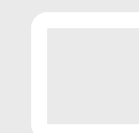


Bonjour

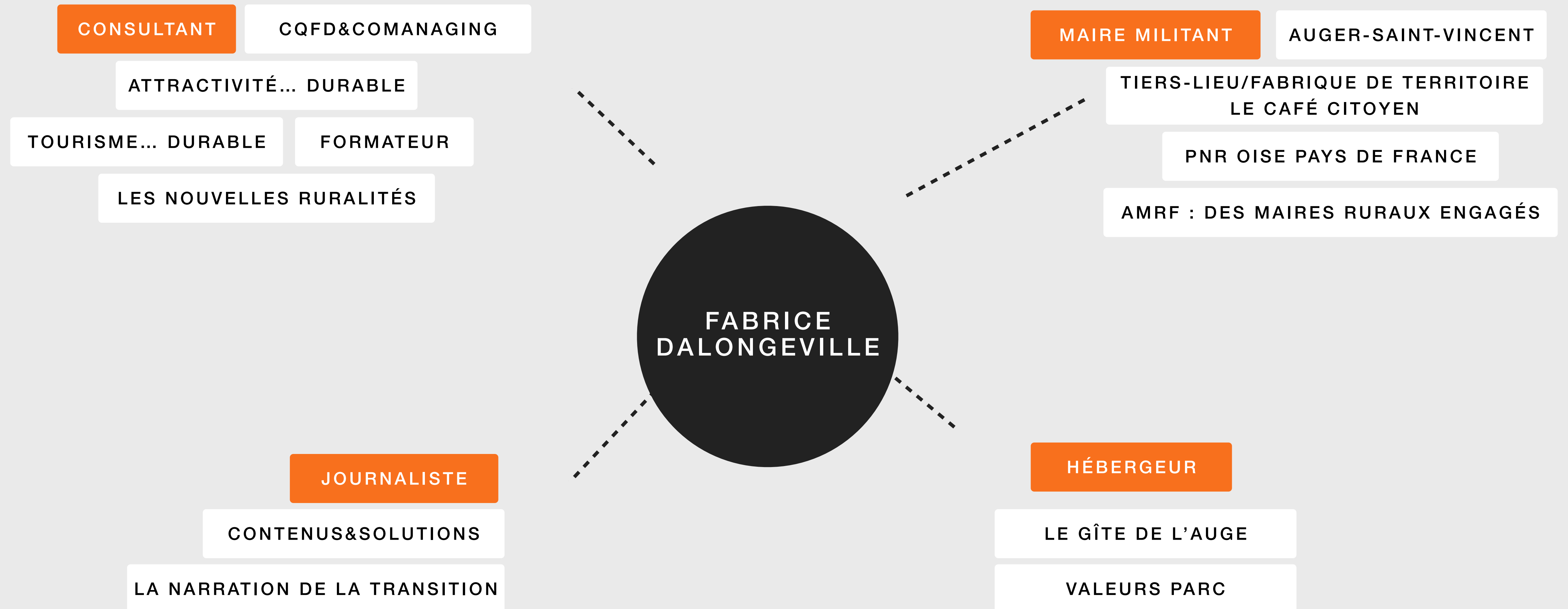
21 MARS 2024

FABRICE DALONGEVILLE

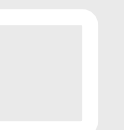


Qui Suis-Je, Et Si Je Suis Combien?

Richard David Precht



Contact : 06 33 21 86 04
fabrice.dalongeville@gmail.com



LE TEMPS DE L'ÉCHANGE

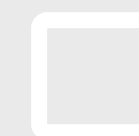
2 Minutes



De Quel
Tourisme

Êtes-
Vous?

Des Images,
Des Mots



AUGER-SAINTE-VINCENT

L'ESPRIT VILLAGE

MIEUX VIVRE ENSEMBLE

Typologie structurelle 2022

La diversité des communes rurales

Les ruralités résidentielles

- Aisées
- Mixtes

Les petites polarités

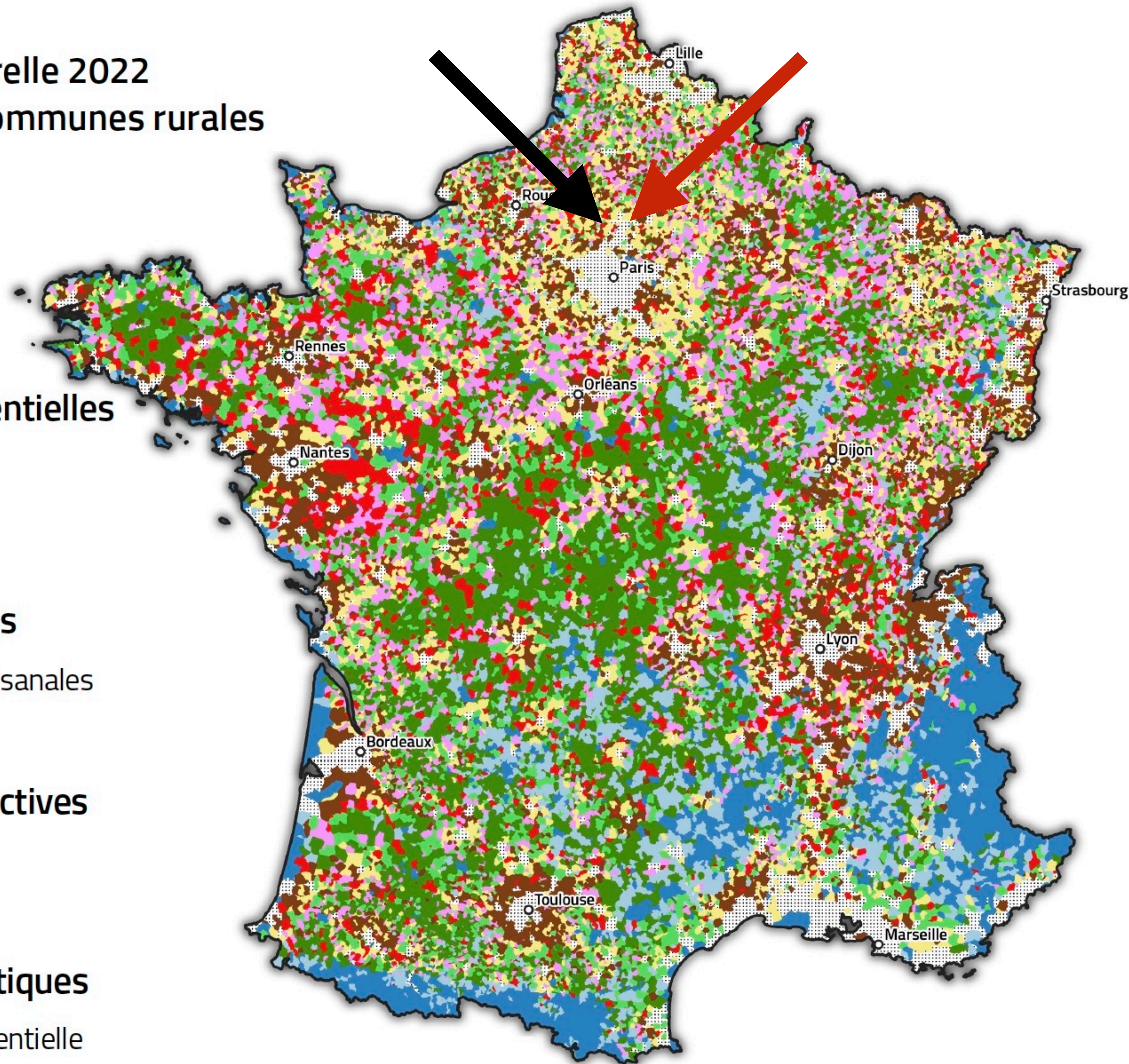
- Industrielles et artisanales
- Mixtes

Les ruralités productives

- Ouvrières
- Agricoles

Les ruralités touristiques

- A dominante résidentielle
- Spécialisées
- Communes urbaines



Données : IGN 2021 - INSEE 2021 - DGFIP
2009/2019 - INRAE 2020 - DGALN/SIDAUH 1986

LES RURALITÉS

LES RURALITÉS RÉSIDENTIELLES :
10 300 COMMUNES POUR 8,1 MH.
ON Y RÉSIDE, ON N'Y TRAVAILLE PAS.

LES PETITES POLARITÉS :
5 500 COMMUNES POUR 7,2 MH.
L'ARMATURE : 46% DE L'EMPLOI,
DES SERVICES PUBLICS, DES
LOGEMENTS SOCIAUX. 2 000
POLARITÉS INDUSTRIELLES, 3500
SONT MIXTES.

LES RURALITÉS PRODUCTIVES :
11 000 COMMUNES POUR 4
MH. BEAUCOUP D'ACTIFS, MAIS
DIFFÉRENTS TYPES. 4 600 ONT
PROFIL INDUSTRIEL, 6 200 PROFIL
AGRICOLE. 47% EN ZRR.

LES RURALITÉS TOURISTIQUES :
4 100 COMMUNES POUR 2,1
MH. BONNE À FORTE CAPACITÉ
D'HÉBERGEMENT; COMMUNES
RÉSIDENTIELLES AVEC RÉSIDENCES
SECONDAIRES; D'AUTRES DANS LE
TOURISME MARCHAND.

Le **village durable** propose des actions participatives. Ouvert sur le monde, via l'éducation, avec Ka Technologies. Sur le Dev durable avec le projet de réseau de chaleur (bio masse). Adhérent au PNR Oise Pays de France. Projet de ferme de village (2025).

Le tourisme durable.

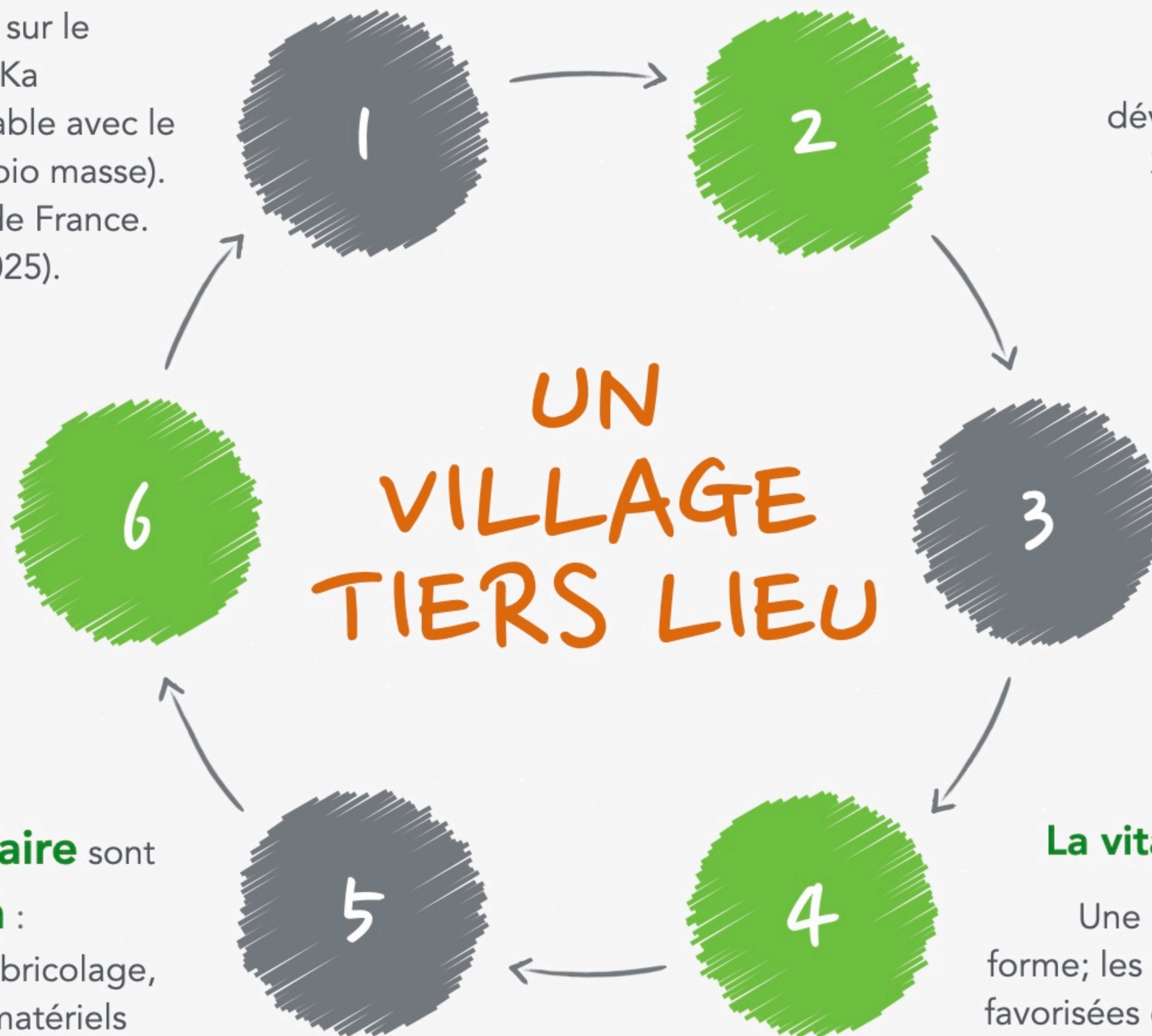
L'hébergement touristique se développe avec un gîte public et 3 privés. Un 4ème en projet. 2 hébergements bivouac en préparation.

