



TOURISME VERT, TOURISME NATURE, ÉCOTOURISME, TOURISME DURABLE... DE QUOI PARLE-T-ON FINALEMENT?

1838. Cette année-là, Stendhal fait paraître *"les Mémoires d'un touriste"*. Il y décrit ses états d'âme, ses impressions en tant que touriste lors d'un grand voyage d'agrément qui le conduit aux 4 coins de la France et de la Suisse. Se doutait-il que le terme touriste -terme qu'il empruntait à la langue anglaise pour se dépeindre en voyageur faisant un *"grand tour"*, *"un voyage circulaire"*- prendrait aussi vite (dès le 19^{ème} siècle) cette connotation péjorative qu'il conserve encore aujourd'hui ?

Même si dans les pages qui suivent nous ne parlerons pas de cette image négative du tourisme, nous nous devons de faire état de son existence qui rend plus complexe l'examen de questions comme la durabilité en matière de tourisme.

Si nous avons décidé de consacrer ce dossier au tourisme c'est parce qu'on en parle énormément ces derniers temps. Au moment où nous écrivons ces lignes nous émergeons de la mise sous cloche de notre mode de vie habituel imposée par le Covid. Tout le monde aspire à reprendre une vie normale, à être à nouveau libre d'aller à la mer ou en Ardenne, de se déplacer à l'étranger, de partir en vacances.

Nous traiterons du tourisme oui, mais sous l'angle du tourisme vert, du tourisme nature, de l'écotourisme que l'on confond souvent avec le tourisme durable. Car on s'emmêle les pinceaux avec toutes ces notions et nous essayerons de tirer ça au clair. Ensuite, nous nous interrogerons sur le devenir du tourisme durable. Les choses ont pas mal évolué ces dernières années, entre engagements volontaires et contraintes, le secteur du tourisme a bougé mais ce phénomène va-t-il s'accroître ?

Certains diront que pour pouvoir bouger, il faut encore être debout.

Ce sera tout l'enjeu de ces prochains mois !

LE TOURISME DURABLE, UN CONCEPT QUI N'ARRÊTE PAS D'ÉVOLUER

Parmi les différents concepts dont nous parlerons dans ce dossier, celui de tourisme nature semble le plus souvent cité et traité dans le cadre des documents émanant d'organismes et d'instances internationaux, européens. Mais « *quoi qu'on la rencontre régulièrement, la notion de tourisme durable semble floue, évoquant chez les uns et les autres des concepts relativement différents. Préservation de l'environnement, responsabilité sociale ou encore respect des générations futures, on trouve un peu de tout ça quand on pense au durable*¹ » écrit la Commissaire générale au Tourisme Barbara Destrée en 2016.

Quatre ans plus tard, cette notion est-elle mieux comprise ? Ce n'est pas certain. Depuis la Conférence de Lanzarote (1995) au cours de laquelle on a défini pour la première fois cette forme de tourisme, cette définition n'a cessé d'évoluer. C'est peut-être une des raisons. Mais on doit aussi constater qu'au fil du temps d'autres définitions seront données qui se sédimentent pour enrichir progressivement le concept et ce faisant, le complexifier peut-être.

Ainsi, si on s'en réfère à la définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) des Nations-Unies, sous sa 1^{ère} version en 1993, le tourisme durable est une pratique tenant compte des besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir.

En 2001, l'institution ajoute à cette définition que l'utilisation des ressources devait satisfaire « *les besoins économiques, esthétiques et sociaux* » et « *préserver l'intégrité culturelle, les écosystèmes, la biodiversité et les systèmes de soutien de la vie.* » Puis en 2004, l'OMT suggère que « *l'utilisation optimale des ressources environnementales, le respect de l'authenticité sociale et culturelle des communautés d'accueil, la contribution à la compréhension interculturelle et à la tolérance, ainsi que la répartition équitable du bénéfice et pour toutes les parties prenantes s'ajoutent à la définition du tourisme durable.* »

En une quinzaine d'années, à la nécessité de protéger l'environnement se sont ainsi ajoutées des dimensions sociales, culturelles et politiques, ainsi que la volonté d'appliquer les principes de façon holistique quelles que soient les destinations².

Un consultant international spécialisé en tourisme durable, le français, Gérard Ruiz³, pour qui le tourisme durable n'est pas un segment isolé mais l'application du principe de développement durable à tous les types d'activités touristiques insiste sur le changement profond qu'il induit dans le chef des consommateurs et des producteurs du secteur soit « *une prise de conscience collective de la nécessité de produire et consommer durablement dans toute la chaîne de l'offre et de la demande.* »

Pour le mettre en place, « *il faut des stratégies et des politiques adéquates à tous les niveaux décisionnels : État - G.Ruiz est français - responsables locaux, opérateurs touristiques.* » Au niveau de l'état, il faut notamment une stratégie, un cadre législatif, des incitants, voire des infrastructures nécessaires au tourisme... Quant aux acteurs locaux, ils doivent notamment veiller à la préservation des ressources naturelles et énergétiques, à l'achat de productions locales, à la formation de leur personnel, etc...

Pour Gérard Ruiz, « *l'analyse de plusieurs signaux laissent présager que le tourisme durable sera la forme touristique pratiquée par les nouvelles générations de touristes.* » Ainsi sur un plan international, le sommet de RIO +20 a consacré le tourisme comme un outil de la croissance verte, l'intérêt de plus en plus affirmé des pays hautement touristiques pour la protection de leurs ressources et de leurs richesses naturelles ou patrimoniales, au niveau des pays développés, l'intégration de la durabilité dans leur propre stratégie de développement durable, l'évolution des modes de consommations des touristes qui reproduisent en vacances, leurs habitudes quotidiennes de tri des déchets, leur sensibilité à la consommation d'eau, à la nourriture bio, sous réserve que les équipements d'accueil le permettent, bien entendu. Mais l'analyse de ces évolutions implique de se placer non dans une perspective de court terme, mais plutôt de moyen et long terme.

Terminons ce chapitre en vous proposant la définition d'un expert belge bien connu des opérateurs touristiques en Wallonie, J-M Decroly⁴, pour qui le tourisme durable est un « *vocabulaire-type, une référence indispensable depuis les années 1990 pour commercialiser un produit, promouvoir une destination, planifier le développement touristique à différentes échelles spatiales, analyser ses effets.* »

Selon lui, tourisme durable repose sur trois piliers :
 - Au niveau économique, il valorise les emplois durables ;
 - Au niveau social, il veille à ne pas creuser les inégalités et à inclure les différentes couches de la population locale ;
 - Et au niveau environnemental, il œuvre à la préservation de la biodiversité et au bon usage des ressources en limitant l'impact écologique des visiteurs.

Des trois piliers, « *l'environnemental fait clairement l'objet du plus d'attention* » précise-t-il⁵. Tandis que dans une interview toute récente⁶, il ajoute que « *la crise du coronavirus aura des impacts sur les déplacements à moyen terme* » et qu'une autre manière de rendre le tourisme durable, c'est « *de relocaliser, de ne pas chercher toujours plus loin, plus exotique.* »

Ajoutons que le tourisme en tant que tel représente un important vecteur de développement durable. Ce secteur économique est en plein essor, constitue une source de richesse potentielle pour les populations et les pays visités, encourage l'altérité et le lien social, génère des rencontres spécifiques entre visiteurs, professionnels du tourisme, commerçants, artisans, communautés locales, milieu associatif et collectivités territoriales⁷.

