganiser les domaines: centre d'accueil fort avec tous les services nécessaires pour les pratiques découverte + espaces sportifs. Les pros s'adaptent pour optimiser les plans de damage et se concentrer sur les zones où la neige se conserve le mieux. Avoir un domaine plus qualitatif que quantitatif."

Quid de la neige de culture?
"La neige de culture n'est pas une solution d'avenir (problèmes de ressources en eau, hivers trop chauds). C'est un pansement à court terme mais pas une solution à long terme. Il faudra être inventif. L'utilisation emblématique de retenues d'eau sur certains domaines reste une pratique à la marge."

Quelle méthodologie pour le calcul d'impact économique sur le territoire ?
"1 € investi VS Ski Alpin à l'échelle de la station, les chiffres du nordique sont calculés à l'échelle du territoire donc englobent beaucoup plus de factures économiques. Ce n'est pas comparable."

Retour sur l'évènement

Transition territoriale

Intervention d'Ilona Genty: Relai des initiatives de transition sur le territoire: problématique de la gouvernance.

Belledonne, un territoire à cheval sur 6 EPCI, avec des moyens, des ingénieries, et des surfaces différentes, d'où la problématique de la gouvernance.
Une énorme destination touristique de par sa proximité avec Grenoble et Chambéry.
Zoom sur le programme "Espace Valléen" et ses projets sur l'ensemble du territoire:

- *Développement de 14 "camps de bases":*
  - *Au niveau local: les communes se portent volontaires avec pour objectif d'accueillir la fréquentation touristique. La surfréquentation étant difficile à endiguer, l'idée est de la canaliser via ces lieux d'accueil avec des professionnels formés aux questions de la transition, des lieux de sensibilisation pour les pratiquants.*
  - *Au niveau du territoire, c'est un travail de coordination sur l'ensemble du massif via les messages adressés dans les camps de base, et des actions de communication, harmonisation des panneaux, etc.*
- *Travail sur 2 filières que sont le ski de randonnée l'hiver, et l'itinérance aux beaux jours*

Lien avec les problématiques soulevées jusqu'ici, notamment sur la question de gouvernance Via les camps de base. L'idée était d'associer tous les acteurs du tourisme, professionnels de la montagne, mettre tout le monde autour de la table pour réfléchir à chaque camp et ses propres problématiques (villages, altitude, etc).

“Quelle gouvernance, et quels acteurs pour piloter cette transition ?”

Retour sur l'objectif global d'Espace Belledonne: un lieu d'échange, de partage et de médiation à l'échelle du massif pour faire travailler ensemble ***les gens qui y vivent et ceux qui le fréquentent.***
Un lieu d'échange pour imaginer ensemble vers quoi on veut aller, avec des objectifs partagés.
Questionnement actuel sur la compétence d'Espace Belledonne pour venir en soutien des EPCI qui en ressentent plus ou moins le besoin.

Zoom sur les conclusions des Etats généraux de la transition en montagne

Synthèse des propositions qui ont recueilli le plus de votes lors de l'atelier

1 Travailler collectivement

Sortons du travail "en silos" et œuvrons dans une démarche collective et transversale !

> Création **d'espaces de dialogue** et d'informations Journée découverte d'une autre commune, création d'espaces de médiation, déclinaisons locales de l'Espace Belledonne, etc.
> Mise en réseau et gouvernance
> Créer un schéma d'aménagement touristique pour **maîtriser les flux** et les pratiques (gestion de la sur fréquentation)

2 Intégrer le tourisme au territoire

Le tourisme doit rayonner sur l'ensemble du territoire, de sa vie économique à sa vie quotidienne !

- **Amélioration de l'offre de mobilité**
- **Diversification de l'offre d'hébergement**
- **Développement des tiers-lieux**
- **Valorisation de l'emploi local**
- **Diversification et lien avec la vie locale**

3 Offrir un accueil de qualité

Offrons un accueil de qualité, qui s'appuie sur la diversité des acteurs locaux pour informer et sensibiliser les visiteurs !

- **Création d'un réseau d'ambassadeurs**
- **Diversification de l'offre touristique**
- **Partager l'espace**

4 Préserver et valoriser les atouts de Belledonne

Préservons ce qui fait la richesse du territoire : ses milieux naturels, ses produits locaux et ses activités traditionnelles !

- **Amélioration de la connaissance**
- **Sensibilisation et information**
- **Valorisation du patrimoine et de l'économie locale comme atout touristique**
- **Mise en réseau et gouvernance**

Vigilance

- La mise en œuvre de ces actions : qui ? Avec quels moyens ?

Retour sur l'évènement

Transition territoriale

Montagne Conseil
Ingénierie du développement territorial
Territoires en transition
Audit - Etudes - Gestion - Médiation

Intervention de Bernard Jean et Maryse Fabre: illustration des problématiques de transition: exemple de Saint François de Sales

St François de Salle est une des portes du plateau de Savoie Grand Revard (50% des pistes de fond). L'aventure du ski de fond date des années 70-80 suite à l'exode rural. Dans le même temps, St François s'est associé aux communes, CC et agglomérations alentours. La compétence tourisme a été attribuée aux agglomérations, et la question est de savoir comment les élus de la commune peuvent continuer à imposer leurs volontés sur leur territoire. Il s'agit notamment de défendre le budget tourisme, part importante du budget global de la commune. Une commune qui a pourtant beaucoup d'atouts touristiques.
La commune est accompagnée par Bernard Jean de "Montagne Conseil" pour la structuration de son projet touristique: avec la nécessité d'intégrer le tourisme au projet du territoire, au même titre que l'agriculture, la forêt, le tissu industriel et artisanal, la culture, etc. Une approche globale et systémique est donc nécessaire.
Une démarche d'autant plus délicate de par la diversité des acteurs du territoire, l'investissement des élus, et la complexité des interlocuteurs.

Acceptabilité

Financement

Temporalité

Argumentaire

Gouvernance

Freins et leviers à la transition:
Projet touristique "en neige / hors neige"
Pour un meilleur accueil sur le territoire

COMMUNE DE
SAINT-FRANÇOIS-DE-SALES
73340

Questions/réponses:

Quelles sont les activités "en neige" et "hors neige" actuellement ?
"En neige, c'est le ski de fond, les chiens de traineaux, la luge, de nombreuses randonnées raquettes, et quelques randonnées nordiques. Hors neige, ce sont des espaces pédagogiques pour les écoles et les familles sous forme de boucles pédagogiques (forêt, EPF) possibles avec ou sans neige. C'est un projet qui est en cours de mise en place, et en train d'être financé par le plan avenir montagne en partie ainsi que par la région. Il faut que tout soit installé pour avoir l'agilité de le mettre en pratique.
C'est pas des millions, le projet de St François c'est 411 K HT financés à 80% par la région et l'état. Pour arriver à le faire porter par les structures qui sont à la manoeuvre, c'est compliqué. La boucle sur la forêt commencerait à ouvrir en Juin 2023, ainsi que des possibilités d'activités dans la coupole astronomique."