Le **café citoyen** fabrique du lien, avec à la clé de la convivialité et de l'innovation rurale. La question des transitions est progressivement abordée.

La vitalité culturelle s'exprime

Une nouvelle offre culturelle prend forme; les coopérations territoriales sont favorisées et les initiatives se multiplient.

UN VILLAGE TIERS LIEU



Journée citoyenne : la mobilisation des citoyens permet d'améliorer le cadre de vie et le fleurissement durable. Elle densifie les liens sociaux.

Echanges de savoir faire sont associés au **Café citoyen** : numérique, couture, cuisine, bricolage, réparation d'outillage et de matériels domestiques.

STRATÉGIE TOURISME (2020/2026)

HÉBERGEMENT

Hébergements privés : 3 gîtes/Chambres d'hôtes ouverts (+ de 20 places); 2 en cours.

En projet : 3 gîtes (+/_20 places)

Hébergements publics : un gîte 6 places+ 2 modules bivouac pour le tourisme itinérant.

ANIMATION

En lien avec **Valois tourisme**, le **PNR Oise Pays de France** et les acteurs départementaux et régionaux du tourisme; Valorisation des actions locales, du concours du fleurissement; Accueil des nouveaux acteurs du tourisme autour de la micro-aventure;

INNOVATION

Partenariat inédit par la startup de micro-aventures

DavaïDavaï autour de la **Mad Jacques Vélo**.

Participation au programme **Campagne Paradis (DGE)** en testant de nouvelles formes d'hébergement;

Interconnexion de l'offre de services en **mobilité douce** (Vélo train Gares du Nord/Est-Oise/Aisne)

CIRCUITS COURTS

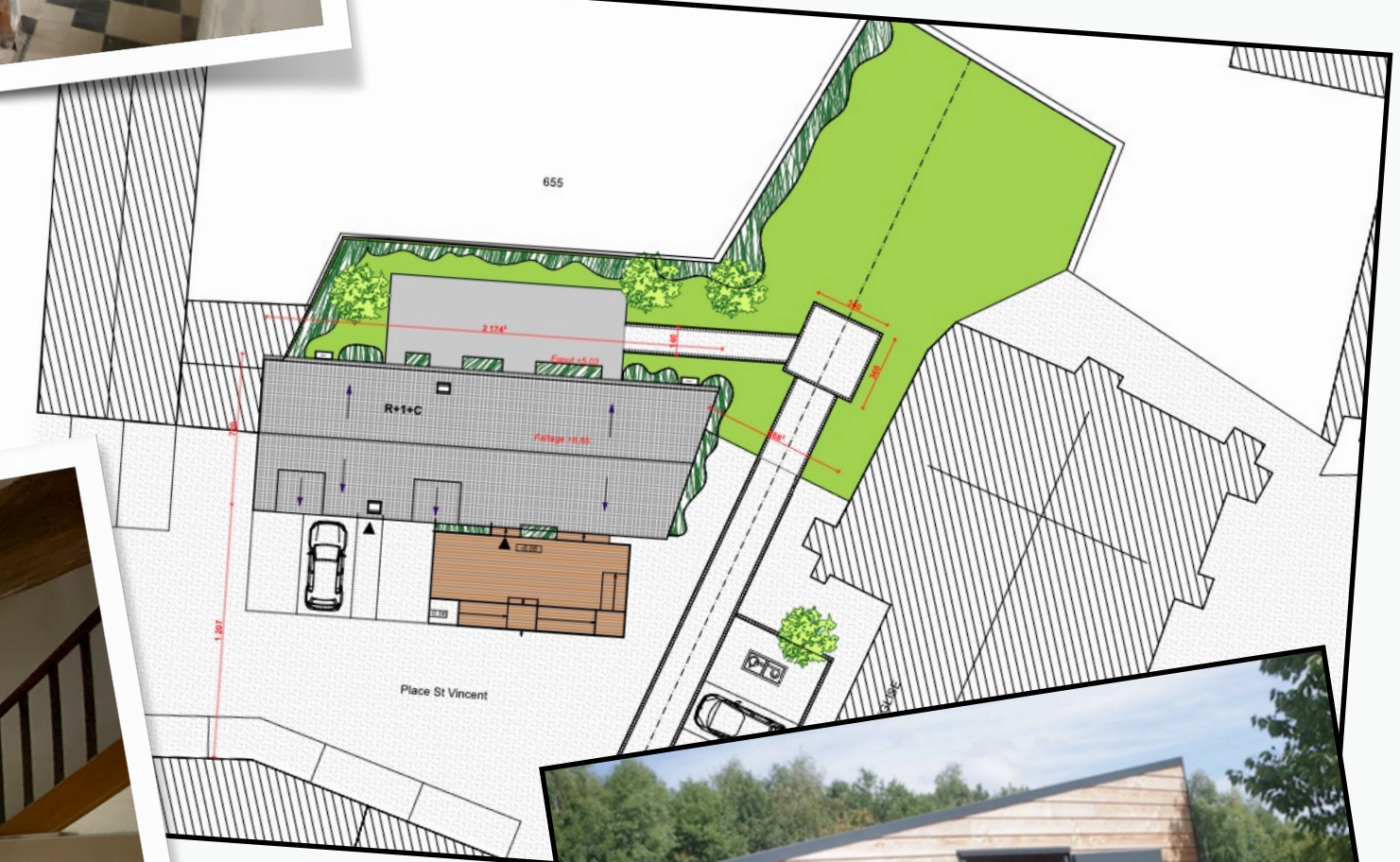
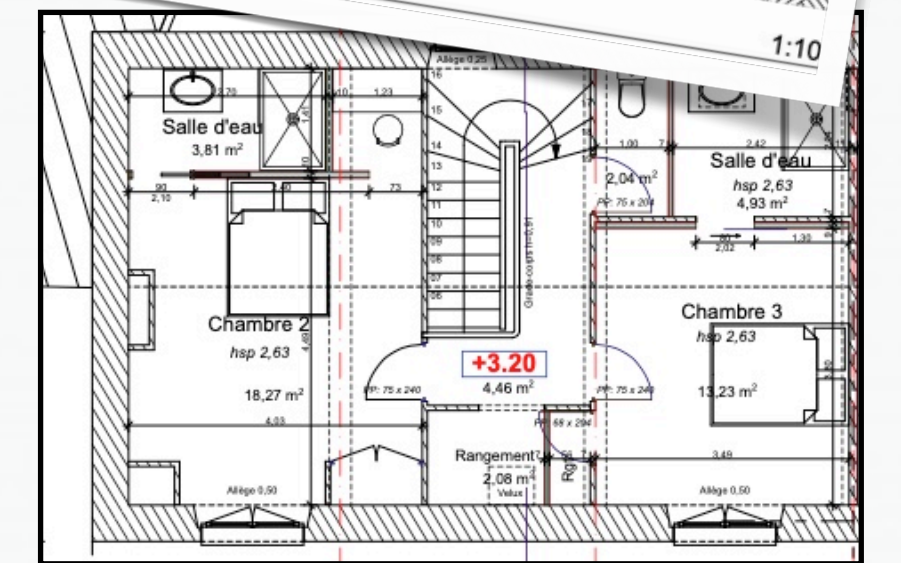
Développement de **plusieurs offres locales** : distributeurs de pain et de produits frais et de maraichage (épicerie citoyenne).

Installation de food truck pour créer un **Bistrot de pays éphémère** au Café citoyen



LE PRESBYTÈRE EN GÎTE

- **L'acquisition** du bien : vente à paiement différé avec l'EPFLO. Opération à **310 878 € HT** dont 259 088,58 € pour l'acquisition (+frais de portage à 10 ans 25 000 euros+frais 9,6k+TVA6,9k); Budget travaux : **135 000 euros**. Les partenaires financiers : **Département, Etat, Région, CCPV, Bouge ton coq+Ullule, EPFLO**. Total : **245 000 euros**.
- **Gîte de trois chambres** : gestion communale et mise en relation via les plateformes et site dédié;
- Les chambres : elles sont équipées de SDB+toilettes; Décoration dédiée à chaque chambre (Expérience économie).
- **Cuisine** équipée de qualité pro. Possibilité d'organiser des formations culinaires.
- **Ouverture du gîte printemps 2021**.
- **L'espace bivouacs** en annexe du gîte : module Hello Cabanes. Gestion autonome (**2022**).



UN ÉTAT « D'ESPRIT VILLAGE »



Inclusive, la politique municipale encourage la **participation des citoyen(e)s sur des bases républicaines et environnementales**.

Elle traduit également l'idée que l'**histoire d'une commune rurale n'est jamais finie**. Le village est le creuset idéal pour laisser s'épanouir **les nouveaux espoirs de vie des habitants post-modernes** : trouver des réponses appropriées dans un monde en quête de sens et traversé par d'immenses défis.

Ainsi, l'engagement public communal se construit dans l'addition des « *bonnes volontés* » et poursuit le dessein de bâtir **un village qui concrétise les grands principes du « convivialisme* »**.

Au delà de cette ambition philosophique, le temps, la patience, la persévérance, la bienveillance, la simplicité, l'innovation, la solidarité, la culture, l'esthétisme, la conviction d'agir dans l'intérêt des générations actuelles et futures sont autant d'éléments nécessaires pour insuffler un état « **d'esprit village** ».

* Cinq principes de : *commune naturalité, commune humanité, commune socialité, légitime individuation, d'opposition créatrice*. Ces principes doivent être tempérés et équilibrés les uns par les autres, dans le respect premier de l'impératif catégorique de lutte contre l'*hubris* (la folie des grandeurs). Cf Second manifeste du convivialisme.org.