1 N° 13 des Cahiers du Tourisme, consacré au Tourisme durable, 2016.

2 cfr P.Marcotte, L.Bourdeau, B.Sarrasin, « Concilier tourisme et développement durable », Revue Teoros, volume 36, numéro 1, 2017

3 Le tourisme durable : un nouveau modèle de développement touristique dans Cairn Infos- Revue internationale et stratégique 2013/2 n°90

4 Jean-Marie Decroly est professeur en géographie, démographie et tourisme à l'Université libre de Bruxelles

5 Cfr La Libre.be 03/07/17

6 Journal Le Soir 12/05/2020

7 Rapport de recherche de S Dournel 28/06/2017

LE TOURISME DURABLE EN WALLONIE

Au Commissariat Général au Tourisme (CGT) c'est Vanessa Grandgagnage, responsable de la stratégie touristique à la Direction du Développement Stratégique qui nous en dit plus sur le développement du tourisme durable en Wallonie.



Vanessa Grandgagnage

Oui, le tourisme durable fait bel et bien partie du Contrat d'Administration du CGT et en la matière, la préoccupation du CGT et de sa Direction du Développement Stratégique (DDS) pour remplir son rôle de coordinateur est **« d'abord de savoir ce qui existe et le valoriser, ne pas réinventer la roue, dynamiser les réseaux en définissant le rôle précis de chacun ; avec l'apparition de la direction du développement stratégique il y a quelques années nous bénéficions d'un lieu où l'on peut poser des questions, susciter la réflexion et avoir un débat constructif sur le secteur touristique pour construire avec les acteurs des outils pour accompagner le secteur à se professionnaliser. »**

« La DDS du CGT organise depuis plusieurs années, la mise en œuvre de politiques transversales favorables aux 3 piliers du développement durable sur cette base : Vélotourisme, Wallonie Destination Qualité et Tourisme pour tous. »

Au cours de l'entretien, notre interlocutrice reviendra à plusieurs reprises sur la notion de transversalité qu'elle considère indispensable à la mise en place du tourisme durable, chaque niveau de compétences devant se l'approprier comme c'est le cas nous dit-elle **« dans la task-force en charge du développement du cyclable qui réunit tous les intervenants et prend en considération tous les aspects, c'est une démarche positive. »**

En écoutant la Directrice de la DDS, il nous apparaît qu'elle s'inscrit totalement dans la vision des Nations-Unies et de l'Organisation Mondiale du Tourisme pour qui **« le tourisme durable est une affaire de contrôle local mais aussi de travail commun. Tous ceux qui sont impliqués dans le tourisme doivent avoir la possibilité d'influer sur son développement et sa gestion. Cela peut prendre la forme de partenariats formalisés ou d'accords plus informels, et impliquer le renforcement et l'utilisation des structures démocratiques locales⁸. »**

⁸ Programme des Nations Unies pour l'Environnement et Organisation Mondiale du Tourisme, 2006, Vers un tourisme durable. Guide à l'usage des décideurs, Paris, PNUE, Madrid, OMT, 225 p. Cité par S. Dournel p 67

Les différentes études que nous avons consultées ne manquent pas d'insister sur ce point, toute démarche se réclamant du tourisme durable doit veiller à l'équilibre des facteurs écologiques, environnementaux et économiques inhérents au développement durable mais aussi mettre en œuvre un mode de gouvernance territorial, regroupant l'ensemble de ses enjeux. C'est la condition pour avoir une action viable dans le temps et l'espace.

« Cette législature a clairement exprimé son intention d'aller vers un tourisme durable » nous dit-elle encore **« donc en plus des indicateurs économiques que nous continuons à affiner, nous devons développer d'autres indicateurs liés au durable et inclure dans nos réflexions, par exemple, la question du bien-être, la gestion des déchets, ... ici, tout est à construire ! »** Voilà qui montre bien que le tourisme durable est un processus d'amélioration permanent⁹.

Mais le Covid 19 a chamboulé beaucoup de choses et la priorité à l'heure actuelle c'est "Le Plan de relance du Tourisme wallon" porté par le Cabinet de la Ministre du Tourisme, le CGT, Wallonie Belgique Tourisme (WBT), les associations professionnelles et les organismes touristiques pour accompagner les opérateurs touristiques dans la mise en œuvre des mesures de déconfinement, avoir une communication commune et forte vers les concitoyens et les touristes, stimuler le secteur (différentes pistes sont actuellement à l'analyse), identifier les attentes précises des touristes et connaître leurs comportements (une enquête en 2 vagues est menée, 2^{ème} vague début juin, pour voir si les tendances observées en avril se confirment). Quand on l'interroge sur le comportement des touristes, Vanessa Grandgagnage ne s'attend pas à ce qu'il change fondamentalement même si **« la crise liée au Covid va certainement renforcer les convictions de tous ceux et celles qui étaient déjà sensibilisés à la question du durable, des circuits courts, du local. Ce qui va changer la donne, c'est le facteur économique et la perte de revenus, et donc le pouvoir d'achat des touristes. »**

Quant au rôle du CGT dans ce contexte **« c'est de montrer qu'on peut accompagner le secteur à se réinventer, proposer autre chose, un autre tourisme. »** Au-delà des mesures nécessaires à court terme, Vanessa Grandgagnage et son équipe se préparent au développement de projets à moyen et long termes en réponse à la crise, qui est aussi une occasion de repenser le développement touristique avec des objectifs plus durables. Elle est convaincue qu'il faut favoriser la coconstruction transversale des projets, et impliquer davantage les autres compétences qui impactent l'activité touristique ou que le secteur influence, inclure les autres acteurs du territoire dans la réflexion.

⁹ Rapport de recherche de S Dournel, p 45- NB) S.Dournel est chercheur post doctoral en Géographie à Sorbonne Université



LE TOURISME VERT, LE TOURISME NATURE, L'ÉCOTOURISME EST-CE DU TOURISME DURABLE ?

Venons-en maintenant à ces notions de tourisme vert, de tourisme nature, d'écotourisme que l'on confond régulièrement avec celle de tourisme durable.

D'après S. Dournel, la notion de tourisme vert, qui est apparue sur le continent européen et qui renvoie aux notions d'agritourisme et de tourisme rural, est délicate à définir. De manière générale, le tourisme vert fait référence à la fréquentation et à la découverte des espaces ruraux par une population au mode de vie essentiellement citadin¹⁰. L'origine du tourisme vert remonterait au XIX^e siècle avec l'apparition de séjours en chambre d'hôtes, à la ferme, dans le Tyrol et en Angleterre (Cornouailles)¹¹.

Quant à l'écotourisme (notion anglo-saxonne remontant aux années 1980) et au tourisme nature (notion plus ancienne, apparue en Europe puis diffusée au Canada), ils sont souvent associées. Les deux renvoient à la découverte de la nature mais dans des zones à fort capital écologique patrimonial. Ils sont destinés à un public restreint, sensibilisé à la découverte et à la protection de l'environnement, toujours à l'affût de nouveaux horizons et patrimoines écologiques. Le dépaysement est la règle. Le principal défi de ces deux formes de tourisme repose sur leur succès qui nuirait à leur vocation première, à savoir la protection de l'environnement, en l'absence de mesures de régulation¹².

Toujours d'après S. Dournel, le tourisme durable est une notion plus récente qui viendrait en continuité de celles que nous venons d'évoquer afin de développer un tourisme plus respectueux des milieux et des hommes. La notion de tourisme durable qui se serait nourrie des réflexions qui ont eu cours lors du Sommet de la Terre en 1992 et qui se caractérise par son approche transversale et globale, s'applique à toutes les régions du globe¹³.

¹⁰ Rapport de recherche, S.Dournel, p 42

¹¹ Ibid, p 48

¹² Ibid, pp. 42;44;56

¹³ Ibid p 49 ;56



Soucieux de confronter ces différentes définitions à des interlocuteurs bien au fait des réalités de terrain en Wallonie et connaissant notre "tissu" touristique, nous nous sommes tournés vers la Haute École Robert Schuman à Libramont où on forme des spécialistes en tourisme durable.