Sur les 150 habitants, combien sont impliqués et concernés ?
"Les 8 élus de la commune sont impliqués... et quelques habitants comme le gestionnaire du gite. Ils sont d'accord pour faire les choses mais il manque le moteur pour la mise en route."

Retour sur l'évènement

Transition territoriale

Intervention de Lucie Laurent et Elodie Trublet: label Flocon Vert, relai d'initiatives et exemple de Lans en Vercors

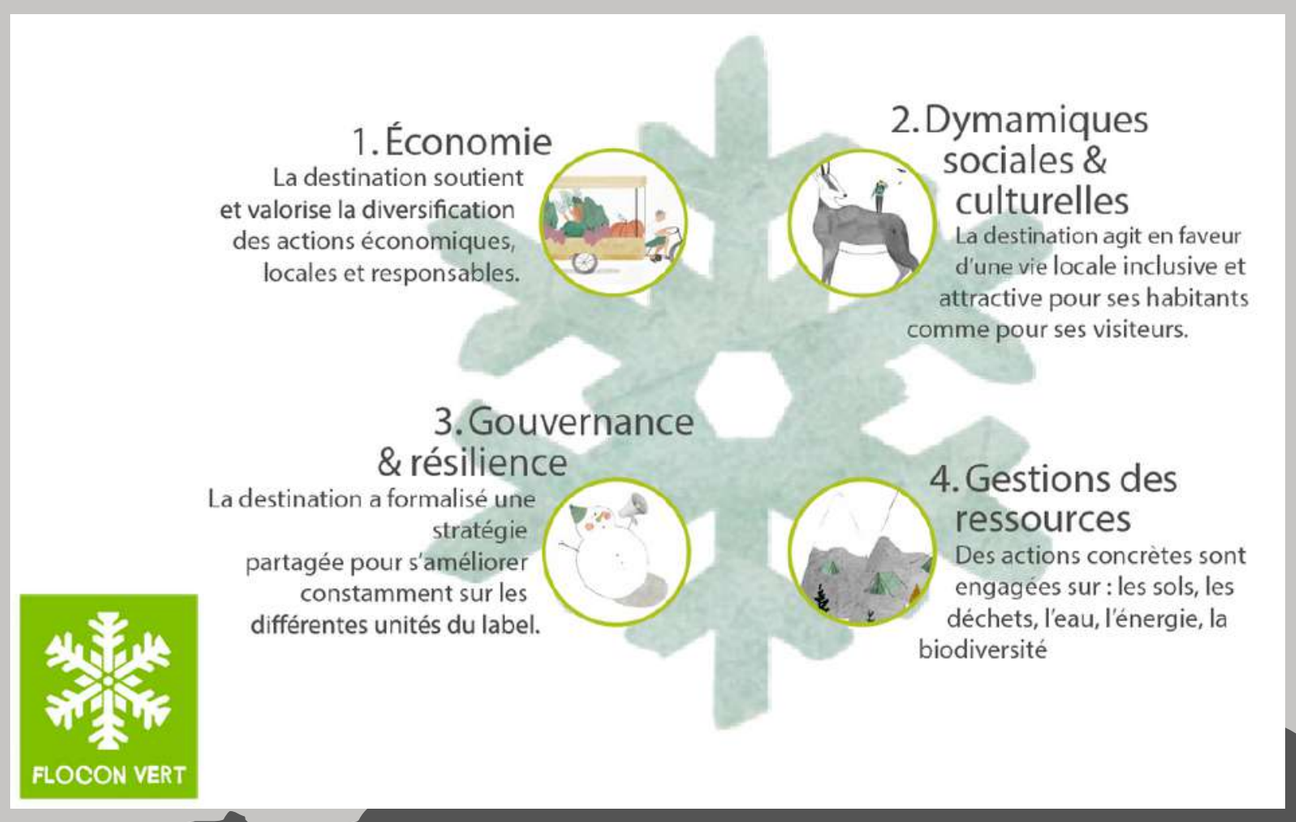
Une association qui a pour objectif d'éduquer et sensibiliser une grande diversité de publics à la transition écologique en montagne: "sensibiliser sans moraliser".
C'est en sensibilisant le plus grand nombre, en vulgarisant, et en accompagnant tous les acteurs et pratiquants que l'on participera tous ensemble à la transition.
Au-delà de l'utiliser pour y vivre et en vivre, on a chacun la vocation de préserver cet espace.

“Créer un lien avec la nature, et susciter cette envie de protection de l'environnement”

3 pôles agissent à la sensibilisation à l'environnement:

- *pôle formation, sensibilisation, éducation auprès des jeunes publics et grand public adulte, à l'aide d'outils*
- *pôle "zéro déchet" visant à fédérer les acteurs pour éviter les déchets et les réduire à la source*
- *pôle label "Flocon Vert" qui repose sur un diagnostic, et un accompagnement des territoires en s'appuyant sur le domaine skiable, la mairie et l'OT; et en impliquant tous les acteurs du territoires*

Un cahier des charges qui repose sur 4 thématiques:



“Une démarche avant d'être un label”

Exemple de Lans en Vercors

Une commune qui s'est lancée dans la démarche Flocon Vert depuis plus d'1 an. La commune souhaitait mettre en avant sur tout ce qui se passe sur le territoire. La difficulté étant de savoir comment communiquer sur ce qui existe déjà. Lans n'a pas attendu le cahier des charges pour initier la transition (normes ISO, retenue collinaire pour des activités 4 saisons, 34 activités différentes sur le territoire).
Il existe un gros pôle culture qui accueille des associations et résidences d'artistes souvent hébergées par la population locale. Démarche de participation citoyenne assez forte et intuitive depuis plusieurs années.

Le fait d'être accompagné dans cette démarche permet de communiquer sur ce qui est fait et ce vers quoi la commune veut tendre. Ce qui est fait par les habitants du territoire a besoin d'être formalisé et encadré par des stratégies inexistantes jusqu'ici, applicables à long terme. En constituant des groupes de travail avec les socio-pro, les habitants, les associations. Autant s'appuyer sur les personnes qui ont déjà les compétences.

Le cahier des charges a-t-il évolué ? Quels sont les différents niveaux ?

Le cahier des charges est revu tous les 5 ans, car la transition est un sujet mouvant. La réédition date de 2022 en s'appuyant sur le réseau d'acteurs partenaires. Il existe maintenant des niveaux en fonction de notes attribuées aux territoires. Cette distinction permet de valoriser ceux qui sont engagés depuis plus longtemps ou de manière plus pointue. Le label n'est pas une garantie d'excellence, mais une garantie d'engagement.

Retour sur l'évènement: les ateliers "transition territoriale"

La suite de la matinée fut consacrée à un travail de mise en situation sous forme d'ateliers collaboratifs.