AUGER-SAINT-VINCENT
L'ESPRIT VILLAGE

SI CETTE MICRO-AVENTURE VOUS VA
ALORS VENEZ PÉDALER CHEZ NOUS

LA MAD JACQUES VÉLO 2019-2020-2021-2022

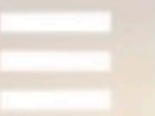


Mad Jacques Vélo Picardie 2021

Micro expédition vélo
Macro-fête cyclo



Notée 5/5 - [Voir tous les avis](#)



UTOPIES RURALES

LE REGAIN D'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES RURAUX

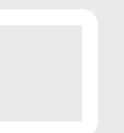
Un Nouveau Récit

92%

Des Français Expriment Un **Désir De Campagne**

Etude réalisée par l'Ifop en 2021 "Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie." Pour l'association Familles Rurales

- **Pour les français**, 94% des sondés indiquent que le « **monde rural gagnerait à être mieux connu** »
- 92% estiment qu'il est « **agréable de vivre** » à la campagne
- 72% expriment la « **sensation que le monde rural connaît un renouveau** »
- 91% des chefs d'entreprises les considèrent « **attractifs** », 77% en « **renouveau** ».

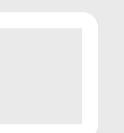


63%

Des Ruraux Satisfaits D'y Vivre Et D'y Travailler

Etude réalisée par l'Ifop en 2021 "Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie." Pour l'association Familles Rurales

- Pour les ruraux, 97% estiment qu'il est « **préférable de vivre à la campagne** »
- 63% sont satisfaits **d'y vivre** mais aussi **d'y travailler**
- Il en ressort au niveau national :
la qualité de vie (71 % du grand public ; 75 % des ruraux),
le calme (55 % ; 60 %)
le contact avec la nature (43 %, -2 points ; 51 %)
sont clairement identifiés comme les atouts du monde rural.



La Covid Et La Ruralité



«Le monde rural a pris sa revanche!»

Par **Jean-Christophe Gallien**

Publié le 19/05/2020 à 17:11, mis à jour le 19/05/2020 à 17:11

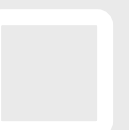


Un agriculteur dans son tracteur qui laboure son champs dans le nord est de la France. JEAN-FRANCOIS MONIER/AFP

FIGAROVOX/TRIBUNE - Dans une France où la population s'agglutine dans les villes, la crise du coronavirus a redonné sa saveur à la vie à la campagne. Selon Jean-Christophe Gallien, la ruralité doit devenir l'une des priorités stratégiques du pays.

Jean-Christophe Gallien est un politologue et communicant français. Il est directeur de la société JCGA et enseigne à l'Université de la Sorbonne.

- Le confinement, un concept avant tout urbain ?
- Une des priorités stratégiques du Pays...
- La densité face à l'espace
- Mais la carte de l'accès aux soins est déséquilibrée... et plus largement aux services publics.

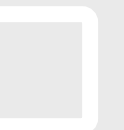
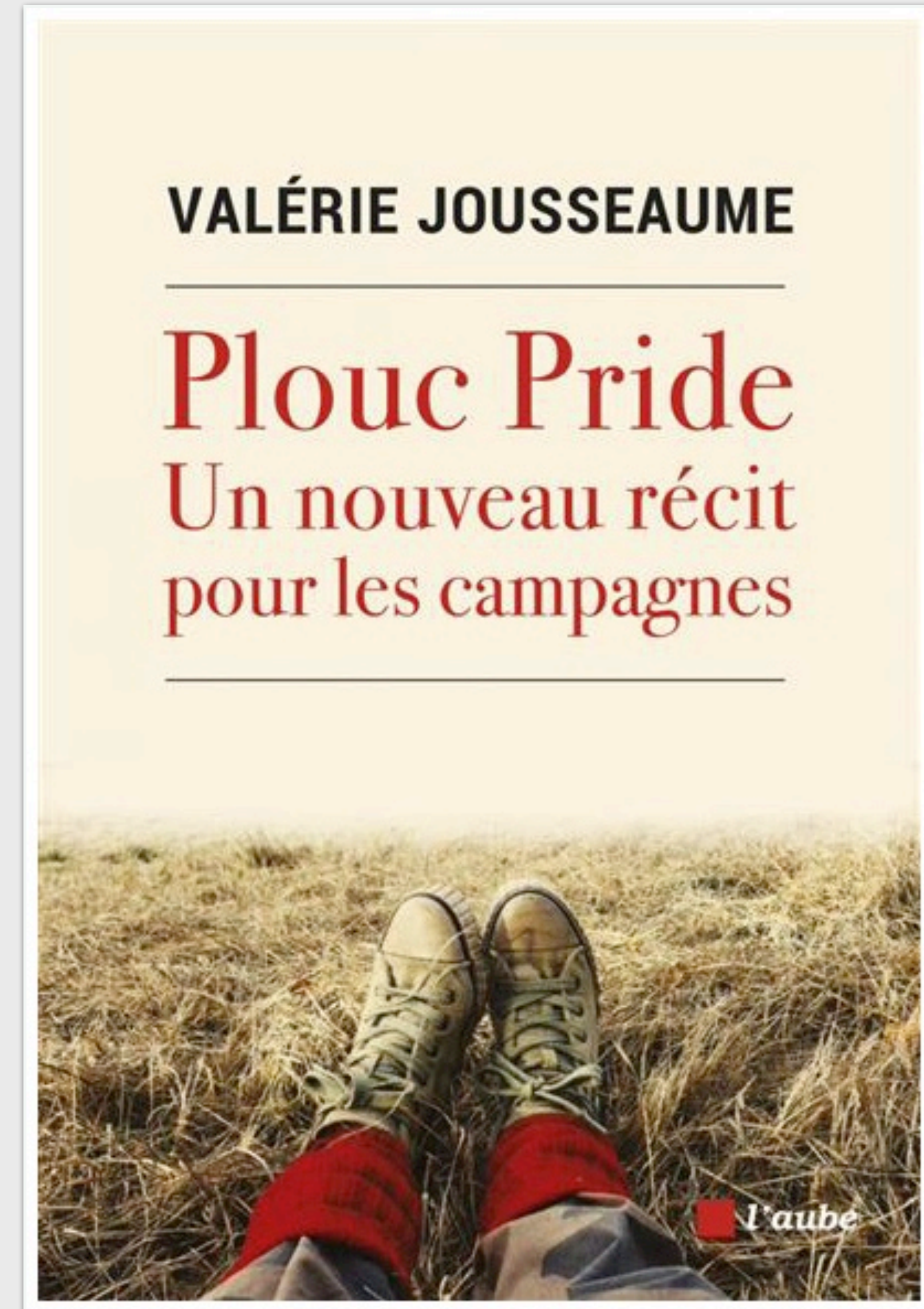


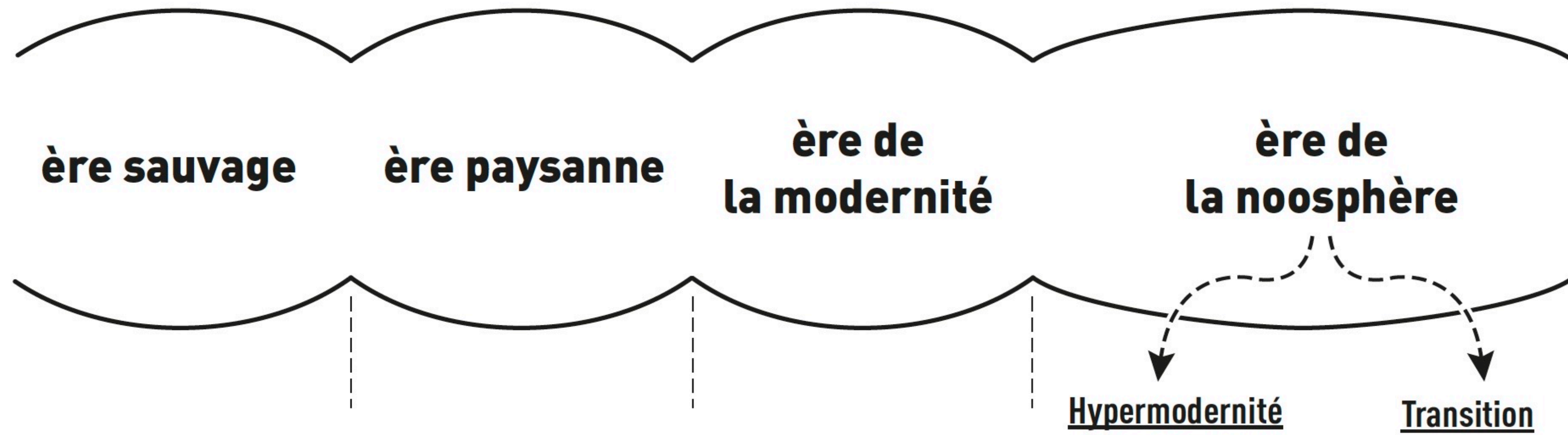
UTOPIES RURALES

LE REGAIN D'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES RURAUX

La Revanche Des Ruraux ?

« **Plouc Pride** », de Valérie Jousseaume,
Maître de conférences à l'Institut de Géographie et d'Aménagement
de l'Université de Nantes.





**Le monde est
comme**

un terrain de chasse

un potager

une usine

un ordinateur

un jardin

**L'Homme est
comme**

un animal différent

une créature d'argile
vivifiée par l'Esprit

une machine biologique
indépendante de
son environnement

un composant bio-tech
connecté aux objets
via internet

une conscience
naturellement connectée
à la Nature et aux autres

UTOPIES RURALES

Une Ruralité PostModerne

The image shows a spacious, modern interior with a polished stone floor. Two large, multi-paned windows with vibrant, abstract stained glass designs in shades of red, blue, yellow, and green are the focal point. The walls are made of light-colored stone or concrete. In the foreground, the dark silhouettes of a chair and a table are visible, suggesting a minimalist design aesthetic.

Tous centaures ! Éloge de l'hybridation

Gabrielle Halpern,
philosophe



Nous assistons à un processus d'hybridation accélérée de notre monde, qui devient la grande tendance de notre temps. Nous commençons enfin à comprendre combien le mélange peut être une véritable chance pour notre société et pour ceux qui l'habitent. Oui, on peut entrecroiser des choses, des métiers, des activités, des personnes, des intentions, des imaginaires, des identités, des intérêts, radicalement différents, voire contradictoires, et de là peut naître une extraordinaire créativité !

LA POST MODERNITÉ

RAISON/PASSION

INDIVIDU/GROUPE

PROGRESSISME/MAINTENANT

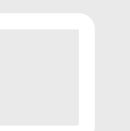
DÉCONCENTRATION

POLYTHÉISME

MOYEN-ÂGE

Post modernité : Période de dissolution du lien social et d'individualisme ? Ou **recomposition sociale** en fonction de ses **choix émotionnels**, marquée par un phénomène de clanisme ou **néo tribalisme** ?

de l'idéologie dominante	à la pluralité des valeurs
de l'idéal collectif	à l'individualisme, tribus
du lien social	à l'éclatement du lien
de la simplicité	à la complexité
du temps maîtrisé et lent	au temps recherché et rapide
du choix limité	à l'hyper-choix
de l'information parcellaire	à l'hyper-information
de l'offre de masse	à l'offre personnalisée et à la carte
de la fidélité (aux marques)	à la versatilité
de la consommation du paraître et du futile	à la consommation utile et identitaire
... etc	



UTOPIES RURALES

LE REGAIN D'ATTRACTIVITÉ DES TERRITOIRES RURAUX

Fin Du Déni De La Ruralité?