Bernard De Myttenaere

Le professeur Bernard De Myttenaere, qui coordonne le bachelier en tourisme a immédiatement contextualisé la discussion : « **le tourisme vert est une classification d'ordre commercial. C'est un terme utilisé dans la communication pour vendre un produit facilement identifiable par le client. Mais il ne signifie pas du tout qu'on parle d'un produit durable pour autant.** » Quant à l'écotourisme « **c'est une forme de tourisme centrée sur la découverte d'un environnement naturel ou culturel local, ici encore, cela n'implique pas forcément qu'on se trouve dans un contexte de tourisme durable.** »

“IL FAUT TORDRE LE COU À CETTE IDÉE REÇUE SELON LAQUELLE UN TOURISME DIFFUS EST AUTOMATIQUÉMENT RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT ET, EN OPPOSITION, QU'UN TOURISME DE MASSE EST TOUJOURS NÉFASTE”

B. DE MYTTENAERE

D'où vient la confusion entre les trois ? « **Des activités touristiques aujourd'hui se qualifient de durables sur base de critères qui sont parfois erronés ou, en tout cas, incomplets. Par exemple, il existe une idée reçue en Wallonie à laquelle je m'efforce de tordre le cou et qui prétend qu'un tourisme diffus est automatiquement respectueux de l'environnement et, en opposition, qu'un tourisme de masse est toujours néfaste.** »

Pour faire le tri, il faudrait « **analyser chaque situation au cas par cas en considérant l'ensemble des paramètres pour déterminer ce qui est négatif et ce qui ne l'est pas vraiment.** »

Il appuie son propos d'un exemple « **un promeneur qui observe seul la faune à la jumelle sur un sentier peu fréquenté risque de déranger davantage les animaux peu ou pas habitués à sa présence au contraire de celui qui se trouve sur un sentier très fréquenté et bien balisé autour duquel la faune s'est totalement accommodée à la présence de touristes.** »

Est-ce que cette analyse peut aboutir à classer ou pas tel ou tel projet de tourisme comme un projet durable ? C'est complexe « **ça nécessite d'embrasser toute une philosophie.** »

Encore une fois le tourisme durable répond plus à une direction à suivre qu'à un but précis à atteindre dans la mesure où « **on ne peut déterminer un nombre précis de cases à cocher car cette liste est sans fin, il faut être constamment dans l'évolution vers plus de durabilité.** »

Pour aider les professionnels du secteur du tourisme en la matière, B. De Myttenaere nous informe que « **le CGT a lancé un projet sous la forme d'un MOOC (un cours écrit disponible en ligne, ndlr) sur le tourisme durable destiné à des étudiants et acteurs du tourisme grâce auquel on peut notamment déterminer à partir de quel moment on est ou non dans du tourisme durable.** »

QU'EN DISENT DES ACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

Parlons maintenant des outils qui permettent de caractériser et d'assurer la diffusion d'un tourisme durable sur les territoires. Autrement dit des labels. Vous aurez sans doute déjà entendu parler du Label Clé Verte coordonné en Wallonie, par la Fédération Inter Environnement Wallonie (IEW), et qui s'octroie par le respect d'un cahier de charges focalisé sur l'éducation à l'environnement. Dans la foulée, l'hébergeur s'engage à consommer raisonnablement les ressources en eau, en énergie, à générer peu de déchets, à acheter des denrées alimentaires locales, des produits d'entretien responsables, à favoriser l'accès au transport en commun ou aux pistes cyclables...

Anthropologue et éco-conseillère à l'IEW, Marie Spaey, nous en dit plus « **le label Clé Verte¹⁴ est un outil majeur pour le tourisme durable car il est reconnu par la Wallonie et largement répandu. On travaille déjà beaucoup avec Accueil Champêtre ou avec les Gîtes de Wallonie et on essaye de faire du lien avec d'autres initiatives pour le développer davantage, mais c'est difficile parce que des opérateurs d'horizons différents n'ont pas nécessairement l'habitude de collaborer.** » Dans le même ordre d'idées, Marie Spaey touche un mot de la dimension participative qui est essentielle dans le tourisme durable « **touristes et habitants d'une région devraient aussi être parties prenantes de l'offre de tourisme** » mais là non plus ce n'est pas facile à mettre en place !



Marie Spaey

Pour en revenir au label, Marie Spaey précise encore « **qu'il comprend une composante sociale mais moins présente si on la compare aux autres composantes parce que le label a été mis en place par au départ des environnementalistes. Cette composante sociale est difficile à intégrer dans la réflexion surtout dans le secteur du tourisme.** » Il faudrait aussi que d'autres acteurs s'investissent, en matière de mobilité par exemple « **si on incite les touristes à se déplacer de façon durable et qu'il n'y a qu'un bus qui passe par jour à côté d'un gîte ce n'est pas cohérent.** » Par ailleurs, nous relevons que des critères en lien avec le tourisme vert et le tourisme nature figurent dans le référentiel du label.

La labellisation d'un produit c'est une des manières de travailler sur le terrain et d'encourager les acteurs du tourisme à se renouveler et à évoluer constamment. On pourrait aller plus loin, nous dit-elle, « **les projets liés au tourisme pourraient présenter plus d'indicateurs avec des indices de durabilité et impliquer d'autres parties prenantes - mobilité, social, économique, culturel ... - dans la conception des produits.** » Assez vite, nous parlons avec notre interlocutrice, période de confinement oblige, du tourisme de demain. Les mentalités vont-elles évoluer ? Il faudrait, nous répond-t-elle que « **les touristes que nous sommes tous soient aussi acteurs du changement. C'est**

vrai que les investissements publics en Wallonie sont nettement supérieurs dans le secteur aérien que pour le cyclable... mais la responsabilité n'incombe pas qu'aux décideurs politiques ! Ces dernières années, on observe une véritable montée en puissance du tourisme "fast-food" où l'on multiplie des séjours en avion avec les désastres qu'ils occasionnent sur certaines destinations comme Barcelone pour ne citer que celle-là. Ces dérives sont aussi une résultante du poids des réseaux sociaux où il est bien vu de se prendre en photo sur une plage tropicale en plein mois de janvier. » Sans oublier cet effet mode qui se marque de plus en plus ces dernières années et qui consiste à multiplier les destinations à l'étranger parce que ça donne une bonne image de soi, socialement parlant !

Comment faire changer les mentalités ? « **Pour que le durable progresse, il faudrait qu'il devienne aussi sexy que le tourisme que l'on connaît actuellement, qu'un shift s'opère au niveau de notre conscience collective.** » Mais ça implique, ajoute Marie Spaey « **que les gens acceptent de payer un peu plus cher leur séjour et ça ce n'est pas facile à faire passer.** »

Quant aux idées à creuser, Marie Spaey n'en manque pas et selon elle, les pouvoirs publics ont un rôle important à jouer pour faire changer les choses et inverser les tendances : investir davantage dans le vélo tourisme, connecter entre elles les pistes cyclables, promouvoir notre patrimoine naturel qui est remarquable en Wallonie, aider à la promotion des séjours labellisés et des bienfaits que procure l'immersion dans la nature, proposer des incitants financiers aux hébergements touristiques qui investissent dans le durable... et de citer pour terminer, l'exemple de la ville de Bruges qui consulte sa population afin de prendre les mesures les plus appropriées quant à la gestion des flux touristiques sur son territoire.