A travers 2 sessions de brainstorming, les participants se sont concertés pour apporter des pistes de solutions aux problématiques ci-dessous:

- **Comment concilier/réconcilier nature et fréquentation en montagne ?**
- **Territoires en tension, entre acceptabilité et temporalité: habitants, administrés, politiques, quelle place pour les projets de territoires avec une vision prospective de l'intérêt général ?**
- **Les expériences des territoires: la transférabilité des modèles en question ? Quels dénominateurs communs ? Comment valoriser les initiatives des territoires pilotes ?**
- **Construction d'un argumentaire commun: quels moyens, quels outils et vecteurs de communication ?**

Transition territoriale - ATELIER 1

Comment (ré)concilier nature et fréquentation en montagne ?

Sensibiliser, découvrir, transmettre
- Sensibilisation sur site
- Education à l'environnement

Communiquer autrement
- Valoriser d'autres lieux plus confidentiels
- Catégoriser les offres touristiques selon les cibles

Investir dans l'humain et dans la formation
- Formation des acteurs-relais
- Privilégier les rencontres

Changer de paradigme et sortir de la logique de consommation

Définir et connaître les impacts de la surfréquentation
- Inventaire des activités d'un territoire
- Montrer les impacts

Gérer les flux
- Proposer de nouveaux itinéraires
- Agir sur la mobilité

Gérer la pression sur les écosystèmes
Fermeture temporaire de sites naturels pour régénération

Quelques pistes de travail sont proposées :
- *Définition et impact de la surfréquentation*
- *Gestion des flux : proposer de nouveaux itinéraires pour étaler les flux, agir sur la mobilité en déplaçant les parkings (derniers km à pied ou en navette), communiquer autrement en valorisant d'autres lieux que les « incontournables » et en montrant en image les impacts de la surfréquentation.*
- *Action sur la qualité de la fréquentation en développant la sensibilisation sur site (panneaux, explications)mais aussi une sensibilisation plus globale à l'environnement, à la montagne.*
- *Diminution de la pression sur les éco-systèmes en acceptant la fermeture temporaire de certains lieux pour la régénération du milieu.*

Pour cela, voici des actions concrètes à mettre en oeuvre :
-Travailler sur l'offre touristique en la diversifiant et catégoriser les communications.
-Dresser un inventaire des activités existant sur un site. « Pour réguler, il faut d'abord savoir ce qu'il se passe ».
-Investir dans la formation des acteurs relais sur l'environnement.
-Matérialiser par un lieu physique le besoin de rencontre et de transmission entre l'espace urbanisé et l'espace montagnard.
-Changer de paradigme et sortir de la logique de consommation
L'idée force qui ressort, c'est la nécessité d'investir dans l'humain et dans la formation.

Transition territoriale - ATELIER 2

Territoires en tension, entre acceptabilité et temporalité : habitants, administrés, politiques, quelle place pour les projets de territoire avec une vision prospective de l'intérêt général ?

Dépasser les clivages politiques pour une cause universelle

Adaptation

- Prise en compte des caractéristiques du territoire
- La politique touristique doit être compatible avec le projet et non l'inverse
- S'appuyer sur les forces du territoire

Méthodologie

- Un plan d'action à 5 ou 10 ans
- 1 ou 2 changement(s) par an
- Communiquer entre les différentes strates de décision

Concertation

- Clarté essentielle sur les règles de participation citoyenne
- Besoin de pédagogie élus et habitants pour les projets complexes
- Assumer l'existence de conflits
- Clarifier la vision
- Intégration des populations locales aux projets
- Importance du transfert d'expérience par des pairs

Espaces naturels

Gestion des flux et de la fréquentation : attractivité VS surtourisme
Transition écologique et économie sont-elles compatibles?

L'acceptabilité fait appel à l'intelligence collective. Il faut davantage valoriser et considérer ce qui ressort des consultations, et développer de meilleures méthodologies pour éviter les consensus mous.
Il n'y a pas une acceptabilité mais une quadruple acceptabilité : infrastructures, milieux , riverains, visiteurs.
Pour améliorer l'acceptabilité et la temporalité il faut favoriser des projets déjà portés par des élus locaux.
En terme de concertation, voici l'idée force : on accepte les projets auxquels on participe. Une concertation à l'échelle d'un territoire entre administrés et politiques est indispensable. Pour cela, on définira les parties prenantes, les personnes qu'on veut mobiliser. On se demandera comment on va les chercher, sachant que pour chaque type de public, il y aura une stratégie différente, avec du temps d'animation à prévoir derrière.
Il y a un besoin fort de clarté sur les règles du jeu dès le début, en posant en amont ce qui est discutable et ce qui ne l'est pas. Le transfert d'expérience par des pairs est très important.
Il existe 2 grands enjeux pour l'acceptabilité d'un projet :
-Le besoin de pédagogie pour les élus et pour les habitants sur des projets complexes
-Le décalage entre les politiques ayant le pouvoir de décision et les habitants et élus des communes qui vont subir ces décisions
Comment passer du subi à l'accepté? Par le dialogue, une vision partagée et collective. Il y a aujourd'hui rupture entre écologie et économie : il est nécessaire de montrer aux acteurs les côtés positifs, comment être acteur et non victime des changements.

Transition territoriale - ATELIER 3

Les expériences des territoires : la transférabilité des modèles en question.
Quels dénominateurs communs ?
Comment valoriser les initiatives de territoires pilotes ?

Expérimentation
- Se rencontrer pour permettre le retour d'expérience
- Tenir un outil "répertoire" des actions à l'échelle du Département

Travail en local et en réseau
- Faire des passerelles entre massifs
- Echanges directs entre les acteurs de territoire

Prendre en compte le vivant (humain et non humain)

Travailler en partenariat

Qui fait quoi ?
- Besoin d'une intervention de l'Etat/Europe
- Réfléchir au niveau supra-communal

Comment ?
- Renforcer les moyens humains et financiers
- Mettre en place la communication

Obstacle à surmonter
Incohérence entre les décisions des services de l'Etat et ce que les territoires tentent déjà

Il existe une incohérence entre les décisions des services de l'Etat et ce que les territoires tentent déjà. Le «gap» est fort entre ce qui est déjà fait en toute discrétion par les acteurs de terrain et les grands services qui nous dirigent.
Mais les moyens se trouvent au niveau des services de l'Etat. On doit trouver le moyen de réduire ce « gap ». Les élus sont à la recherche d'investissement. L'enjeu principal, c'est de financer l'imagination. Mais cela fait peur. Des territoires sont en avance car déjà en difficultés et les grands services qui possèdent l'argent n'ont pas compris. Ils « arrosent où c'est déjà mouillé ». L'argent public ne doit plus servir à couper des rubans de bâtiment mais doit permettre de financer l'imagination.