**STAR
LA REVANCHE DES RURAUX
WARS**



Ce Qui Bien Nommé Existe Bel Et Bien

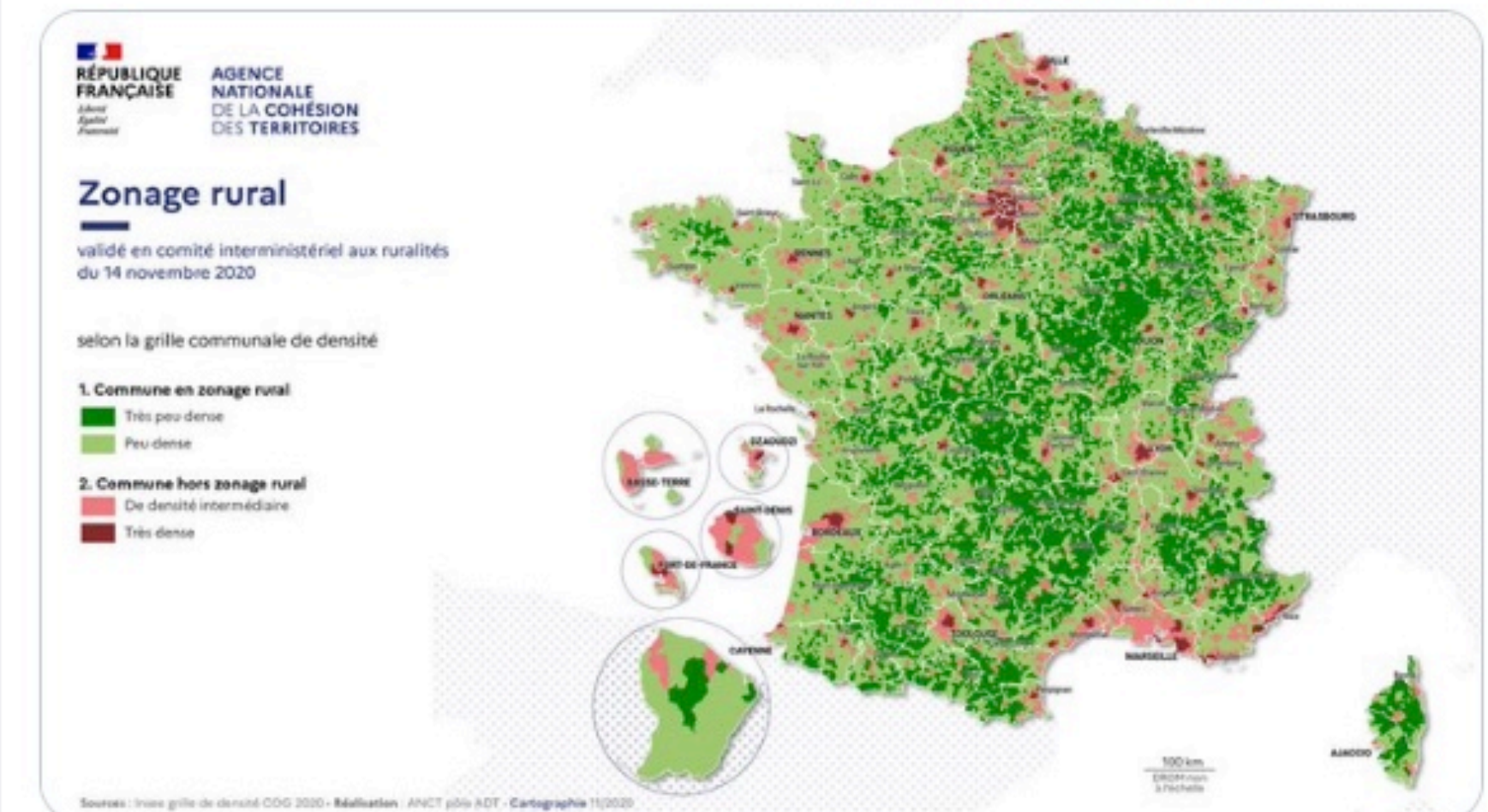
- Fin du concept d'~~unité urbaine~~ de l'Insee :
Deux critères : 200 m+2 000 habitants.
Seuls restaient 5% de ruraux :
« *habitants dans des communes isolées en dehors des pôles* ».

- Eurostat a proposé à tous les pays de l'UE une méthode fondée sur la densité.

Une fois appliquée pour la France, le résultat :
22 millions de Français, soit 35% de la population, vivent en milieu rural.

En carte 🌍 | #ZonageRural : la nouvelle définition de la #ruralité ➡ les communes peu denses + très peu denses, à partir de la grille communale de densité de l'@InseeFR et en lien avec les définitions 🇪🇺

Notre observatoire vous en parle ➡ swll.to/oL18f7



Joël Giraud et 9 autres personnes

4:05 PM · 24 nov. 2020 · Twitter Web App

22 Retweets 7 Tweets cités 55 J'aime

UTOPIES RURALES

Le Digital Rural

An aerial photograph of a rural landscape featuring rolling green hills, a small village with white houses, and a dark brown plowed field. The scene is overlaid with a network of glowing blue and white light trails that crisscross the terrain, symbolizing digital connectivity. The sky is bright and hazy, suggesting a clear day.

DÉBUT DES ANNÉES 90

INTERNET 1.0

SE CONNECTER À UN SITE,
UNIQUEMENT GRÂCE À L'USAGE DES
TECHNOLOGIES DIGITALES

FIN DES ANNÉES 90

CRÉATION DE GOOGLE
ET D'AMAZON

IL ACCÈDE À UN GRAND
NOMBRE D'INFORMATIONS/
PRODUITS

DÉBUT 2000

LES BLOGS

ÉMERGENCE DU
PRONETARIAT ET DES USER-
GENERATED-CONTENT

2004/2006

FACEBOOK, YOUTUBE, TWITTER

LES INTERACTIONS/LÉS EFFETS DE
RÉSEAUX ET LES DEVICES MOBILES

CONSOM'ACTEUR

APRÈS 2010

FULL CONNECTÉ, AIRBNB

4ÈME PHASE DU CROWD-BASED. LA FOULE EST
CONNECTÉE COMME AGENT ÉCONOMIQUE
(ACTEUR, CONSOMMATEUR, AUTEUR). ON ENTRE
DANS LE CROWD-FUNDING-SOURCING

AUJOURD'HUI ET DEMAIN

OBJETS CONNECTÉS ET IA

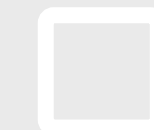
LE TEMPS DE L'HOMME AUGMENTÉ;
DES LIBERTARIENS; DES DATAS;

NEW DEMOCRATIE
ALGORITHMES

OK BOOMER !