Quand nous l'interrogeons sur les impacts que pourrait avoir la crise liée au Covid 19 sa réponse est très prudente « **oui la crise pourrait être un déclencheur en rappelant aux citoyens que le tourisme local est peut-être une meilleure option, en révélant la fragilité de notre économie et la nécessité de réinventer notre manière de consommer ... mais qu'advient-il de ces réflexions, de cette prise de conscience quand la crise sanitaire sera derrière nous. Aussi, il faut avoir du courage et une réelle vision pour orienter la relance de notre économie vers des choix qui garantissent la durabilité et la résilience** ». Wait and see !

14 www.greenkey.global

QUEL EST L'AVIS DE SCIENTIFIQUES ?

Pas facile de présenter Marc Dufrêne tant l'homme est engagé, actif, multi-casquettes ! Biologiste de formation, il est professeur à Gembloux Agro Bio Tech, expert du patrimoine biologique extraordinaire, spécialiste en services écosystémiques. Il est aussi Président d'Ardenne & Gaume, association de la société civile qui a pour but la préservation, la gestion et la promotion du patrimoine naturel, historique et paysager de Wallonie et qui a initié le lancement de sa nouvelle revue "Carnets des Espaces Naturels".



Marc Dufrêne

Le tourisme n'est pas sa spécialité, il s'empresse de nous le dire, tout en ajoutant qu'il est « **plutôt habitué aux sciences dures, à la mise en valeur de notre environnement et à sa préservation.** »

Lorsque nous en venons à parler du tourisme durable avec lui, il partage le point de vue de nos premiers interlocuteurs quant à une approche systémique du tourisme, aux nécessaires retombées pour les populations locales, à une offre de mobilité douce... Par contre, il considère que « **le tourisme de masse est incompatible avec le tourisme durable. Surtout sur des sites où la population locale est moins nombreuse que les touristes en haute saison. Prenons le cas de La Roche-en-Ardenne par exemple, il y a bien plus de touristes en été que d'habitants. Cette soudaine densité pose forcément des problèmes, c'est inévitable ! On sait que le tourisme,**

Selon Marc Dufrêne : « **Pour créer la demande en ce qui concerne le tourisme nature, il faudrait que les pouvoirs publics locaux s'impliquent. Dans un premier temps, ils doivent prendre conscience de la richesse et du potentiel touristique de leur territoire ... La multifonctionnalité de la forêt ce n'est pas que la fonction économique et les revenus de ventes de bois et de chasse. Les revenus indirects sont bien plus élevés et sont tout simplement en dehors de l'équation pour l'instant. Ce n'est pas normal ! La situation actuelle des ventes de bois est en train de jouer en faveur de cette réflexion ... Par exemple posons-nous la question en tant que commune est-ce qu'il vaut mieux avoir une activité sociale locale qui permet le maintien d'un café, d'un restaurant, de gîtes, d'activités de loisir ou préférons-nous nous en tenir aux seuls revenus de ventes de bois chaque année ? C'est un calcul à faire ! »**

quel qu'il soit, a toujours un impact, c'est certain. Avec le tourisme de masse, on multiplie cet impact, même si on essaye de le minimiser, c'est incontrôlable. »

Pour que le tourisme durable puisse se mettre en place, il est indispensable de reconnecter les urbains à l'environnement naturel qui les entoure « **les gens ne savent plus ce qu'est un cerf par exemple, la plupart n'en ont jamais vu. Avec un guide local qui connaît très bien son territoire, on peut emmener de petits groupes de touristes dans des endroits méconnus pour leur faire découvrir toute la richesse de notre nature et les reconnecter avec celle-ci. Et il est capital aujourd'hui de créer cette réconciliation entre l'Homme et la Nature. Cela est d'ailleurs aussi valable pour les habitants de la campagne ! Beaucoup d'ardennais de souche, surtout les jeunes, n'ont jamais vu un cerf sauvage de leur vie ! »**

Ce tourisme durable lié à la nature pourrait être générateur d'emplois en régions rurales. Pour amener des touristes au cœur de la nature tout en la respectant, il serait très intéressant de s'adresser à des interprètes spécialisés. On ne s'improvise pas "guide nature". Des formations existent comme par exemple celle organisée par les Cercles Naturalistes de Belgique. « **Les habitants locaux doivent se rendre compte de ce potentiel socio-économique à haute valeur ajoutée. Mettre en place des activités qui mettent en valeur le patrimoine naturel permet aussi de diversifier l'offre de prestations pour l'Horeca, les**

gîtes et les opérateurs touristiques en général.

Les pouvoirs publics, notamment communaux, doivent amorcer cette dynamique sur leur territoire, de manière à diversifier les ressources forestières traditionnelles que sont le bois et la chasse. Il y a beaucoup de façons d'agir, mais tout commence par une prise de conscience. »



Autre piste qu'évoque au passage notre professeur c'est que pour mieux valoriser encore les parcs naturels en Wallonie, il faudrait un conservatoire de la nature qui comme en France ne serait affecté qu'à cela pour coordonner les actions de protection, de gestion et de mise en valeur en concertation étroite avec les associations de conservation de la nature et les autres opérateurs. « **A l'heure actuelle c'est aux mains du Département de la Nature et des Forêts (DNF) et d'associations de la nature mais l'administration manque de temps et de moyens pour le faire tandis que les structures d'animation des parcs sont limitées et se focalisent plus sur l'aménagement du territoire que sur le développement de la nature. »**

Enfin nous terminons sur le Covid et l'après Covid, pour Marc Dufrêne « **les espaces naturels vont devenir un besoin vital car tout en offrant la possibilité de se ressourcer, de s'aérer ils vont permettre de pouvoir garder ses distances. Ce besoin va perdurer. C'est l'opportunité à saisir pour mettre les choses en place ! »**

ENQUÊTE AUPRÈS D'OPÉRATEURS DE TERRAIN

En Wallonie, les plus importants projets de territoire axés sur la préservation des patrimoines naturels et de leur paysage et sur la valorisation touristique de massifs forestiers sont menés par les Parcs Naturels d'une part et par les partenaires de « Forêts d'Ardenne » d'autre part. Nous les avons contactés pour nous entretenir avec eux de la manière dont ils développent les projets de tourisme sur leurs territoires.

C'est en tant que coordinateur de la Fédération des Parcs Naturels que nous nous adressons à Nicolas Nederlandt.



Nicolas Nederlandt

Outre la création de sentiers de randonnées ou didactiques, la promotion des circuits courts, des projets relatifs à la mobilité douce et le projet Natur'Accessible dans les différents Parcs dont nous avons connaissance, il nous entretient d'un projet plus structurant de mise en œuvre du tourisme durable lancé par la Fédération « *il faut savoir que depuis une quinzaine d'année, la Fédération des Espaces protégés européens (Europarc) a développé une Charte du tourisme durable uniquement destinée aux espaces protégés européens.* »

Cette démarche permet de développer une stratégie partagée par les acteurs du tourisme et de la préservation de la nature sur un territoire donné. Ensemble, ils conçoivent un Plan d'actions à moyen terme pour accompagner l'ensemble des acteurs vers des changements en profondeur. Cela permet également d'anticiper les demandes en créant de nouveaux produits touristiques durables dans toutes leurs composantes : mobilité, alimentation, logement, attractions, etc.

Intéressée par cette démarche, la Fédération des Parcs Naturels en Wallonie a proposé au CGT de réaliser une enquête auprès de leurs acteurs locaux afin de voir s'il était possible de mettre en œuvre cette charte dans les parcs naturels. Suite aux résultats très encourageants de cette enquête, la Fédération souhaiterait que cette démarche soit mise en œuvre au niveau de l'ensemble des Parcs naturels de Wallonie (71 communes et 33% du territoire de la Wallonie).