Transition territoriale - ATELIER 4

Construction d'un argumentaire commun : quels moyens, quels outils et quels vecteurs de communication ?

Gestion du projet

- Projets concrets et durables,
- Analyse forces et faiblesses
- Co-construction

Concertation avec les acteurs

Partage d'expérience, création de synergie avec la population locale

Revoir la notion de rentabilité : à élargir au-delà du simple critère économique à court terme.

Analyse type coût / bénéfice avec étude effets concrets sur environnement, économie, social.

Communication adaptée

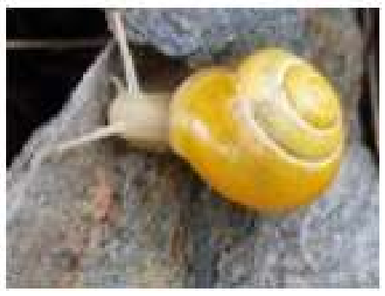
(territoire, acteurs locaux, population locale,...)

- Focus sur les atouts de chaque territoire
- Cible : population locale

Il est primordial de concerter tout le monde, de ne pas oublier de catégorie, avec différents moyens et différentes temporalités. Il faut bien préciser dès le départ comment la parole sera prise en compte, et prévoir une synthèse à partager à l'extérieur. Le projet doit être concret, bien décrit.
La question de la rentabilité est à élargir au-delà du simple critère économique. Il faut une analyse type coût / bénéfice, avec une étude des effets concrets sur l'environnement, l'économie, le social. On notera que les effets positifs peuvent être des effets négatifs évités.
Sont à prendre en compte :
-La notion de Prise de risque, qui n'est pas évidente pour les financeurs dans un contexte mouvant
-La notion de court terme / long terme : où emmène le projet ?
L'enclenchement d'un cercle vertueux est à prendre en compte dans la prise de risque.
La rentabilité économique est un élément, mais le projet sera aussi moteur d'autres effets.
Cela nécessite un changement d'approche pour élargir la notion de rentabilité. Le critère économique est important mais il n'est pas le seul.
Enfin, la communication est importante pour porter un projet auprès des élus, et le faire accepter auprès des habitants.

Retour sur l'évènement

"Je sais mon action de petits pas sur l'arc alpin tellement humble pourtant j'ai l'espoir prétentieux qu'elle peut soutenir l'impulsion de quelques un.e.s à retrouver le goût de l'essentiel, du plaisir à reprendre conscience de notre lien à la terre". Corinne Valence



Au programme:

Après-midi dédiée au thème du Slow Tourisme

Alors que le secteur du tourisme a été mis en grande difficulté pendant les deux années de restrictions sanitaires contre le Covid 19, le rebond est bien là. D'après l'INSEE, la fréquentation touristique en France a dépassé les chiffres d'avant COVID.
En montagne, de nouveaux pratiquants sont apparus, et les habitués ont très rapidement repris les pistes et les chemins verdoyants, sources d'air frais et de dépaysement.
Au coeur des enjeux sociétaux, économiques, et environnementaux; les pratiques touristiques sont belle et bien d'actualité ! Nous sommes tous conscients du poids de la filière dans les activités de loisirs des Français. Et cette filière est aujourd'hui, indissociable de la question de son impact environnemental.
C'est à travers le projet de Corinne Valence que l'ANCEF, fédération nationale pour le développement du sport et du tourisme en montagne, s'est emparé de ce sujet brulant. Au cours de son voyage sur la Via Alpina qui a duré plusieurs mois en 2022, Corinne, réelle ambassadrice du slow tourisme, a pu pratiquer, évaluer, et recenser les bonnes pratiques à travers son itinérance.
Mais, entre écotourisme, tourisme doux, et slow tourisme, il y a de quoi se perdre. Alors réfléchissons ensemble à la meilleure manière accompagner, sensibiliser, responsabiliser les pratiquants qui s'immiscent dans le quotidien de nos montagne.

Avec la participation de:

- **Caroline BELIN** — **A son compte, Caroline BELIN Formation et conseil**
- **Corinne VALENCE** — **Ambassadrice projet "La montagne ça nous soigne j'en prends soin"**
- **jean Pierre LAMIC** — **Co-fondateur de l'ANEST**
- **Juliette DANE** — **Chargée de mission Mountain Wilderness**
- **Chtistophe REVERET** — **Gérant de Versant Sud**
- **Pauline TROTEREAU** — **Coordinatrice de la Recyclerie sportive de Grenoble**
- **Kim SUCRE** — **Chargée de mission CIPRA**

Et en compagnie de ..

Isère Attractivité - Département de l'Isère - Isère Drome Destination Junior - Nordic France - OT de Corençon - Agence Grenoble Alpes Tourisme - Saint Marcellin Vercors Isère Communauté - Grenoble mission montagne - Village vacances Le Duchet - Département de la Drome - Les stations de la Drome - Espace Mont d'Or - Magasin La Randonnée - Station des Rousses - Mairie de Grenoble - Mairie de Lans en Vercors - Mairie de St François de Sales - Mountain Riders - Centre de vacances la Matrassière - OT du Trièves - Centre de vacances La Ruche - Le Dauphiné Libéré Montagne - FFRandonnée Isère - Capao Nature - AEM Balades et bien-être - Un pas de côté - Trans' Vercors - 2TM - Slow Rando - etc

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Caroline Belin: comprendre le Slow Tourisme, enjeux et paradoxes, bonnes pratiques

"Slow" est la notion de lenteur, capacité de ralentir, prendre son temps pour ses vacances. Comment ?

- *des déplacements plus doux*
- *un tourisme de conviction, porteur de sens*
- *un tourisme de rencontres, de partages, de relations humaines.*

“ Un état d'esprit avant tout ”

Ce n'est pas un tourisme de consommation, mais de "consom'acteur"

- *un tourisme de respect de l'environnement et des habitants*
- *des expériences "extraordinaires", il ne faut pas forcément chercher très loin, ce qui est banal pour nous ne l'est pas toujours pour les autres.*

Le slow tourisme est complémentaire au tourisme de masse qui continuera d'exister. QUID des offres de slow tourisme dans des lieux de tourisme de masse ?
Il n'est pas que synonyme de contemplation et de nature, il se doit d'être actif et vivant.
Prendre son temps, ce n'est pas "ne rien faire".

Le profil du slow touriste ? Une clientèle urbaine de proximité plutôt CSP +, jeunes familles ou retraités actifs. Beaucoup de personnes souhaitent s'y mettre mais n'ont pas les codes. Certains ont toujours été engagés dans cette démarche alors que d'autres la découvrent.
Attention, les touristes ne sont pas forcément prêts à toutes les concessions: tarif, confort, etc.