LE PHARMAKON

SURVEILLANCE



Usbek & Ricaan
WorlK

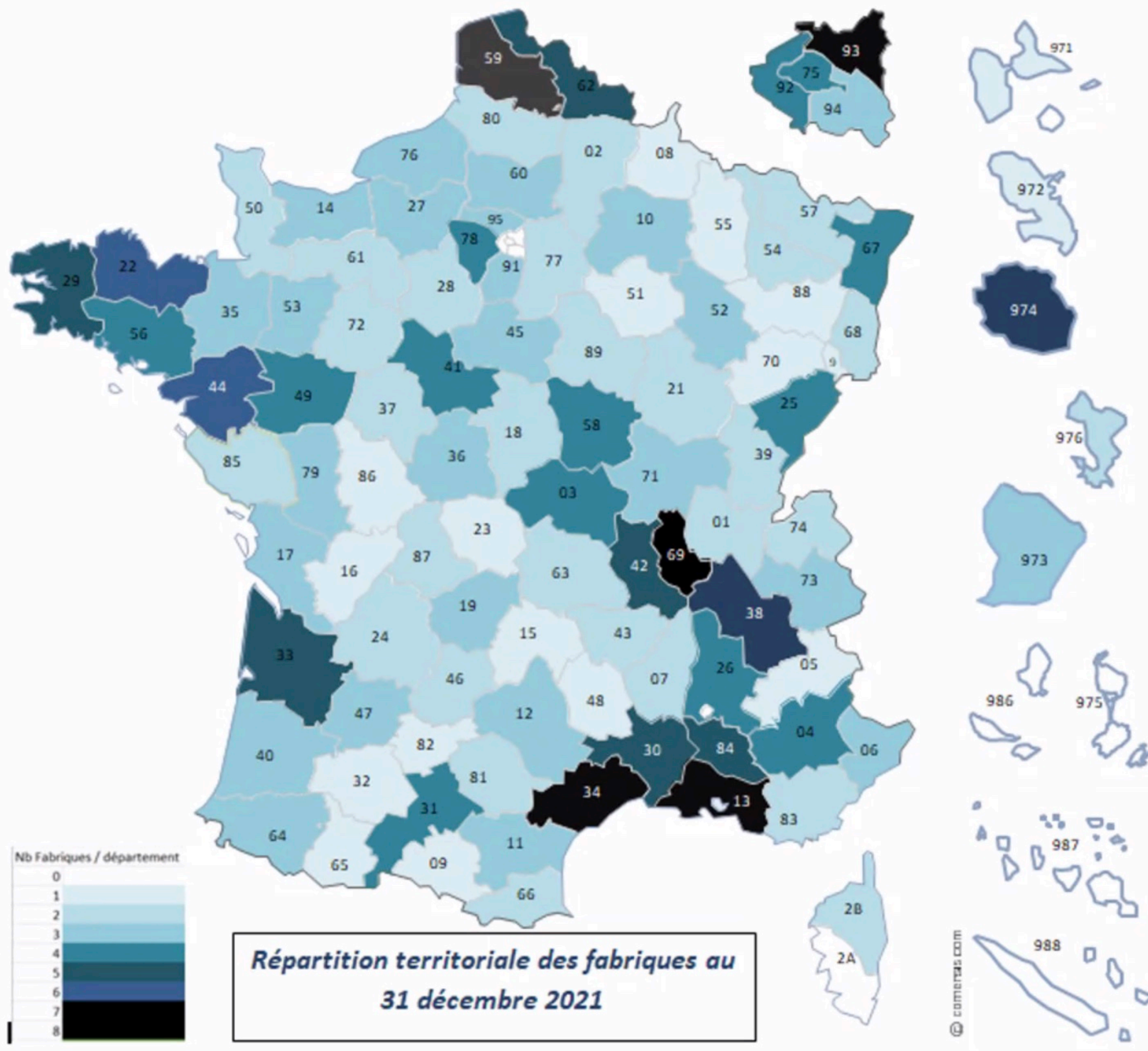
UTOPIES RURALES

**Demain, tous les lieux
seront des tiers-lieux!**

#société

#design

Une couverture au plus près des besoins des territoires



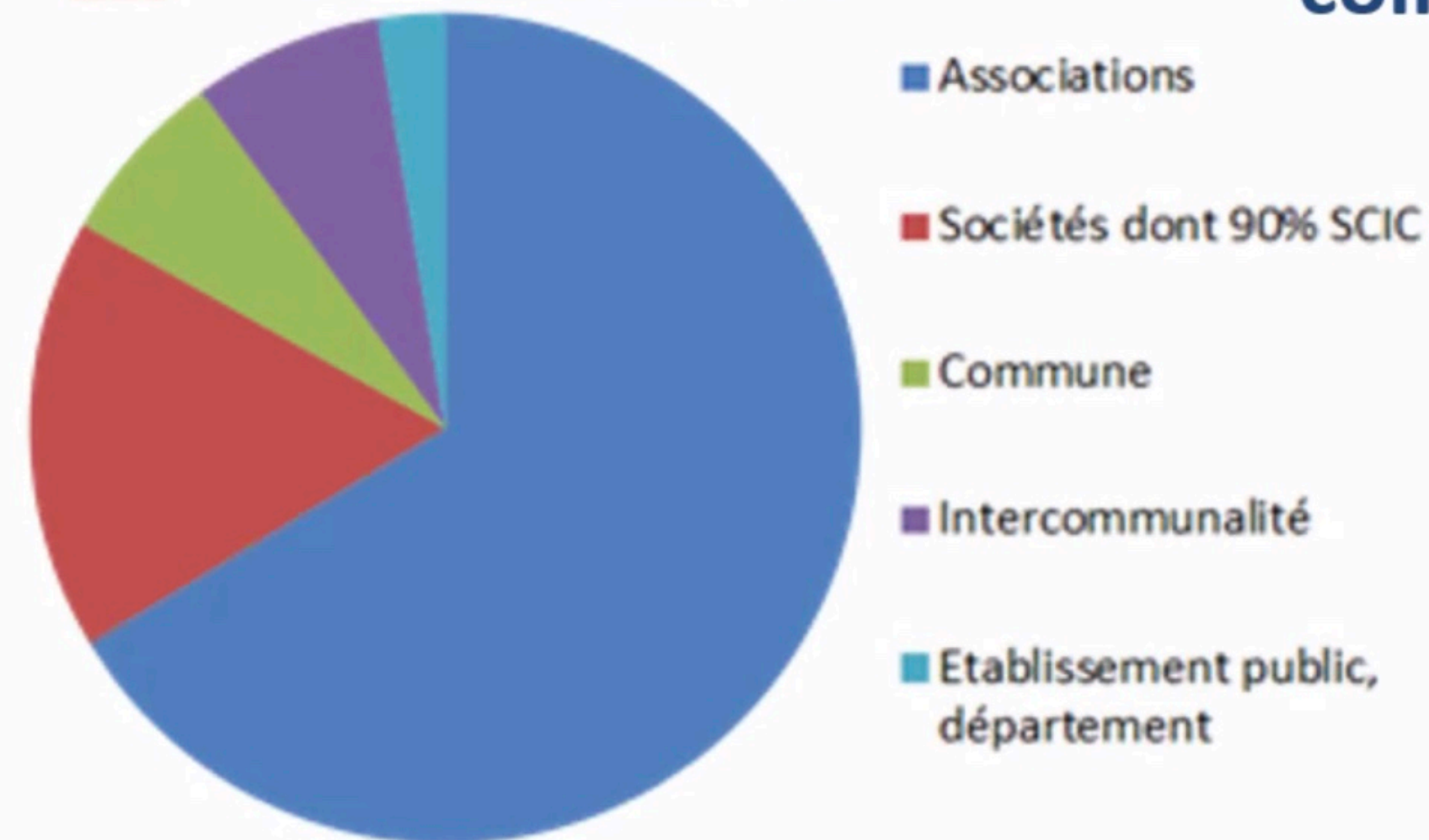
- 152 fabriques en QPV
- Trois fabriques sur quatre en dehors des métropoles,
- Une sur trois dans des zones peu denses ou très peu denses,
- Une sur quatre dans des communes de moins de 2000 habitants
- Au moins une fabrique par département
- Deux ou plus sur 83% des départements

La parole est à : Marc LAGET

Diversité des porteurs de projet : l'ensemble de la société civile au rendez-vous des tiers-lieux



Les porteurs de projets relèvent d'une cinquantaine d'activités (industrie, agriculture, solidarité, culture, formation, recherche...) et d'une dizaines de statuts juridiques (associations, entreprises, collectivités...)



LE TEMPS DE L'ÉCHANGE

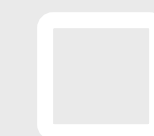
2 Minutes



Tourisme

Innovation

Vos Tiers-Lieux?

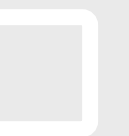


UTOPIES RURALES

Désirs De Campagne



Le Tourisme Alimentaire L'imaginaire...



Le Cas Des Micro-Aventures

Les micro-aventures

- **Une expérience courte** (4 jours maximum) dans la nature près de chez soi, qui nécessite peu de moyen et peu d'organisation. Elle couvre tout type d'activité : bivouac, escalade, randonnée, surf, vélo, descente de rivière, vol-rando, alpinisme etc.
Le concept de micro-aventure s'inscrit dans une réflexion écologique, une consommation plus sobre et locale. Effet flygskam, la honte de prendre l'avion.
- Les **courses de gravel** ont également le vent en poupe, après le phénomène du Trail;
- **Phénomène d'un nouvel entrepreneuriat « tribal ».**
- **Exemples : Davai Davai et Chilowée**





La Ruralité Culturelle

LA CULTURE RURALE EST MORTE, VIVE LA RURALITÉ CULTURELLE !

Le Choc Des Cultures

« *La culture rurale est morte, vive la ruralité culturelle !* »

Emmanuel Négrier, politologue, il coordonne BeSpectACTive!, programme européen de participation des habitants aux projets artistiques et culturels.

- **Déconstruction des schémas de pensée** : pas mieux ni moins, mais singulière
- **Des lieux et des artistes habitants.**
- **Des habitants impliqués, « avec ».**
- **La culture, ferment de l'attractivité rurale.**



LA CULTURE RURALE EST MORTE, VIVE LA RURALITÉ CULTURELLE !

Le Choc Des Cultures

- **L'Art en chemin** (Oise) :
Créer un cercle vertueux engendrant du lien social dans un milieu rural par l'animation de différents événements culturels, didactiques et participatifs.
L'Art en chemin utilise le prétexte des promenades et des randonnées afin que les citoyens de tous âges se rejoignent autour de l'art, du patrimoine et de l'écologie.
De juin à octobre 22 : 34 auteurs, 32 plasticiens, 18 classes de primaires et collèges, 12 associations partenaires...



Bobine, Une Vision Éditoriale

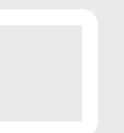
Bobine est **une revue indépendante, imprimée en France**, qui met en lumière nos terroirs et nos savoir-faire.

Convaincu que la beauté réside dans la simplicité d'un instant, **Bobine sillonne la France pour y trouver les gestes rares : ceux d'artisans, de paysans ou encore de restaurateurs.**

C'est en vadrouille que se dessinent des rencontres et des échanges hors du temps.



Bobine n°3 - Périphérie est disponible →



Airbnb, L'ami Des Villages

< **Le comportement des habitants change** : 29 000 communes ont des habitants (82 %) qui font des offres.

< **90 % de l'offre est dans les zones rurales** ce qui correspond à un changement des demandes du consommateur

< **Seules 7 000 communes** disposent d'hébergements de type hôtelier, **28 000 communes n'en disposent pas.**

< **15 000 communes sans hôtel**, soit en 2021, 60 % des communes rurales dénuées d'hôtel ont au moins une annonce active sur la plateforme.

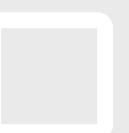


L'AMRF et Airbnb dévoilent des villages secrets pour passer l'été en France

Par Airbnb · 11 juin 2020 · [Société](#), [Territoires](#)



Alors que les voyageurs peuvent enfin préparer leurs vacances d'été en France, Airbnb et l'AMRF dévoilent une sélection de villages secrets pour inciter les Français à redécouvrir leur pays hors des sentiers battus.



Même Atout France Se Ruralise

- La nature est au cœur de l'offre attendue : environnement naturel, paysages beaux et préservés...
- Un rythme de vie plus calme, propice au ressourcement.
- Un cadre de vie authentique

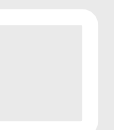
Faire émerger les destinations campagne (envie de vert)

S'appuyer sur les tendances et valeurs « slow » (nature, paysage, mobilité douce, etc.)

Valoriser les campagnes thématiques (culture/patrimoine, marchés, paysages, oenotourisme, etc.)

The screenshot displays the Atout France website interface. At the top, there are logos for the République Française and Atout France (Agence de développement touristique de la France). Navigation buttons include 'DÉJÀ ADHÉRENT', 'DEVENIR ADHÉRENT', 'CONNEXION', and a shopping cart icon showing '0 articles'. Below the navigation, there are links for 'CLASSEMENTS' and 'IMMATRICULATIONS', and an 'ENGLISH VERSION' link. The main content area features a large image of a family cycling through a lavender field. To the right, there is a red banner for 'ACTUALITÉS ASSOCIÉES' and a webinar announcement for 'REBOOTING THE INDUSTRY' and 'RESHAPING THE STRATEGY'. Below this, a section titled 'PÔLE CAMPAGNES' features the headline 'La campagne, un espace à fort potentiel pour la destination France' and a portrait of Sophie Ollier Daumas.

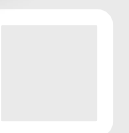
Sophie Ollier Daumas, présidente du pôle « Campagnes »