Puisqu'on parle d'évolution, nous en profitons pour demander au coordinateur de cette Fédération comment il voit l'après-crise Covid 19? « *C'est difficile, est-ce que les gens vont modifier leurs habitudes de consommation ... Ce qui est certain, c'est qu'il faut une stratégie commune pour le tourisme pour aborder cette nouvelle étape sereinement.* »



Un autre projet en cours de réalisation depuis plusieurs années, c'est celui relatif à la valorisation touristique des Massifs forestiers wallons, autrement dit le projet Forêts d'Ardenne.

Axé exclusivement sur la forêt wallonne et son potentiel touristique, ce projet coordonné par RND s'inscrit-il dans le cadre du développement durable? C'est la question que nous avons posée à notre collègue en charge du dossier, Valérie Doutrelepont, qui avec l'indispensable mais difficile prise de distance qu'un tel exercice nécessite, nous a apporté des éléments de réponse intéressants « *en tant que coordinateur du projet nous veillons d'abord à ce que sa mise en œuvre respecte la stratégie de valorisation sur laquelle il repose. Rappelons qu'elle avait été élaborée par le professeur Bodson de l'Université Catholique de Louvain, qui soucieux de la préservation et du respect du milieu naturel avait proposé une répartition de l'espace forestier en quatre grandes zones consacrées à l'usage touristique selon une intensité décroissante allant d'une zone à forte activité touristique jusqu'à la zone de quiétude- sanctuaire, largement plus importante où celle-ci est quasi nulle.* »



Valérie Doutrelepont

Forêts d'Ardenne s'attache aussi à mettre en valeur les spécificités du territoire et de sa population, les traditions, les usages locaux, les légendes propres à chacun des massifs « *c'est une action qui jusqu'à présent s'est faite un peu au hasard mais que nous allons structurer avec une action intitulée "Les Forêts d'Ardenne ont du talent" par laquelle nous inviterons les habitants des massifs à devenir ambassadeurs de leur région en faisant découvrir aux touristes les savoir-faire locaux ou en partageant avec eux la connaissance ou les particularités du territoire.* »



Depuis le lancement du projet, RND et les structures d'animation des massifs proposent des produits "englobants". C'est un terme un peu barbare pour désigner des séjours complets comprenant au moins une activité, une offre d'hébergement et de restauration. La volonté est de construire un projet de tourisme s'inscrivant dans le territoire et de nature à favoriser une économie locale, les circuits courts.

Dans son étude stratégique, le professeur Bodson fait clairement référence à la mobilité douce, et propose de combiner les séjours englobants avec les différents circuits lents tels le Ravel, les itinéraires de Grandes Randonnées, les parcours équestres etc, « **des offres commencent doucement à se mettre en place. Un de nos partenaires sur le Massif de Saint-Hubert crée des balades Zéro Carbone avec Train, Tram Bus et quelques membres hébergeurs proposent la location de vélo, le transport de bagages ou encore la navette à partir de la gare.** » Valérie Doutrelepont annonce aussi la sortie imminente d'un projet pour lequel RND s'est associé aux Sentiers de Grande Randonnée : « **la création d'un itinéraire pédestre inter-massifs permettant la découverte de chacune des localités constitutives des 4 massifs avec une offre de logement, de restauration couplée à des activités en lien avec la forêt.** »

« **Il y a encore du chemin à faire pour affirmer que Forêts d'Ardenne est un projet durable mais nous sommes sur la bonne voie** » ajoute Valérie. Les améliorations à apporter concernent le management environnemental, la mise en place de lieux d'échanges avec les acteurs du réseau pour une amélioration continue de leurs actions dans le sens du développement durable, l'utilisation d'indicateurs du tourisme durable tels ceux proposés par la Commission Européenne (ETIS), sans oublier tout le volet social « **sur lequel nous devons travailler** », comme dit Valérie « **pour permettre aux publics dits "fragiles", PMR ou précarisés de vivre des moments d'évasion, de ressourcement et de détente "forêt".** »

Par contre, où le projet Forêts d'Ardenne a été à l'avant-garde c'est en ce qui concerne la démarche participative et la mise en tourisme de la forêt qui s'est faite en tenant compte des autres fonctions et des autres usagers. C'est ce que Marie-Caroline Detroz, Manager en charge du

tourisme et du patrimoine naturel au sein de RND a testé pour la première fois en Wallonie en s'inspirant d'une démarche française intitulée "*Charte Forestière de Territoire*". Ça a été l'occasion de « **créer un lieu d'échanges en se dotant d'outils et de méthodes d'animation collective indispensables si on veut appréhender la forêt dans toute sa complexité. Il est important que toutes les parties prenantes – promeneurs/exploitants forestiers/propriétaires forestiers publics et privés/chasseurs, ... puissent s'exprimer sur leurs attentes, leurs besoins.** » Le résultat a abouti à la co-construction d'un programme d'actions concrètes "*sur-mesure*" qui ne demande plus qu'à être développé.



Marie-Caroline Detroz

Marie-Caroline en profite pour attirer notre attention sur une autre démarche participative en lien avec la forêt et menée dans le cadre du projet de gestion différenciée du Domaine de Freyr (Fondation Pairi Daiza) qui vise à promouvoir sur un espace de 1700 ha la gestion forestière durable, l'accès à un tourisme raisonné, la sensibilisation du grand public aux enjeux communs de la biodiversité, du réchauffement climatique et la valorisation économique des productions forestières de qualité sur cet espace de 1.700 ha de forêt. Cette démarche participative prendra la forme d'une « **agora citoyenne animée par l'équipe du projet Trial de l'Université de Liège.** »

La mise en œuvre de ces démarches au profit de la valorisation touristique de la forêt s'inscrivent incontestablement dans le cadre d'une vision durable de la gestion et de la valorisation de nos ressources naturelles mais de là à ce qu'elles soient utilisées au bénéfice du développement de produits/services venant en amont comme par exemple la création de produits touristiques proprement dits que ce soit en forêt ou en lien avec la forêt, il n'y a qu'un pas à franchir. « **Ça nous semble une voie à explorer davantage pour que la "prestation ou l'offre touristique" proposée soit à la fois respectueuse du milieu, de toutes les parties prenantes (habitants, touristes...) et du développement du territoire sous tous ses aspects.** »





Après avoir passé en revue ces différentes formes de tourisme on pourrait encore s'interroger en guise de conclusion, sur les enjeux liés à leur mise en œuvre d'autant que comme nous venons de le voir, des acteurs de terrain en Wallonie se proposent de faire évoluer leur projet vers davantage de durabilité. Pas étonnant quand on voit que l'écotourisme est amené à prendre une part de plus en plus grande dans le tourisme mondial ! Selon l'OMT, il devrait passer de 6% en 2012 à 12% voire 25 % dans les prochaines années¹⁵. A un moment donné, il conviendra d'être attentifs à ce que ces projets ne soient pas en quelque sorte, victimes de leur succès, en générant des impacts négatifs. C'est un risque qui exigera que l'on mette en place des systèmes de mesure, de contrôle pour en limiter les effets quelle que soit l'échelle (localité, massif forestier...) que ce soit sur les populations locales ou sur le milieu. Rappelons à ce sujet l'exemple de la ville de Bruges cité par Marie Spaey de l'IEW et qui pourrait utilement être reproduit dans d'autres localités touristiques ou ailleurs sur le territoire.

Il faudra aussi développer des projets qui ne focalisent pas que sur l'offre de tourisme mais qui associent les populations locales, prennent en compte les réalités culturelles, sociales, économiques de la région et développent une bonne gouvernance.