Les destinations ? Il ne suffit pas d'être un espace rural ou de moyenne montagne pour être un territoire adéquat. Il faut une offre complète sur toute la chaine.
Attention aux destinations qui utilisent cet effet de mode et proposent des offres "marketées" à outrance.
Les critères d'une offre slow tourisme ? Une offre complète, un accueil chaleureux, une communication raisonnée.
Aucune destination n'est exclue.

Questions / réponses:

Quelles sont les sources des données chiffrées ?
Une étude sur les nouvelles aspirations des Français en vacances.

Est-ce que le slow tourisme est seulement local ou est-ce un phénomène mondial? Doit-on accueillir uniquement une clientèle locale?
Il n'y a pas de critères géographiques, c'est un phénomène mondial. Souvent la chaine est rompue sur le sujet de la mobilité. Il existe plusieurs degrés de slow tourisme. Le premier trajet doit-il tout remettre en question?
Les touristes n'ont pas envie de culpabiliser, on ne peut pas obliger à respecter tous les maillons de la chaine. Et pourtant beaucoup font du slow tourisme sans s'en rende compte, idem pour les accueillants.

Le slow tourisme n'est-il pas une réinvention de ce qui a déjà existé ?
Oui, le slow tourisme prend tout simplement ses racines dans le tourisme originel; découvrir et prendre son temps. Des aspects qui ont été gommés par les modes actuelles des "city break" et autres Easyjet.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Corinne Valence: témoignages, retour d'expérience sur son itinérance

Je suis venue avec de l'énergie auprès de CIPRA France et de l'ANCEF; "je vais faire ma balade, autant qu'elle serve à quelque chose". D'où la naissance du projet "la montagne ça nous soigne j'en prends soin".
L'itinérance de Corinne : une balade de 4 mois et demi dans les Alpes sur la Via Alpina, un parcours qui propose de relier les 8 pays de l'arc alpin.

Parmi les missions : la collecte d'informations sur le slow tourisme. Un magazine en Suisse portait sur le sujet du slow tourisme. Et ce qui ressortait de l'article était que ***le slow tourisme implique autant le voyageur que l'accueillant****. C'est un confort simple qui est attendu par les slow touristes.*
Par exemple, on peut se promener dans une station, en sentier balisé, et tomber sur une balancelle et des jeux d'enfants. Le temps de se poser et d'observer.
Il existe également des aménagements en bois, des revêtements en broyat. Il est précieux de retrouver l'ambiance chaleureuse du bois dans ces moments.

Pour revenir sur l'importance des accueillants, il s'avère que l'ambiance dans un lieu d'accueil a son importance; on se sent bien quand les personnes qui y travaillent s'entendent bien.
Le slow tourisme permet aussi aux acteurs du tourisme d'avoir cette possibilité d'équilibrer vie professionnelle et vie privée.
Pourquoi ne pas fermer le commerce en fonction du rythme de vie de chacun ? Pourquoi pas ne pas décaler les horaires de repas des touristes en fonction de la vie de famille de l'hôte?
Pour résumer: "je m'adapte à vous, mais en échange, merci de vous adapter également à nos besoins".
L'accueillant pourrait être également un éducateur et promoteur de l'écologie: nourriture, biodiversité, nuisances sonores, etc.
Porter les messages de préservation de la Terre.

Questions / réponses:

“Comment faire moins mais mieux ?”

Faut-il repenser son temps de tourisme ?
Oui, c'est la solution. Le chemin fait partie des vacances. Mais cette culture n'est pas aquise. Pour un tourisme "slow", il faudrait rallonger le temps de vacances ou les regrouper.

Est-ce que le slow tourisme ne serait pas juste le tourisme que l'on a oublié de pratiquer ne serait pas juste le tourisme que l'on a oublié de pratiquer??
A force de courir pour la vie professionnelle et privée, on n'a plus le temps de profiter. N'est-ce pas une occasion de vivre le moment de la manière dont on souhaite le vivre ?
Les accueillants ne devraient-ils pas l'être par principe, au regard de leur cœur de métier?
Dans le tourisme, les gens sont stressés comme partout. C'est horrible quand ça se ressent. Le joli message sur le répondeur ne suffit pas. Cela vaut le coup quand ils arrivent à le vivre et trouver leur équilibre. Le stress est le danger de notre époque. Le slow tourisme est un mot pour parler de notre société qui dysfonctionne à ce niveau.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Jean Pierre Lamic: présentation de l'ANEST, ses valeurs, ses enjeux

"Ma propre expérience du Slow Tourisme":

- *des vacances d'enfance dans le sud d'1 mois minimum*
- *des trekkings sans courir après les objectifs sportifs*
- *des voyages à Cuba de 7 mois d'affilée*
- *un confinement en chalet d'alpage en compagnie d'une faune sauvage très riche qui fuit d'habitude nos modes de vie.*

Quelle définition du slow tourisme ? Au-delà des notions déjà abordée, nous pouvons parler de "voyage immobile et immersif". La compagnie des animaux semble pouvoir également faire partie intégrante du slow tourisme.

Parlons de ***compensation territoriale*** *: c'est le principe d'agir sur les maillons manquants d'un voyage, utiliser des ressources déjà existantes pour compléter son offre au lieu de les créer, de les construire à nouveau, ou de les faire venir d'ailleurs (hébergement, restauration, etc).*

Qu'est-ce que le label "SEEVVE" DE l'ANEST ? C'est un système d'évaluation basé sur des critères vérifiés sur le terrain. L'idée est de permettre à des structures en dehors du système classique de communiquer sur leurs offres via l'ANEST. Sortir des labels "green washing".

Dans le tourisme, il est important de faire un redécoupage administratif pour mettre en valeur les destinations touristiques (cf carte touristique du site de l'ANEST). Il existe plusieurs critères de recherche: par expérience, par type d'hébergement, ou par zone géographique.
Des offres de séjours/voyages qui intègrent les valeurs du slow tourisme, et des visites plus thématiques comme la culture et l'architecture.

Questions / réponses:

Intervention: "J'aime bien le terme de voyage immobile. Car les gens voyagent pour quelques jours, partent ailleurs, font des sauts de puces, faire plein de choses, pleins d'activtés, beaucoup de déplacements. Il faut toujours être actif et faire quelque chose."
"Si je voyage, ce n'est pas pour passer d'un lieu à un autre et faire sa valise chaque jour".
"Je préfère les séjours en étoile où on est sur place et on fait des choses aux alentours, en restant à proximité".
"Pour prendre son temps, il faut rester sur place et souffler. C'est au bout de 2 semaines que l'on ressent cet effet bénéfique pour le corps et l'esprit. Cette sensation d'être déconnecté, d'être destressé et de se ressourcer. Partir quelques jours, ce n'est pas vraiment du repos, une ressource pour réattaquer sa vie professionnelle."