UTOPIES DURABLES

L'ENJEU DES TRANSITIONS

Au Sujet Du Tourisme Durable

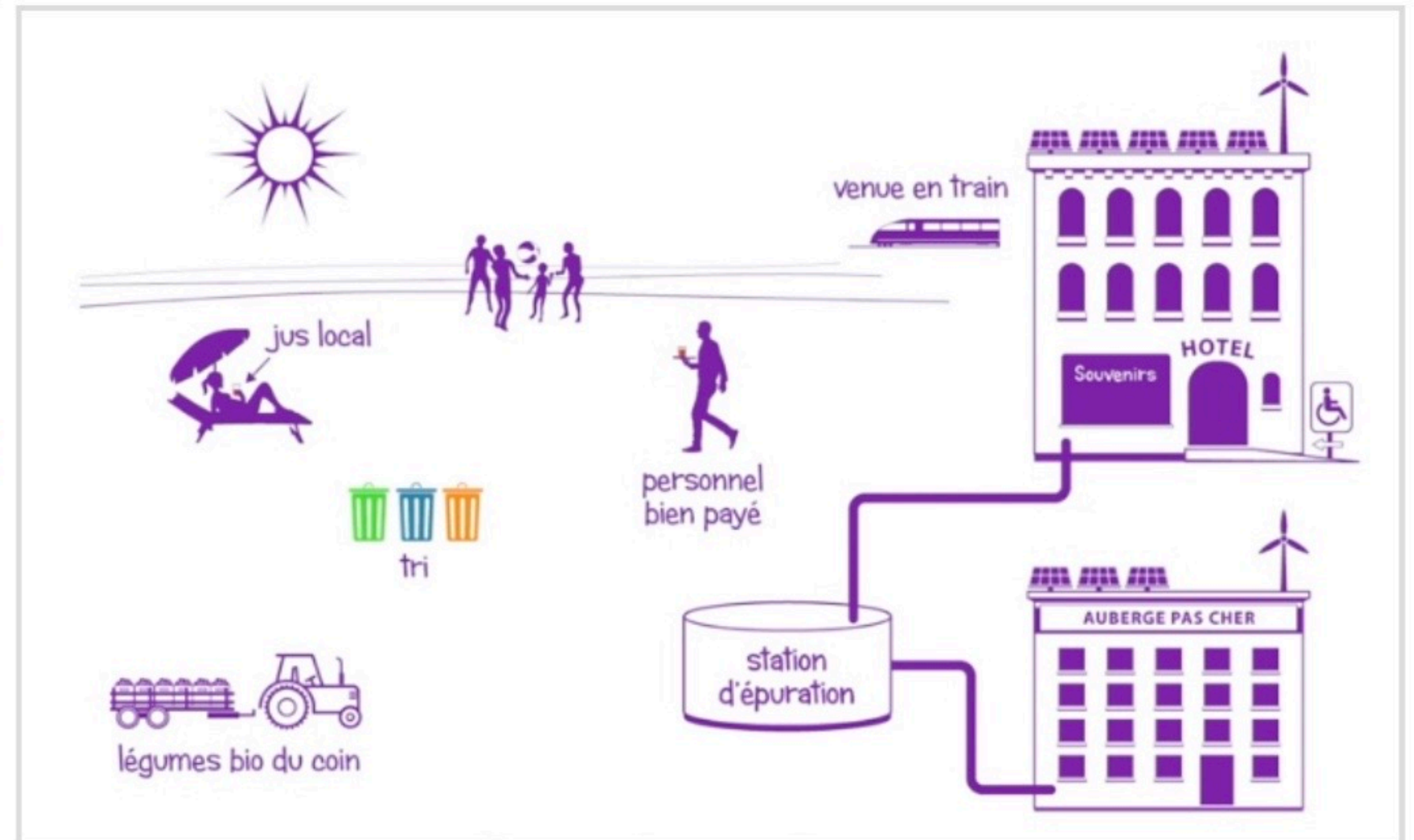
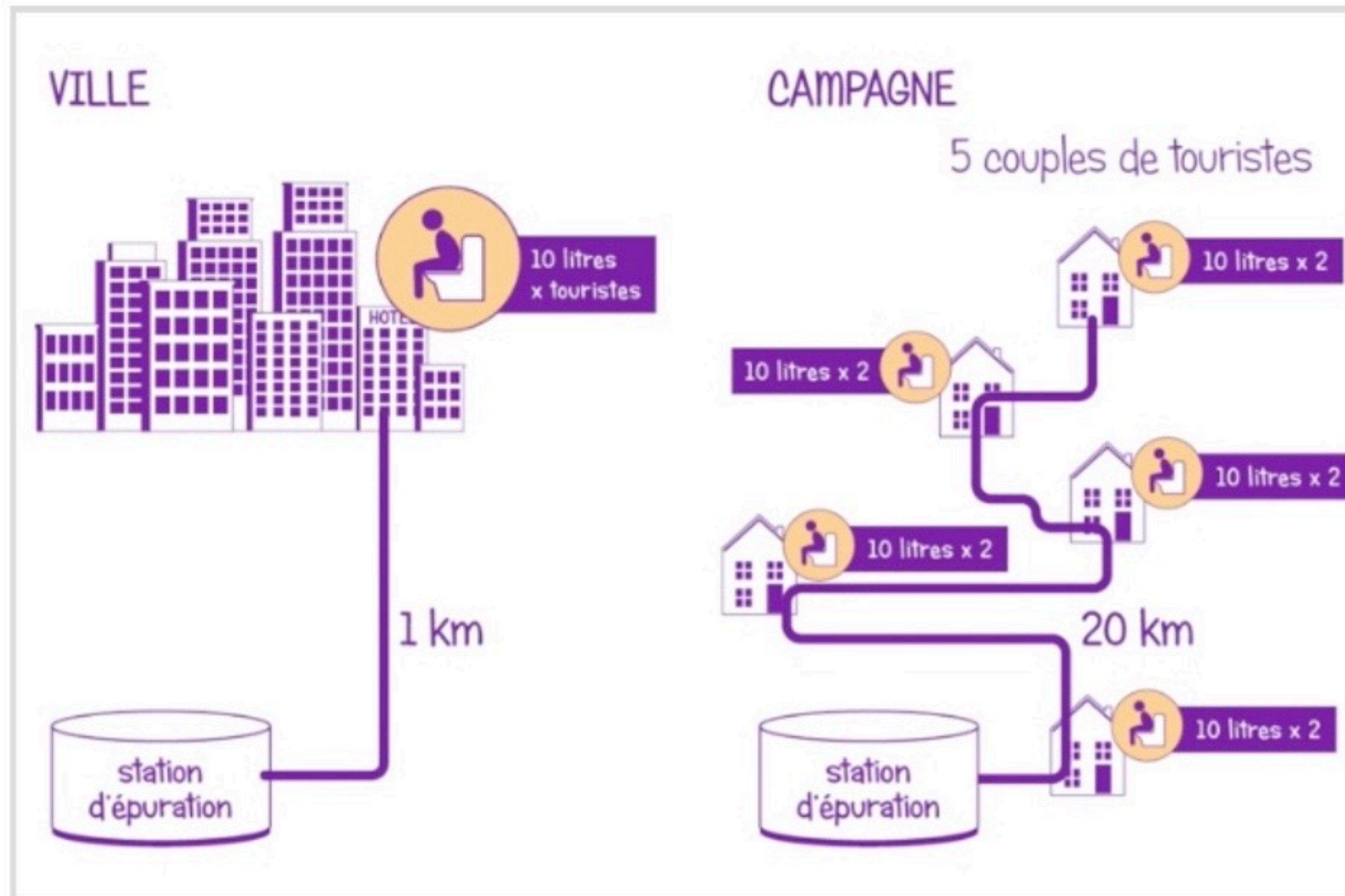


La notion de tourisme durable recouvre principalement trois domaines : l'environnement, l'économie et le social. Les terminologies varient en fonction de l'éclairage que l'on souhaite y apporter. Le tourisme durable est une approche déjà ancienne : elle a été retenue lors du Sommet de la terre de Rio de Janeiro, en 1992.

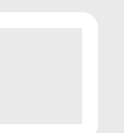
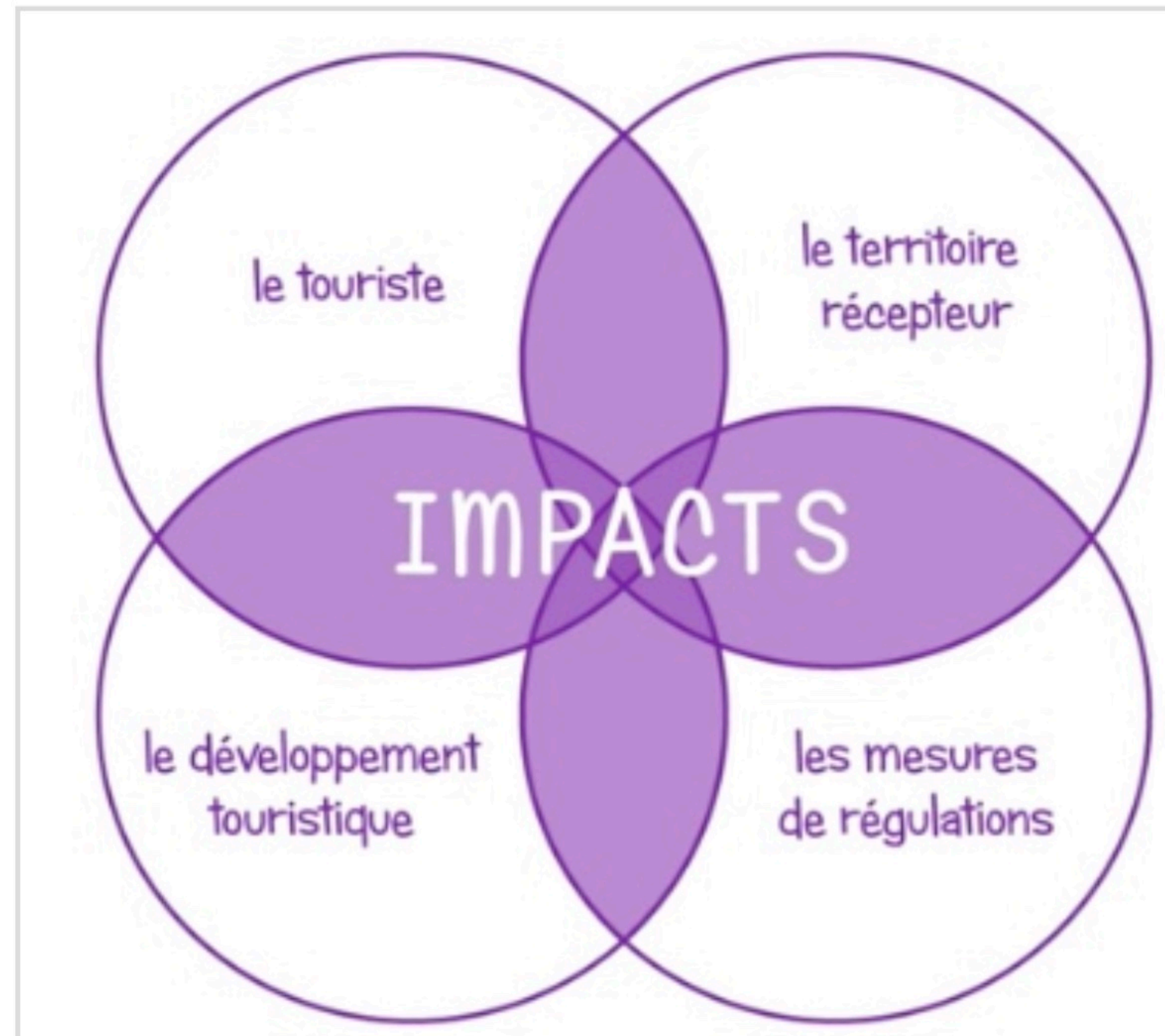
Schéma du développement durable du tourisme



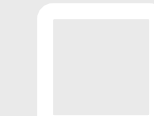
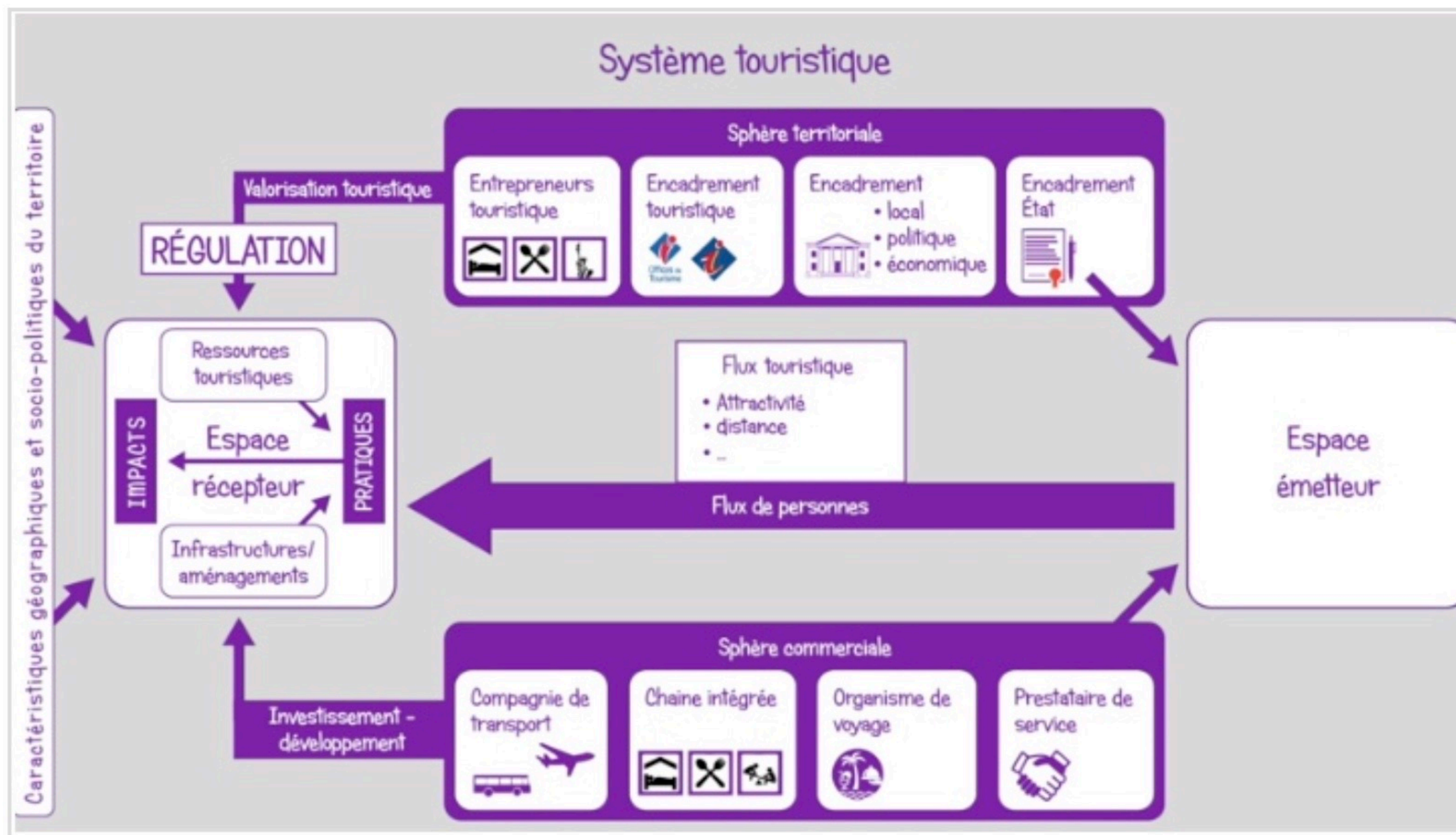
En matière de tourisme durable, il faut prendre garde aux idées reçues ou aux mauvaises représentations mentales. Le tourisme à la campagne ou à la montagne n'est pas « de fait » durable, comme une station balnéaire n'est pas forcément synonyme d'impacts environnementaux les plus forts. Ainsi, Le tourisme à petite échelle et dans la nature n'est pas nécessairement protecteur de la biodiversité. Tout comme beaucoup de touristes ne sont pas nécessairement un problème pour la biodiversité.