¹⁵ Cité dans le rapport Dournel, p.61

Comme le dit S. Dournel, il conviendra d'avoir « **une stratégie de développement viable dans le temps et l'espace** ». L'adoption d'une démarche systémique dont nous ont d'ailleurs parlé Marie Spaey de l'IEW et Vanessa Grandgagnage du CGT, est certainement de nature à répondre aux enjeux en lien avec les transports, les infrastructures ou les lieux d'accueil, les acteurs du tourisme mais aussi les agriculteurs, les commerces, les entreprises, les acteurs culturels, les diverses associations ... présents sur le territoire. Il faudra connecter le visiteur et l'habitant et mener un projet de tourisme qui vise au développement du territoire dans toutes ses composantes.

Autrement dit, la mise en œuvre de projets reposant sur le concept de tourisme de nature et de tourisme durable en Wallonie - région qui dispose assurément d'un patrimoine naturel qui ne demande qu'à être valorisé - exigera que l'on traduise et applique ces concepts en interrogeant nos manières de penser, de décider, d'agir, d'aménager et en les articulant avec les réalités de notre territoire.

Pour terminer, nous vous invitons à prendre connaissance dans les pages suivantes, d'un document transmis le 26 mai par Hadelin de Beer de Laer Enseignant-chercheur à la Haute Ecole Robert Schuman à Libramont. Il y analyse l'impact du Covid sur l'activité touristique et nous propose des pistes d'actions.

RÉUSSIR SON ANNÉE TOURISTIQUE !



Hadelin de Beer de Laer

Enseignant et Chercheur à la Haute
Ecole Robert SchumanHAUTE ÉCOLE ROBERT
SCHUMAN

Jusqu'au COVID-19, tout allait bien, Madame la Marquise, tout allait bien, tout allait bien ! La chanson est connue. Et le Covid aurait tout mis par terre, en condamnant l'année 2020 ? Pas si vite !

La disparition du tourisme n'a heureusement pas eu lieu durant la haute saison (figure 1) et on peut estimer la perte des nuitées par la surface hachurée en vert. On peut croire qu'en juin le tourisme redémarrera, qu'en juillet et août les hébergements feront le plein. Comme, selon une étude menée par Dedicated Research pour la Direction du Développement Stratégique du Commissariat Général au Tourisme (CGT), beaucoup de Belges pensent ne pas partir ou pouvoir partir en juillet et août à l'étranger, il y aura une soif d'évasion qui pourrait être exploitée de septembre à décembre (surface hachurée en orange, exemple de la province de Luxembourg).

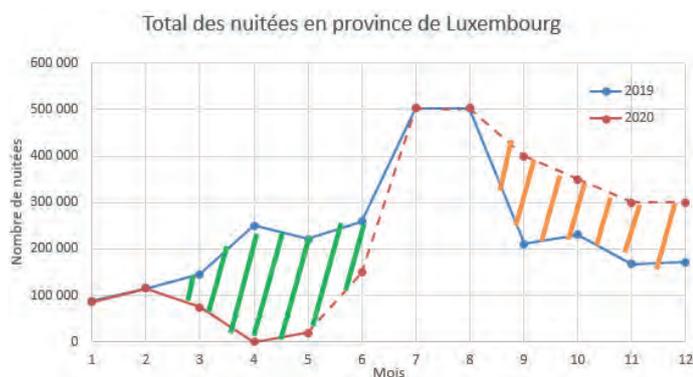


FIGURE 1: NUITÉES EN PROVINCE DE LUXEMBOURG, SOURCE: [HTTPS://STATBEL.FGOV.BE/FR/THEMES/ENTREPRISES/HORECA-TOURISME-ET-HOTELLERIE](https://statbel.fgov.be/fr/themes/entreprises/horeca-tourisme-et-hotellerie)

Il y a bien sûr des conditions, dont le fait que le touriste se sente en sécurité virologique, notamment par le développement de labels ou le respect d'une charte. L'étude réalisée par Dedicated Research montre que

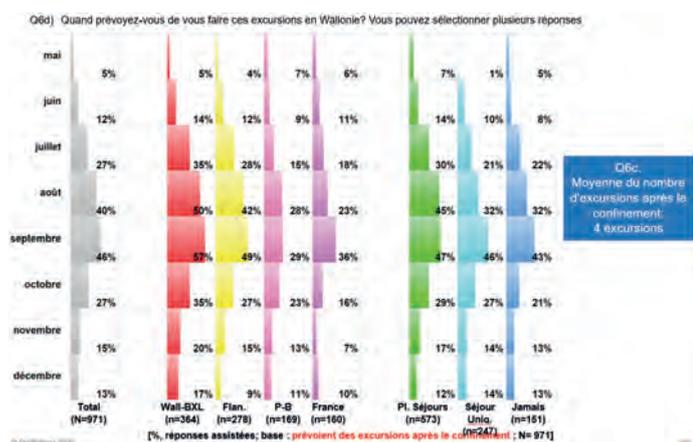


FIGURE 2: EXTRAIT DE L'ÉTUDE RÉALISÉE PAR DEDICATED RESEARCH

septembre et octobre sont déjà considérés comme des mois qui seront plus touristiques (figure 2). Une communication serait bienvenue pour faire de même avec novembre et décembre.

Il faut remarquer que ce qui intéresse les opérateurs, c'est leur chiffre d'affaire, et le confinement s'est réalisé en période de prix peu élevé. Si les prix sont plus élevés de septembre à décembre, l'année 2020 pourrait être encore meilleure que celle de 2019 (figure 3 par rapport à la province de Luxembourg, le profil est indicatif car on ne dispose pas du CA par province).

Profil possible du CA mensuel en Luxembourg

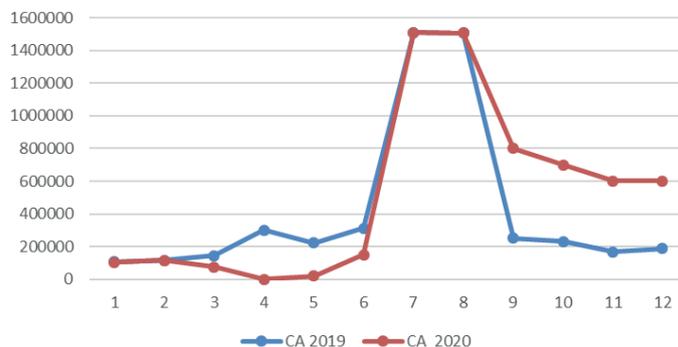


FIGURE 3: CHIFFRE D'AFFAIRE MENSUEL DU TOURISME EN PROVINCE DU LUXEMBOURG POUR L'ANNÉE 2019 ET DÉBUT 2020 + PROJECTION POSSIBLE POUR FIN 2020

Comment peut-on « gagner » l'arrière-saison ? On devra trouver un mécanisme très différent de ceux utilisés par des territoires touristiques désertés après une catastrophe naturelle ou des attentats... Ceux-ci font appel à la publicité massive et à la réduction des prix dans une tentative de créer un avantage comparatif par rapport à d'autres destinations. Or ici, tous les territoires sont dans une situation identique et on ne créera pas d'avantages comparatifs. Il faut utiliser un autre mécanisme : la solidarité, la compassion et le plaisir sain.

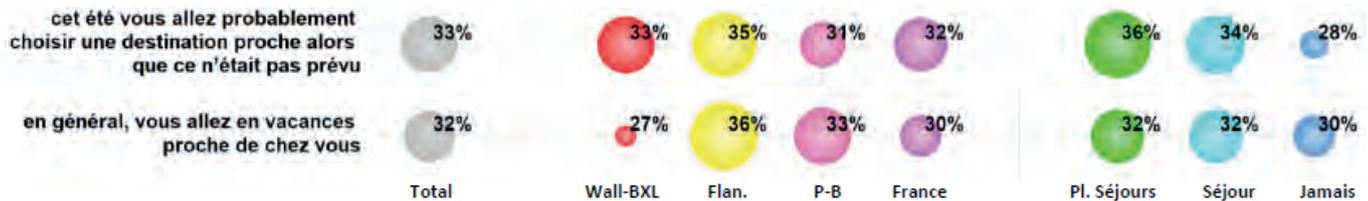
Il se fait que les Wallons et Bruxellois ont l'intention de faire du tourisme plus proche, selon l'étude de Dedicated Research (33% + 27%) et 85% l'envisagent probablement ou certainement cette année (figure 4).