Voyager en immersion, c'est très important quand il s'agit de culture car il faut déjà apprendre la langue, apprendre la vie locale, recontrer des gens, et cela demande du temps.
Pourquoi consommer à tout prix ? Aller voir les bouquetins et les chamois au mois d'août n'a pas de sens.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Juliette Dane: relai de la campagne "changer d'approche"

Une campagne qui date de 16 ans avec pour objectif d'interroger la communauté montagnarde pour se demander comment on va en montagne, avec quel état d'esprit, quels objectifs ? L'idée est d'essayer d'abandonner au maximum la voiture pour avoir une approche plus lente, plus progressive dans sa marche d'approche et avoir une chance de s'immerger sur le territoire.
Le parti pris de cette campagne est de prouver qu'il est possible de monter sans voiture. Il existe des lignes de bus, mais les véhicules sont vides, car les gens n'ont pas conscience de l'offre.

L'association, avec le portail "Camp to camp" a permis de mettre en lien de nombreux itinéraires dans tous les massifs, que l'on peut faire en train, en bus, etc.
Cette communauté participative permet de mettre à jour les données variables qui rendent la démarche complexe (horaires changeants, lieux des arrêts, etc).
Le site permet de recenser les guides qui proposent des sorties sans voiture.

Dans le cadre du volet "montagne en transition" de Moutain Wilderness, il est important d'impliquer les professionnels du tourisme afin d'aider les voyageurs à trouver les informations.

L'édition de brochures dédiées aux sorties ont permis de faire la promotion de la démarche auprès des territoires.
La construction d'une offre complète d'itinéraires sans voiture demande une réelle expertise (détails techniques, aménagements, équipements, etc).
Le développement des transports en commun est aussi le moyen de réduire les problèmes de "malfréquentation" en faisant passer des informations et des messages tout au long du trajet.

Zoom sur l'argumentaire "changer d'approche"

Pour les pratiquant·e·s et les encadrants

- ✓ Adapter la sortie et ses objectifs au terrain et aux transports (et non plus l'inverse)
- ✓ Intégrer le temps de transport à l'aventure, voire à la préparation physique
- ✓ Ne pas aller là où tout le monde va... en même temps !
- ✓ Limiter son emprise sur les espaces naturels
- ✓ Prendre goût aux traversées
- ✓ Mieux connaître son territoire de montagne

Pour les pouvoirs publics

- ✓ Baliser les sentiers VTT, Randos, sites, depuis les gares et arrêts de transport en commun
- ✓ Limiter les infrastructures (parkings) ou les faire reculer
- ✓ Rendre accessible la montagne à toutes et tous, mettre en valeur le territoire

Quelle est la visibilité de votre offre ?

Par retour d'expérience, il semble que de plus en plus d'acteurs prennent le réflexe d'intégrer nos brochures et les offres sans voiture dans leurs propositions. Mais cela reste encore un challenge ! On essaie surtout de sensibiliser les clubs et les locaux.

QUID du "stop" pour se déplacer?

Les collectivités n'investissent pas dans le stop. On ne règlera pas les problèmes de mobilités avec le stop. Quand tout le monde est en vacances et que les voitures sont pleines, ça ne fonctionne pas. Ce n'est pas assez ambitieux pour les pouvoirs publics, Les proffessionels du tourisme doivent monter au créneau collectivités qui ont la compétence transport pour revendiquer les besoins des voyageurs.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Christophe Reveret : présentation des accompagnements, valorisation du 4 saisons, cas pratiques

VERSANT SUD Développement

Une activité de bureau d'étude dans le domaine du développement touristique avec une approche 100% locale et notamment dans le slow tourisme à travers les activités de pleine nature, le tourisme de découverte et l'itinérance.
Pour comparer à la dance, le ST s'apparente au "slow", on baisse la lumière, le rythme, et on se rapproche.

Que mettre en place pour que des offres soient vécues comme du ST par les visiteurs? L'idée est de permettre aux acteurs de mettre cette offre en place (parcs, communes, CC, fédérations, socio-pros, etc).

Quelques exemples d'accompagnement:

- *Offre d'**itinérance** pour le Parc des Ecrins: besoin d'amener l'itinérance vers des voyageurs qui n'ont pas été formés et éduqués à cette activité. D'où la naissance du "ground tour" des Ecrins qui propose des offres de tourisme itinérantes (chemins plus doux et variés que le grand GR) à destination de tous les pratiquants. Les gestionnaires prennent le relai pour le balisage, la promotion, et l'accueil.*
- *Refuges en moyenne montagne: malgré un manque de rentabilité pour les financeurs publics, les **hébergements** d'itinérance en montagne sont essentiels. Ils ont besoin d'accompagnement pour perdurer: moyens financiers, et aménagement.*
- ***Adaptabilité**: différencier le véhicule de l'activité. Les hébergeurs ont besoin d'être formés pour l'accueil des publics et s'y adapter (exemple cyclotouriste VS cycliste aguerri): échanges, restauration, confort, etc*
- *Tourisme de découverte: **redonner de l'intérêt** aux offres de visite en mêlant terroir, numérique, et ludisme. Adapter l'offre au public en recherche d'activités pour compléter leur séjour.*
- *Diversification **"4 saisons"** en petite station: utilisation des remontées mécaniques pour faire découvrir un site inaccessible en temps normal (ex géologie)*
- *Formation des pro en OT pour d'adapter aux **nouveaux publics** qui n'ont pas les codes. Un public en forte demande, un peu maladroit mais que l'on décide d'accueillir sans stigmatisation.*

Comment s'est passé la mise en tourisme du tour des Ecrins: conflits avec les socio-pro?

Le projet s'est fait sur des réseaux de sentiers déjà existants. L'intérêt de la rando c'est le peu de conflits d'usage; le parc est interlocuteur et médiateur.
Les outils numériques permettent aux publics novices de s'initier à l'itinérance
Le parc mesure la fréquentation, l'effet du développement de l'itinérance est visible (refuges post covid par exemple).
Une tendance qui ne génère pas plus de conflits d'usage à priori.

Le problème de fond reste la mobilité:
On est mauvais en France sur ce sujet: il faut monter des offres "court séjour" sans transport personnel.
Ne pas hésiter à relayer les initiatives des autres territoires pour prouver aux socio-pro que c'est possible.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Kim Sucré: présentation du projet YAOLIN

Un projet en collaboration avec plusieurs pays Européens de la chaine Alpine, soutenu par CIPRA et plusieurs ONG pour permettre à des jeunes voyageurs d'avoir un ticket inter-rail gratuitement. Dans l'idée de voyager respectueusement dans les Alpes et de manière plus durable.

#yoalin

A project by CIPRA LIVING IN THE ALPS

Se déplacer en transports en commun c'est bien, mais limité. Voyager sur 1 mois permet de vraiment prendre le temps. Le projet vise à faire voyager les jeunes de manière plus responsable, en prenant le temps de découvrir la vie locale, rencontrer les habitants, etc

Le projet est réservé au moins de 30 ans, environ 100 jeunes gagne le ticket gratuit tous les ans. C'est l'occasion de prendre part à la communauté Alpine, rencontrer des locaux des territoires moins connus.