En matière d'impacts environnementaux, les différents « acteurs » portent une part de responsabilité : le touriste dans ses choix de destination; le territoire dans sa capacité d'aménagement durable; le législateur dans ses décisions régulatrices; les acteurs du tourisme dans leur propension à pousser le développement sans en apprécier les impacts.



En tant que « parties prenantes », les acteurs du système touristique doivent apprécier là où elles peuvent agir, en premier lieu dans le périmètre direct de leur responsabilité. Attendre que les autres agissent est contre productif.



2021/2025

Haute-Garonne

- On commence par soi :
montrer l'exemple.
Elaboration d'une stratégie
de Responsabilité Sociale des
Organisations (RSO).
- Comment ? Création d'un
comité de pilotage (2
personnes)
- Impacter les acteurs
touristiques du territoire

#14 Instaurer une démarche
de sobriété et d'efficacité
énergétique

#15 Développer la mobilité douce

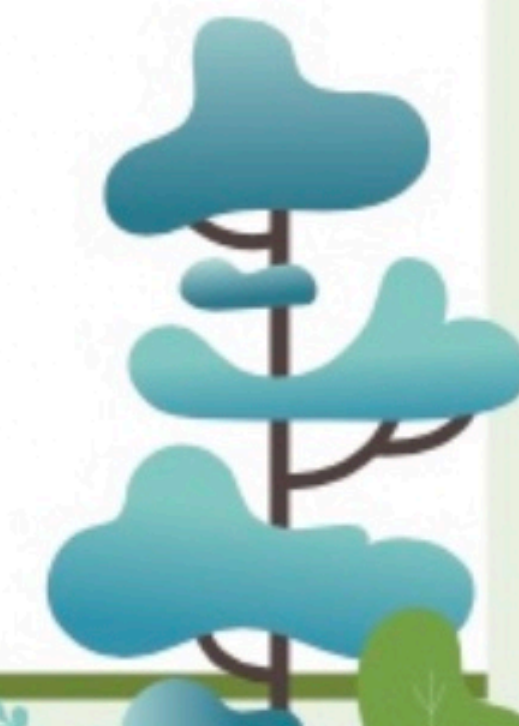
#16 Réduire les déchets

#17 Protéger et régénérer
la biodiversité locale

#18 Prendre en compte la capacité
d'accueil des sites fragiles

#19 Accompagner
la décarbonation
des activités

#20 Contribuer
à l'adaptation
au dérèglement
climatique



Porte de DrômArdèche

- Charte d'engagement des institutionnels
- Elle est évolutive et composée de 4 niveaux (logique de progrès)
- Elle est dans une logique d'engagements très concrets

Sur ma consommation d'eau

Je m'engage à préserver la ressource en eau, en quantité et en qualité.

Mes petits plus à moi :

- Je ne déverse pas de produits chimiques dans le réseau d'évacuation
- J'installe des économiseurs d'eau pour la robinetterie (wc, mousseurs...)
- J'installe des récupérateurs d'eau de pluie pour l'arrosage, le lavage des légumes...
- Je fais un suivi de ma consommation mensuel d'eau
- Je propose des éco-défis aux visiteurs
- Autre :
- Autre :

Sur mes achats

Je m'engage à favoriser l'achat de produits locaux pour notre économie locale et/ou des produits éco-responsables moins nocifs pour l'environnement.

Mes petits plus à moi :

- J'achète du papier (fourniture, imprimés, absorbant...) avec un écolabel (NF environnement ou PEFC)
- J'utilise en interne et dans ma boutique des produits d'origine locale : boulangerie, producteurs, artisans, boucher...
- Je n'imprime pas ou très peu de dépliants et dans ce cas, je fais appel à un imprimeur labellisé Imprim'Vert
- Autre :
- Autre :

Sur la gestion de mes déchets

Je m'engage à réduire et limiter ma production de déchets et à les gérer de façon éco-responsable (recyclage).

Mes petits plus à moi :

- Je mets des poubelles de tri sélectif à disposition et en évidence pour les clients et je les informe clairement du mode de tri local.
- Je fais du compost et j'incite mes visiteurs à le faire avec moi
- Je préfère des produits limitant la production de déchets (je ne propose pas de bouteille en plastique) et/ou facilement recyclable (verre, carton...)
- Je fais mes propres produits ménagers
- Je propose des éco-défis à mes visiteurs
- J'ai des poules pour mes déchets organiques
- Autre :
- Autre :

Sur l'alimentation (pour restaurants et tables d'hôtes)

Je m'engage à cuisiner autant que possible avec des produits locaux et de saison et je les mets en avant (produits, producteurs).

Mes petits plus à moi :

- Je propose des menus végétariens et/ou végétaliens et je les mets en avant
- Je cuisine des portions raisonnables pour éviter le gaspillage alimentaire
- Je propose aux clients d'emporter ses restes de repas (doggy bag)
- Je suis sur l'appli « Too good to go »
- Je cuisine sans gaspillage
- Je fais de la vente à emporter et j'incite mes clients à apporter leurs propres contenants
- Autre :
- Autre :

Sur la communication de ma démarche

Je m'engage à informer mes clients et mon personnel sur ma démarche et j'affiche la charte de manière visible (dans mon établissement, sur mon site internet et mes réseaux sociaux...) avec les supports fournis (logo, diplôme, documents...)

Mes petits plus à moi :

- Je mets à disposition des informations sur le tourisme responsable (magazines, livres, jeux...)
- Je propose des ateliers éco-responsables
- J'informe sur les activités « 0 carbone » (sentiers randonnée, loueurs vélo, parcs et jardins, geocaching...)
- J'informe sur les activités, producteurs, artisans... et manifestations de mon territoire
- Autre :
- Autre :

L'adhésion à la charte entraîne la délivrance d'un niveau de référencement. Un minimum de 10 engagements (obligatoires et optionnels) est requis pour atteindre le niveau , 20 pour le niveau , 30 pour le niveau , 40 pour le niveau . Deux engagements "libres" peuvent être proposés pour chaque catégorie, en plus ou la place de ceux prédéfinis et sont aussi comptabilisés comme tels.

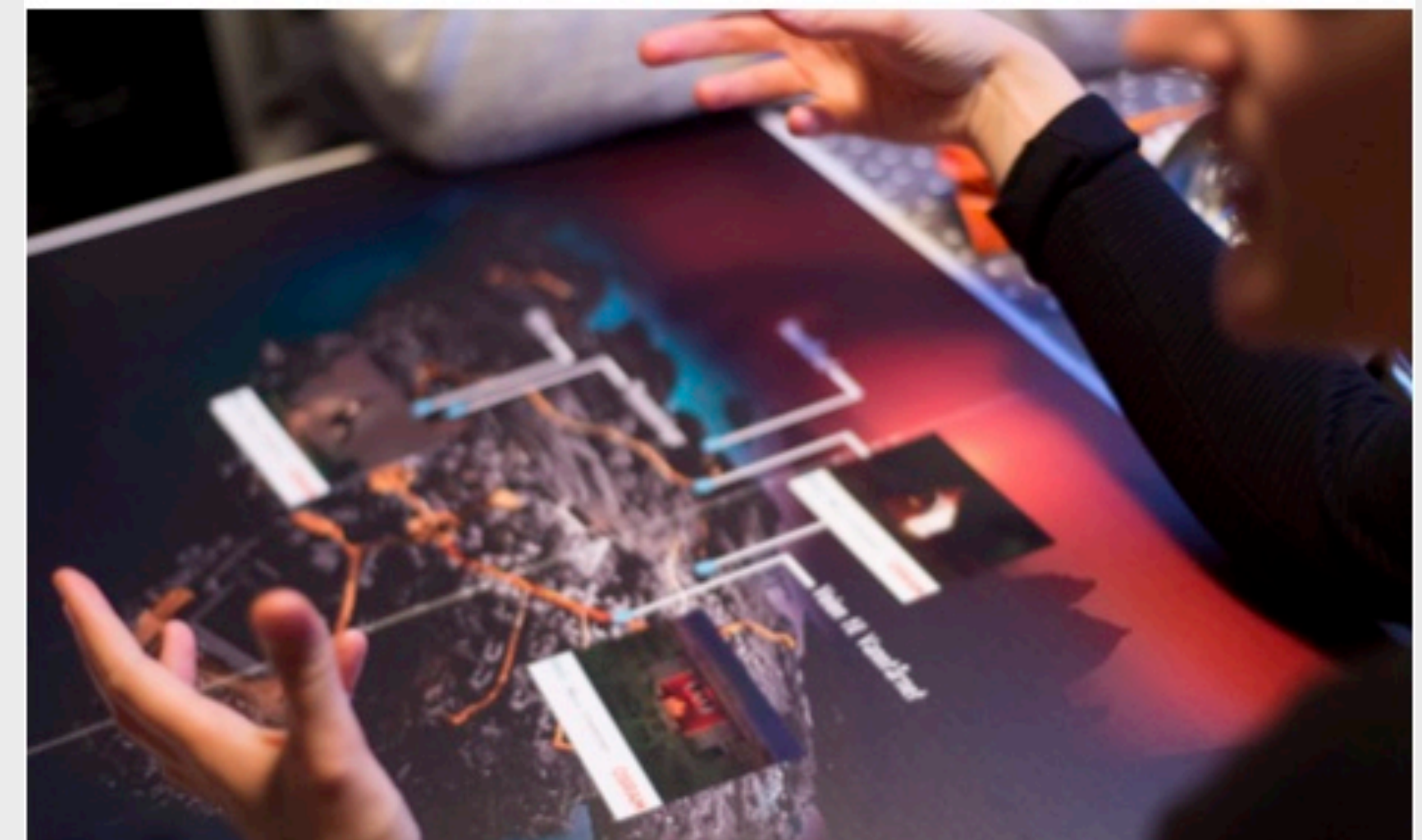
Date : _____
Cachet & Signature : _____

ICI JE RÊVE
Autour du Palais Idéal

Porte de DrômArdèche
Office de Tourisme

Ile de Traena

- Une île norvégienne de 450 habitants... pêcheurs
- En 2015, initiative Think Traena. Idée : se mobiliser pour une économie durable. Comment ? Par la résidence d'artistes (musiciens) et d'artisans (cuisiniers) et d'entreprises (Osram)
- 1er hôtel intégré (30 lits, site culturel, musée, expo, coworking, locaux commerciaux, 365 j/an)
- Leitmotiv : tester des idées « durables » et donner du temps au temps