AGIR SUR PLUSIEURS FRONTS

Pendant le confinement, les opérateurs doivent se préparer à se parer de tous leurs atouts : rénover leurs

Les Wallons et Bruxellois ont l'intention de faire du tourisme plus proche.

Q5j) Dans quelle mesure allez-vous envisager une destination très proche de chez vous (disons moins de 200 km environ) pour vos vacances de cet été, suite à l'épidémie en cours ?



La grande majorité de l'échantillon prévoit de visiter la Wallonie

Q7c) Envisagez-vous d'y aller un jour ?

- Non certainement pas
- Non probablement pas
- Oui probablement
- Oui certainement

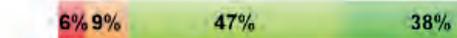
Total (N=3.011)



Envisagent probablement/certainement

74%

Wallonie / Bruxelles (n=800)



85%

Plus de la moitié des vacanciers prêt à modifier leur(s) projet(s) pour soutenir le secteur

Q8a) Seriez-vous disposé à modifier vos projets de vacances, pour soutenir l'économie touristique de votre pays ou région ?

- Vous ne savez pas
- Certainement pas
- Probablement pas
- Probablement
- Certainement, il faut soutenir

Total (N=3.011)



Probablement & certainement

55%

Wallonie / Bruxelles (n=800)



61%

FIGURE 4: EXTRAITS DE L'ÉTUDE MENÉE PAR DEDICATED RESEARCH AVEC LA DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DU COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU TOURISME (CGT)

installations, concevoir des packages... Ils doivent aussi montrer qu'après ne sera pas comme avant : or on parle beaucoup de résilience, et de catastrophes aussi graves qui arriveront avec le changement climatique : ils doivent donc faire des efforts environnementaux. Ils doivent aussi devenir plus connectés, non seulement parce que c'est dans l'air du temps, mais parce que les clients trouveront normal d'atteindre les choses de manière connectée. Et enfin, ils doivent montrer le souci des autres, en achetant local. Les pouvoirs publics wallons doivent aider à ce mouvement : soutien pour mise en ligne avec plateforme wallonne ORC ; formation et subside à la labellisation environnementale ; soutien à la différenciation (aide stratégique, aide architecte d'intérieur...) ; soutien à la coalition d'acteurs et à la création de package...

Après le confinement, les mêmes principes devront être poursuivis, accompagnés par une campagne de sensibilisation qui fait appel à la solidarité des consommateurs, qui pour partie n'auront pas dépensé leur argent ailleurs. L'étude de Dedicated Research montre que 61% des Wallons et Bruxellois sont prêts à soutenir

le secteur (figure 4). Pour rendre visibles les acteurs touristiques qui « jouent le jeu », je propose une charte ou une marque attribuée aux opérateurs qui respectent les critères suivants :

- > **Environnemental** : disposer dans l'année d'un système de management environnemental (EMAS / ISO 14.000) ou d'un label (clé verte; EU) ;
- > **Social** : avoir un label d'accueil des PMR (accés-i) ou participer à l'accueil public fragilisé ;
- > **Economique** : disposer d'un package avec 3 acteurs touristiques du territoire, et proposer au moins 50% de produits locaux dans la nourriture.
- > **Gouvernance** : les acteurs doivent participer à la dynamique territoriale et s'engager dans le mécanisme Wallonie Destination Qualité. De plus, ils doivent se faire reconnaître par le CGT.

En agissant ensemble, il y a de l'espoir !

H. de Beer de Laer

ENTRE VISION FUTURISTE ET INNOVATION :

ET SI LES FORÊTS D'ARDENNE DEVENAIENT UNE SMART DESTINATION...

Mais un territoire « smart » c'est quoi ? c'est l'équation de la technologie numérique au service du territoire et son adaptation aux enjeux sociétaux présents et futurs de nos milieux de vie.

L'humain est au centre et les services optimisés, on y réfléchit autrement, collectivement, les innovations foisonnent un peu partout aujourd'hui et encore en toute liberté.

On repense les fondamentaux de notre « vivre ensemble » ; la sécurité, les flux, les transports, la santé, l'écologie,... le numérique implique des mutations auxquelles le tourisme vert se prépare déjà...



Lancer ou recevoir des alertes en temps réel !

“ Dans un futur lointain ou proche, Louane et Hugo descendent du train express sur base d'une suggestion de leur bracelet connecté. La veille, notre couple a choisi de faire un break, une mise au vert en Forêt d'Ardenne sur base des notifications reçues de leur « assistant personnel connecté ». Il leur a indiqué une destination « forêt » conforme à leurs profils respectifs, leurs envies, la durée, les offres de dernière minute... Louane et Hugo ont confiance en leur assistant qui a collecté des indications concernant leur historique consommateur et les tendances actuelles... il pourrait même leur dire qu'ils prennent chacun leur café tout noir ou parfois avec un sucre...

Retournons auprès de notre couple qui s'apprête, en ce début de long weekend, à rejoindre son hébergement avec au choix un transport partagé qui vient de s'arrêter à la gare ou via le système de navette mis en place par la destination de leur choix. Voulant profiter de la belle journée qui s'annonce, un système préviendra directement l'hébergeur que ses hôtes arriveront plus tard et la conciergerie « online » de la destination se chargera de déposer leurs bagages dans un point relais désigné par l'hébergement.

Pendant ce temps Louane et Hugo vont tester le dernier tronçon d'une promenade proposée par leur « gestionnaire de séjour » une application en lien avec toutes les offres disponibles sur le territoire et en adéquation parfaite avec les attentes de nos deux visiteurs. En fonction de leur forme physique, du choix de type de paysage, de la météo et du timing de la journée, l'application leur propose une balade « éveil sensoriel » de 5 km en pleine forêt.

Le parcours est fléché en réalité augmentée, projetée directement sur leurs lunettes. Des indicateurs visuels leur indiquent telle plante sauvage, tel arbre et en font la description - en espagnol la langue maternelle de Hugo. L'application sur leur « App'phone » propose tel panorama avec des exercices respiratoires pour se détendre ou

encore tel « spot » photo « liké » par d'innombrables utilisateurs. Bien sûr les propositions ont été croisées pour répondre au mieux aux choix de chacun !

Sur le tracé deux zones « régénération » clignotent sur leur carte virtuelle, elles sont fermées au public. Avec les beaux jours, de nombreux marcheurs ont emprunté ce sentier et la structure en charge de la préservation des espaces naturels a décidé de les fermer pour une période de « repos- régénération ».

Soudain, ils reçoivent une alerte leur indiquant qu'une zone de chasse est à 326 mètres et leur indique de bien respecter le tracé proposé. Hugo s'interroge et demande à savoir quel type de gibier est chassé dans la forêt qu'il traverse. Dans le ciel, un ballet discret d'oiseaux bizarres, quelques drones silencieux, quadrillent le ciel et participent à la diffusion d'informations en temps réel. Parmi eux, Hugo croit reconnaître un rapace, il le photographie et son application intégrée lui indique directement qu'il s'agit d'un milan. Amusée, Louane lui propose de faire un quizz « histoire » ou encore de visualiser avec leurs lunettes une vieille voie romaine qu'ils viennent de dépasser.