- *s'intégrer de manière Européenne et globale*
- *promouvoir le voyage en train*
- *faire entendre la voie des jeunes dans des projets de grande envergure comme une marche pour le climat*

Des petits défis accompagnent le voyage: comme le "sans plastique", le choix du logement, etc

Il existe une communauté très dynamique qui permet de faire perdurer le réseau. Les jeunes voyagerus peuvent devenir ambassadeur et contiuner à participer aux projets annuels.

Questions / réponses:

Avez-vous l'intention d'étendre cette proposition de voyage ittinérant en train au-delà de l'Europe?

CIPRA est focalisé sur les Alpes, mais le pass Interail peut être utilisé dans tous les pays de l'union europééenne. L'idée n'est pas forcément d'intégrer plus de monde, mais plutôt de stabiliser cette communauté.

Je trouve intéressant d'avoir des proposition de tourisme en transports en commun. Proposez-vous le projet au-delà des 100 tickets?

Plusieurs ONG attribuent l'enveloppe pour 100 tickets mais il n'y a pas de suprlu,. Ca reste dans le cadre du projet YAOLIN.

La notion du prix intervient dans la notion du ST. Nous n'avons pas toujours les moyens d'aller au bout de la démarche makgré nos convictions.

Le train coûte cher en effet, même avec une réduction "jeune". Malheureusement, les voyageurs se rabattent vers des trajets lowcost en avion. Et ce projet permet aux jeunes de voyager à moindre frais.

Retour sur l'évènement

Slow Tourisme

Intervention de Pauline Trotereau : présentation de la Recyclerie, valeurs et enjeux

L'objectif de l'association est de réduire les déchets dans le milieu du sport.
La Recyclerie de Grenoble agit à travers 4 grands métiers :

- *la collecte auprès de particuliers, clubs de sport, d'entreprises du sport*
- *la valorisation : réparation du matériel récolté qui n'est pas toujours en état et co-réparation pour accompagner les bénéficiaires afin qu'ils apprennent à réparer leurs équipements de sport*
- *la revente dans la boutique à des prix solidaires*
- *la sensibilisation à l'esprit solidaire à travers divers ateliers.*

La base des produits c'est la matière, on vit une surexploitation des ressources qui ne sont pas illimitées. Plus on extrait, plus on le fait profondément, avec un impact sur les éco-systèmes, des pollutions des sols, de l'air. Sans compter les déchets de la phase de prodution. Un exemple : pour fabriquer une raquette de tennis d'un peu moins d'1 kg, on a besoin de plus de 28 kg de matière.
Que faire de tous ces déchets ? Un système actuel très limité et insuffisant (déchets ensevelis ou incinérés pour la majorité, polluant pour l'air et les sols). Il reste encore 25% sous forme de cendres.

Quelques chiffres de l'ADEME :
- en 2018 : on a produit 342 millions de tonnes de déchets en France
- en 2017 : on a produit 130 K tonnes d'articles de sport et de loisirs et 56 K tonnes de cycles et de trottinettes. Sur tous ces équipements de sports, 70 K d'articles de sports sont jetés chaque année et 30 K tonnes de cycles. 90% de ces équipements jetés pourraient être réemployés.
- 30% des ménages n'utilisent pas leurs équipements de sports qu'ils conservent cependant. Ce sont autant d'équipements qui pourraient être utilisés par d'autres acteurs et pourraient finalement ne pas être produits.
Et le recyclage n'est pas la solution idéale. Seul 30% de nos plastiques sont recyclés. Les collectivités territoriales sont en charge de recycler, mais en incapacité de s'adapter constamment aux nouveaux produits des industriels. Dans le sport, peu de choses sont recyclables en raison des nombreuses matières différentes.

Le réemploi, au delà de donner une solution écologique, c'est aussi découvrir ***une nouvelle approche de consommation****. Les équipements de seconde main sont moins performants car usés mais ils restent utilisables. Pour leur donner une seconde vie, il faut apprendre à les réparer. Il ne faut plus les voir comme des déchets mais comme des ressources potentielles.*
C'est aussi une manière de ***rendre plus accessible le sport et nos montagnes****.*

Questions / réponses:

Quelles solutions existent en France pour le réemploi d'articles personnalisés (blouson ESF)?
Ce genre d'équipement n'est pas invendable. Derrière le réemploi, il y a tout un travail dont se charge les Recycleries. D'autres associations existent mais il faut un peu chercher. Il va y en avoir de plus en plus car il y a la REP (Responsabilité Elargie du Producteur) qui a été mise en place. Dès qu'on achète un article de sport, on paye une taxe qui va servir à soutenir les associations comme la Recyclerie et donc à favoriser le réseau de réparateurs. Dans les déchèteries, il y a de plus en plus de bennes réservés aux articles de sport. Il y a un vrai enjeu pris par les collectivités territoriales autour du déchet. Le vrai enjeu du réemploi c'est de prendre le réflexe d'acheter de l'occasion plutôt que du neuf : à la Recyclerie, le matériel s'accumule!

Retour sur l'évènement: les ateliers "slow tourisme"

La suite de l'après-midi fut consacrée à un travail de mise en situation sous forme d'ateliers collaboratifs.

A travers 2 sessions de brainstorming, les participants se sont concertés pour apporter des pistes de solutions aux problématiques ci-dessous:

- **Comment améliorer les solutions moins carbonnées et moins impactantes d'accessibilité en montagne ?**
- **En quoi le COVID a-t-il influencé la pratique de la montagne ? Comment soutenir les changements positifs dans la durée ?**
- **Slow tourisme : quelle est l'urgence ?**
  Et comment convaincre le grand public ?

Slow tourisme - ATELIER 1

Comment améliorer les solutions moins carbonnées et moins impactantes d'accessibilité en montagne ?

Communiquer

- Développer la culture hors voiture
- Mettre en avant les avantages des transports en commun
- Communiquer sur les solutions existantes

Echanger et se coordonner

- Coordonner les acteurs touristiques autour de l'offre de transport en commun
- Mise en place d'une plateforme d'infos fiables

Changer ses habitudes

Nécessité d'une volonté politique

Agir sur le levier financier

- Offrir des avantages aux usagers "décarbonnés"
- Désavantager l'utilisation de la voiture individuelle

Structurer l'offre

- Une offre pour tous (slow touristes, habitants, touristes classiques) toute l'année
- Améliorer l'intermodalité

Partager

- Mutualiser les trajets
- Transport à la demande

Si on veut faire changer les notions de mobilité de transport, il faut une volonté politique.
Une volonté politique permet une meilleure structuration de l'offre, une intermodalité. La structuration de l'offre doit être pensée pour tous : slow-touristes, mais aussi touristes « de masse » et habitants. Elle ne doit donc pas être uniquement accessible en haute saison touristique.
Il faut croire en la mobilisation locale : citoyens, associations, élus locaux.
Il parait nécessaire de changer les habitudes, l'image du transport en commun. Les pistes pour y arriver sont de rendre le transport en commun plus « fun »et de lever les freins. Pour cela, il va falloir les identifier, et les lever par de la communication, mais aussi travailler le levier « prix ».
Il serait aussi intéressant de travailler sur la notion de communication. Echanger, se coordonner pour faire en sorte que tous les acteurs touristiques aient une information fiable sur les modes de transport, avec la mise en place d'une application intermodale.