En Lozère, via la Région

- Le Pass Relance Tourisme, 50% de financement de la Région pour la rénovation énergétique (mini 5K€/maxi 60K€).
- Différents critères pour les socio-pro : 4 mois/an (hébergements); moins de 100 couverts (restaurant)
- Secteur grand site Occitanie

lozère
ÉNERGIE

Agence Locale de l'Énergie et du Climat de la Lozère.

lozere.fr

L'Agence ▾ Particuliers ▾ Professionnels ▾ Collectivités ▾ Contact

PASS RELANCE TOURISME
Lozère Energie et la Région Occitanie
aux côtés des entreprises touristiques

lozère
ÉNERGIE

La Région Occitanie
Pyrénées - Méditerranée

La RÉGION à
énergie
POSITIVE

TOURISME DURABLE

SOCIALE/SOLIDAIRE

Le label Villes et villages fleuris

- Charte a évolué sur l'aménagement durable
- Fabrique de liens entre toutes et tous
- Les habitants sont au coeur des projets d'embellissement>impacts sur les visiteurs
- Valorisation patrimoniale forte

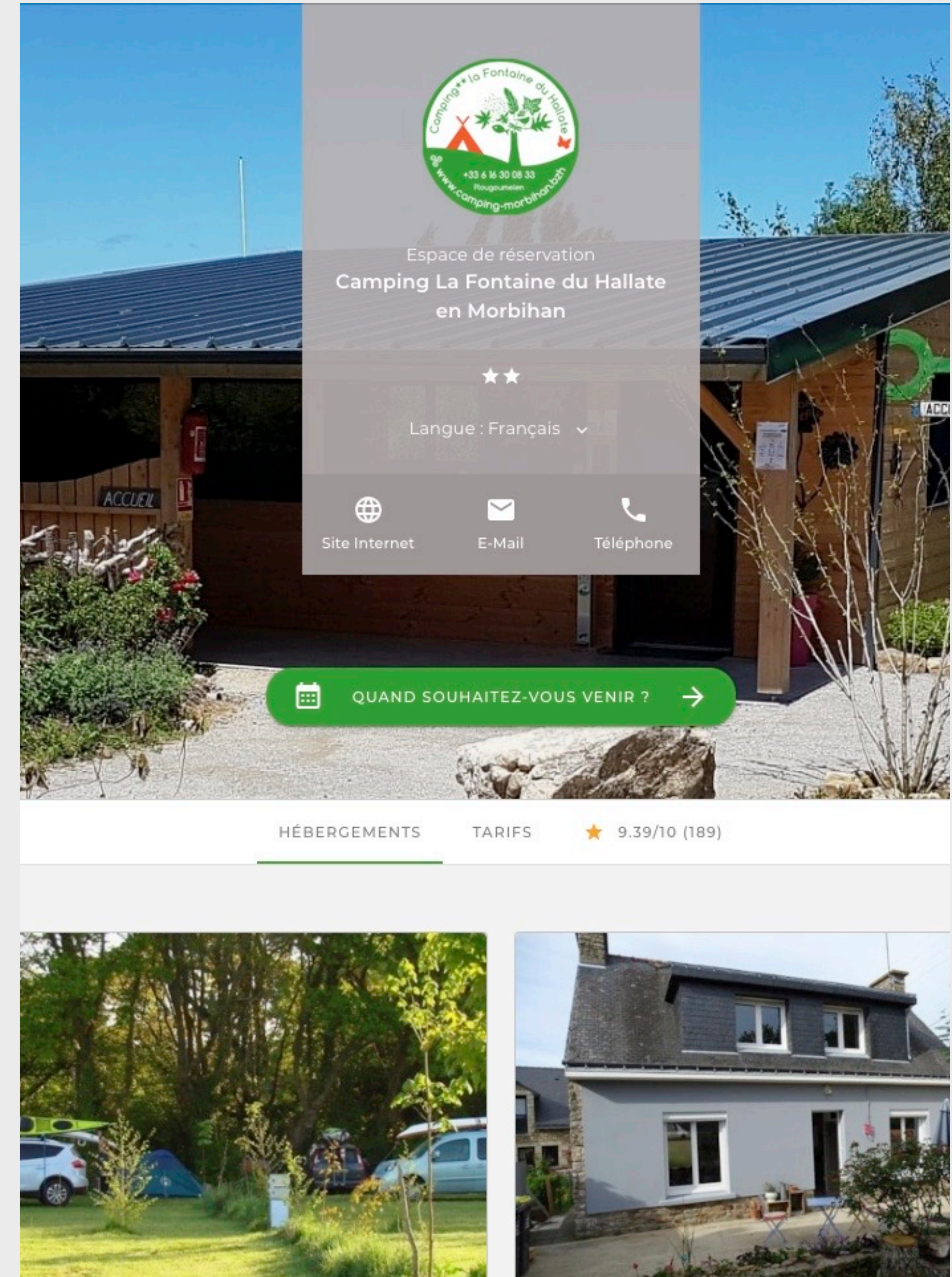


TOURISME DURABLE

SOCIALE&SOLIDAIRE

Camping La Fontaine du Hallate

- Application de 17 engagements responsables et inclusifs (pauvreté, santé, alimentation, convention collective, lutte contre les inégalités...)
- Tarifs calculés au plus juste;
- Recours occasionnels à des structures d'insertion;



Les engagements d'ADN Tourisme 2021

(fusion CRT/ADRT/OT)

- **1. Porter une vision élargie du tourisme** : comme levier d'amélioration du cadre de vie
- **2. Accompagner la transition de l'activité touristique** dans les territoires à 10 ans
- **3. Sensibiliser et former les décideurs et les techniciens** de nos structures pour qu'ils intègrent la dimension responsable dans les stratégies touristiques des territoires
- **4. Faire de nos organismes des structures exemplaires** dans la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux
- **5. Elargir la notion d'accueil touristique à celle de l'hospitalité** des territoires pour inclure, sans faire de distinction, celles et ceux qui fréquentent et vivent sur les territoires
- **6. Prendre soin de tous les publics** notamment en termes d'accessibilité et de confort
- **7. Créer un réseau d'experts** sur les territoires pour accompagner les professionnels dans leur transition responsable
- **8. Initier et valoriser l'élaboration d'offres touristiques** favorisant la régulation des flux, les mobilités douces et l'éco-responsabilité
- **9. Promouvoir la filière de la gastronomie et les circuits courts** comme leviers d'attractivité et d'animation locale
- **10. Repenser et élargir la mesure de l'activité économique**

En guise de conclusion

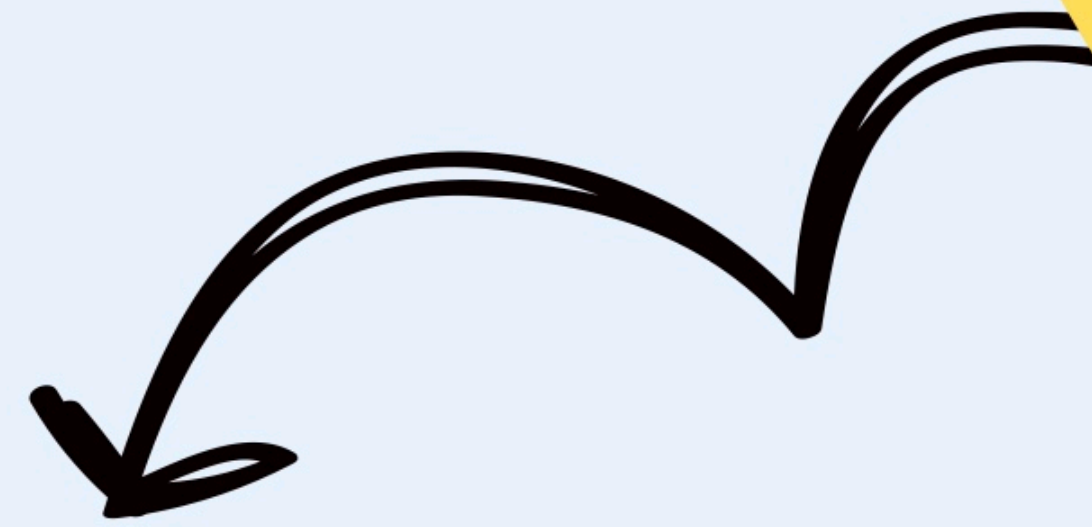
**la libre circulation est un droit humain;
les congés payés sont une conquête sociale;
le voyage est un outil de transformation sociale
et de dialogue inter-culturel;
le tourisme peut aussi être un outil
pédagogique pour prendre soin de la planète.**

Manifeste européen pour un tourisme durable (2021)



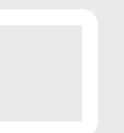
Fabrice Dalongeville

J'aide les territoires à appréhender les transitions. Ma conviction : la vitalité et l'hospitalité sont les deux piliers de l'attractivité des collectivités, du village à la métropole. Je suis consultant et maire.



5 raisons

pour transformer
son Office de tourisme
en Tiers-lieu



1



L'hybridation des usages implique de tout revoir

Imaginer un lieu qui devient un espace de rencontres entre touristes et locaux. Avec des usages divers : information touristique, conciergerie de village, coworking, café, boutique, épicerie, patrimoine, programmation culturelle, hébergement... France Tiers-Lieux dénombre 3 600 sites hybride en 2023.



Les tiers-lieux s'intéressent déjà de près au tourisme

Les tiers-lieux accueillent déjà des touristes dans leurs espaces au regard des multiples services qu'ils proposent. Au delà, ils sont souvent installés dans des espaces patrimoniaux. Pour le dire autrement, comme ils ont besoin de diversifier leur activité, ils concurrencent déjà les offices de tourisme en explorant de nouvelles médiations locales.



Le tout numérique conduira à la disparition des OT

La digitalisation de l'information touristique à drastiquement réduit le rôle des OT dans les trois temps du voyage (avant, pendant, après). L'arrivée de l'IA dans les usages risquent de renforcer encore la puissance de frappe des géants du numérique mondial. Les acteurs du tourisme institutionnel doivent repenser profondément leurs missions.



Appréhender les enjeux de la transition

4

Tous les territoires traversent de multiples crises interreliées : crises économique, écologique, climatique, énergétique, sociale, sanitaire, identitaire, sécuritaire, politique. Le tourisme n'est pas épargné. La question des temps libres est aussi posée et à travers elle les lieux qui éclairent la réflexion. Quel lieu peut-il le mieux incarner la transition ?



Elargir le périmètre des "élus tourisme"

5

Pour les élus en charge du tourisme, le glissement vers les tiers-lieux leur permettraient de sortir d'un rôle en silo, de renouveler leur responsabilité et d'embrasser plus largement le tourisme de transition. Autre intérêt : les engagements financiers pourraient être revalorisés et être mieux incarnés.





Le Tourisme Pour La Transition



Kate Raworth

La théorie du Donut

Changer de modèle

- Modifier notre perception du progrès (PIB tjs en hausse)
- Sortir de l'économie linéaire et dégénérative (faire et jeter)
- Entrer dans l'économie circulaire (ENR et déchets ressources)
- Sortir de la mondialisation clivante et inégalitaire (1%/50%)
- Entrer dans l'économie distributive
- Bref, du gaspillage à l'équilibre, de l'injustice à l'équité

Merci

Contact : 06 33 21 86 04
fabrice.dalongeville@gmail.com