Slow tourisme - ATELIER 2

En quoi le COVID a-t-il influencé la pratique de la montagne ? Comment soutenir les changements positifs dans la durée ?

Sensibiliser
- Les nouveaux touristes
- Les néo-résidents
- Les locaux

Créer du lien
- Lieux de rencontre (coworking)
- Lieux de prises de décision

Pour les anciens et les nouveaux habitants, et les touristes

Développer le savoir-vivre-ensemble

Exploiter les opportunités
- Développer l'activité "4 saisons"
- Proposer des offres permettant le télétravail
- Favoriser le tourisme local

Les effets covid

Développement du tourisme de proximité

Arrivée de nouveaux publics
Touristes / Néo-résidents

Développement du télétravail

Méconnaissance du milieu

Surfréquentation

Plus d'activité économique

De nouveaux publics découvrent la montagne « non neige ». Cela nécessite des moyens humains sur la sensibilisation. Mais ce n'est pas suffisant car on observe un changement de ces publics. Ce n'est plus seulement le touriste qui vient de loin temporairement, mais des personnes qui vont s'installer, en résidence secondaire ou pour la retraite. Cela change la sociologie du territoire. Le point positif, c'est que cela apporte de l'activité, mais les locaux ne sont pas toujours prêts à accepter le « néo-rural » qui va participer au Conseil Municipal et proposer ses idées nouvelles.
Il semble important de créer des lieux de rencontre pour que les deux publics échangent. Il faut pouvoir éduquer les « nouveaux » mais aussi ceux qui sont déjà là, les faire vivre ensemble. Peut-être est-ce autour de la politique du tourisme que peuvent se créer ces lieux de partage et d'inter-connaissance.
A l'échelle des acteurs du tourisme, on peut imaginer la mise en place d'un lieu pour prendre des décisions collectives, pour communiquer ensemble, dans la même direction, au bon moment. Il faut mettre en place une sorte de parlement de village pour pouvoir être réactif.
Sur les questions du tourisme local, et dans une optique de séjours moins « carbonnés », le développement du télétravail est une piste pour l'allongement des séjours. Mais cela nécessite des lieux et des moyens adaptés.

Slow tourisme - ATELIER 3

Slow tourisme : quelle est l'urgence ?
Et comment convaincre le grand public ?

Proposer un produit attractif
- Plaisir
- Confort
- Activités
- Peu de déplacement
- Mobilité douce
- Local
- Educatif
- A prix raisonnable

Moins / mieux consommer

Communiquer
- Rendre l'offre visible
- Utiliser les réseaux sociaux
- Sur place : faciliter l'accès à l'information
- Fournir une information pratique et rapide
- Informer sur la prévention et la sécurité
- Convaincre les pros pour convaincre les clients

L'urgence

Réduction de l'impact carbonnne

Réduire les impacts du tourisme de masse

Changement climatique

Profiter de l'effet "post covid"

Créer des séjours sans voiture

La porte d'entrée primordiale pour convaincre est celle du produit : il faut avoir un produit bien construit et très attractif pour donner envie aux gens d'aller vers le slow tourisme, en leur offrant du plaisir et du confort, avec des activités. Concernant la partie mobilité, il est important de proposer des dispositifs pour permettre aux gens de favoriser des déplacements plus vertueux. Il faut faire en sorte qu'ils puissent venir avec un transport le moins polluant possible, et une fois sur place limiter au maximum les déplacements. Mais, pour cela, il faut avoir une offre suffisamment intéressante, avec des activités sur place et à proximité.
Une fois qu'on a le produit, il faut pouvoir le rendre visible, bien communiquer dessus, sur tous les supports de communication qu'on connaît, pour toucher la clientèle souhaitée. Si on a un bon produit mais qu'on ne communique pas dessus, on ne le vendra pas.
Une fois vendu, le produit doit faire l'objet de toute une communication pour améliorer l'expérience sur place. Cela passe par de l'accueil, en donnant les bonnes informations aux personnes qui auront fait cette démarche du slow tourisme.
L'utilisation de medias dans l'ère du temps est nécessaire pour diffuser l'information : les gens ont un accès internet et vont chercher à accéder à l'information via internet au maximum.
Enfin, ces publics n'ont pas toujours conscience des dangers de la montagne et ne sont pas sensibilisés à l'environnement. Il est important de pouvoir les informer sur ce volet-là, il en est de la responsabilité des territoires.

L'ANCEF, CIPRA FRANCE ET DOCUMENTAIRES EN DAUPHINÉ PRÉSENTENT

UN FILM REALISÉ PAR CORINNE VALENCE

RESSOURCE

LA MONTAGNE NOUS SOIGNE ! J'EN PRENDS SOIN

PROJECTION - SOIRÉE DEBAT

précédée d'un apéritif dinatoire

Invitée d'honneur : Marie Dorin-Habert

30 MARS 2023 — **18:30 - 22:00**

MAISON DE LA MONTAGNE - GRENOBLE

ENTREE : 10 €

Informations & réservation

www.ancef.com

ANCEF

DocsenDau

Grenoble montagne

CIPRA VIVRE DANS LES ALPES

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Opération soutenue par l'État
FONDS NATIONAL D'AMÉNAGEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

Retour sur l'évènement: la projection soirée-débat

En clôture de cette journée de débats, les participants du colloque se sont retrouvés pour une soirée conviviale à la Maison de la montagne de Grenoble.
Un évènement ouvert au grand public, pour présenter le film-documentaire de Corinne Valence produit par l'association "Documentaires en dauphiné".

Une centaine de spectateurs se sont retrouvés autour d'un apéritif dinatoire, en présence de Marie Dorin Imbert qui nous a présenté son parcours et la sortie de son nouveau livre "Un tour de roue".

S'en est suivi la projection du film, qui a reçu un succès certain. Comme après chaque projection, Corinne a proposé un temps d'échange avec l'assemblée afin d'expliquer son parcours et de répondre aux questions du public.

Le film sera certainement disponible en ligne courant 2024. Jusque-là, Corinne se rend disponible pour les éventuelles demandes de projections, de nombreux évènements sont déjà au planning !

N'hésitez pas à visionner la bande-annonce !

https://www.documentaires-dauphine.org/ressource

Retrouvez toutes les vidéos du colloque en intégrale sur le site de l'ANCEF:

www.ancef.com