En cours de balade, Hugo commande un lunch au contenant intégralement biodégradable qui sera déposé dans une des balises-totems fermées par code, une fois la promenade terminée à la sortie de la forêt, dans exactement 21 minutes. La livraison en milieu naturel, par drone est possible, mais c'est un service innovant qui coûte encore fort cher en raison de sa nouveauté, cependant tout laisse à penser qu'il se démocratisera bien vite ! Une pluie s'abat soudain, leurs habits légers s'adapteront immédiatement à ces changements... sur le trajet vers leur hébergement, Hugo et Louane parlent de leur prochaine escapade « forêt », un séjour « aventure » qui promet d'être inoubliable... La dernière mode ce sont les weekends hors connexion à la boussole... » ”

FABLE MODERNE DU VISITEUR CONNECTÉ

Si ce récit futuriste fait peur à certains et en fait sourire d'autres, il est certain que l'innovation touristique résultera d'une maximisation des données et donnera lieu à une prolifération de services et produits en tous genres où chacun essaiera d'avoir sa part du gâteau. Si l'innovation technologique dans le domaine du tourisme peut laisser craindre une perte de liberté individuelle et une gestion des paramètres de tous les instants, elle pourrait présenter aussi une avancée possible et remarquable pour un meilleur équilibre entre l'écologie, la préservation des espaces naturels et les flux touristiques. Les enjeux sociologiques, environnementaux et économiques liés aux nouvelles technologies sont considérables.

UN CHALLENGE « SMART » POUR LES TERRITOIRES

Très vite, certaines métropoles se sont tournées vers la technologie afin d'optimiser l'efficacité des transports, la consommation énergétique et la sécurité dans les centres urbains « connectés » d'autant plus, dans les villes à très forte « densité touristique ». Pass digital, tram connecté, réalité augmentée, programme en ligne et en temps réel, indicateurs de trafic, le tout analysé par une multitude de capteurs déclinés en autant d'applications... Si beaucoup d'efforts sont consacrés au tourisme urbain, et à la gestion des villes en particulier, le risque est de se retrouver avec des épices hyper développés au détriment du reste du territoire, exception faite des territoires leaders en matière de tourisme balnéaire ou alpin et pesant lourd dans les recettes... ce qui augure d'un clivage entre les territoires technologiquement équipés et les autres.

« PENSER « SMART » EN TOURISME EST DEvenu INCONTOURNABLE. »

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE POUR LA DESTINATION DES « FORÊTS D'ARDENNE »

L'innovation technologique est un véritable enjeu pour la destination des « Forêts d'Ardenne », et le tourisme sur les espaces naturels et forestiers en général. De nombreuses solutions connectées existent déjà en Forêts d'Ardenne. Citons les promenades sur carte à télécharger sur son Smartphone de la Grande Forêt de Saint-Hubert, le Jeu en réalité augmentée « Luna et les gardiens de la Forêt » de la Forêt de Semois et Houille. Le touriste étranger, grâce à des outils de traduction instantanée sur smartphone, peut lire les textes traduits automatiquement dans sa langue, sur son écran en situation réelle. On peut s'informer sur une plante en utilisant une application de reconnaissance visuelle dédiée. On peut découvrir l'étendue d'une forêt, voir du ciel l'endroit où on se trouve et voir son chemin via les images satellites couplées aux données GPS.

En fonction de son moyen de transport, sa capacité, son temps ou son activité, des promenades différentes sont proposées. On peut recevoir automatiquement une alerte si une pluie va bientôt arriver à l'endroit où on se situe. Si on se balade entre deux gares, on peut voir le trafic des trains en temps réel sur une carte et mieux prévoir ses déplacements.

Des solutions existent et sont transposables en Forêts d'Ardenne, comme des alertes transmises à des objets connectés pour concilier les zones dédiées à la promenade et la chasse, des applications de collecte de déchets par

prise de photos géolocalisées de dépôts clandestins ou d'endroits sales. On peut placer des poubelles connectées qui indiquent quand elles sont pleines ou si elles brûlent. On peut se balader en forêt avec une promenade audio augmentée, c'est-à-dire qui offre un contenu explicatif, de la musique dédiée, montre des documents spécifiques, des cartes postales, présente tel ou tel arbre en fonction du lieu où on se trouve. De nouvelles fonctions premium apparaissent sur les logiciels de promenade comme la réalité augmentée avec des flèches virtuelles à l'écran indiquant les points de repère, les chemins et les directions en surimposition sur les images de votre caméra.

Dans le futur, pour la forêt, on pourrait aussi réfléchir à mettre en place des produits spécifiques comme de la surveillance, du comptage, du ravitaillement ou des premiers secours par drones communiquant avec votre appareil connecté (montre, bijou, téléphone,...). L'intégration prédictive et visuelle des horaires des transports en commun en fonction de son parcours et de ses intentions, de ses arrêts, de sa vitesse, de son moyen de déplacement. Se faire récupérer à un endroit précis en forêt et se faire conduire à sa destination, sorte de taxi à la demande amélioré sera possible.



Réalité augmentée en Forêts d'Ardenne

En fonction de l'endroit où on se situe, on pourrait recevoir des offres « last minute » de restaurants, des offres de spectacle qui ont lieu dans la région en temps réel. On pourrait découvrir un débardeur à cheval en action sur son lieu de travail ou interdire une zone fragile ou de reproduction. On pourrait créer un programme d'ambassadeurs de la forêt qui récompense les visiteurs fréquents ou exemplaires... Bref, ce ne sont pas les idées qui manquent.

Pour tirer le meilleur de toute cette nouvelle technologie, il faut rassembler les différents acteurs de terrain, mettre en place des hotspots, des informations où télécharger telle application ou aller sur tel site, il faut rassembler et faire le lien entre les différentes applications et sites web, faire de l'intégration et c'est une des choses que nous nous efforçons de réfléchir chez RND. Il faut stimuler les acteurs touristiques des Forêts d'Ardenne et réfléchir ensemble la « destination forêt » de demain et l'intégration des progrès numériques et le développement de notre secteur touristique au service de nos visiteurs et de la communauté en général. Penser « smart » en tourisme est devenu incontournable.

L'ECOTOURLAB : UNE INNOVATION EN WALLONIE TANT POUR LE TOURISME QUE POUR LA FORÊT !

En partenariat avec l'Université de Liège-Gembloux Agro-Bio Tech et l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA-France), RND mène actuellement des actions destinées à mesurer l'attractivité des paysages et des forêts d'Ardenne, en mettant au point un outil de monitoring de l'usage récréatif des espaces naturels et forestiers, et cela via le projet Interreg V Grande Région « Agreta ». L'objectif vise à révéler les attentes des « consommateurs de ces espaces forestiers » (visiteurs, touristes, promeneurs,...), et à mesurer l'usage récréatif de ceux-ci. À terme, il serait opportun d'évaluer dans quelle mesure les attentes des visiteurs sont satisfaites et si la valeur économique des services associés peut être estimée.

COMMENT ALIMENTER L'OUTIL DE MONITORING EN DONNÉES ?

En 2009, dans le cadre de sa thèse de doctorat réalisée à l'Université de Liège-Gembloux Agro-Bio Tech, Vincent Colson chiffrait la valeur de la fonction récréative de la forêt à plus ou moins 2 milliards d'euros par an. De son côté, le Professeur Bodson (UCL- 2008) estimait qu'avec une fréquentation de l'ordre de 113 millions de visites par an, l'impact social de la forêt wallonne était considérable.

Si les principales raisons de visiter l'Ardenne tournent autour de la nature - les balades et randonnées, les activités de pic-nic et l'observation de la faune et la flore - force est de constater avec regret, qu'actuellement, nous disposons de peu de données chiffrées sur la fréquentation de ces espaces naturels et forestiers tant prisés en Wallonie.

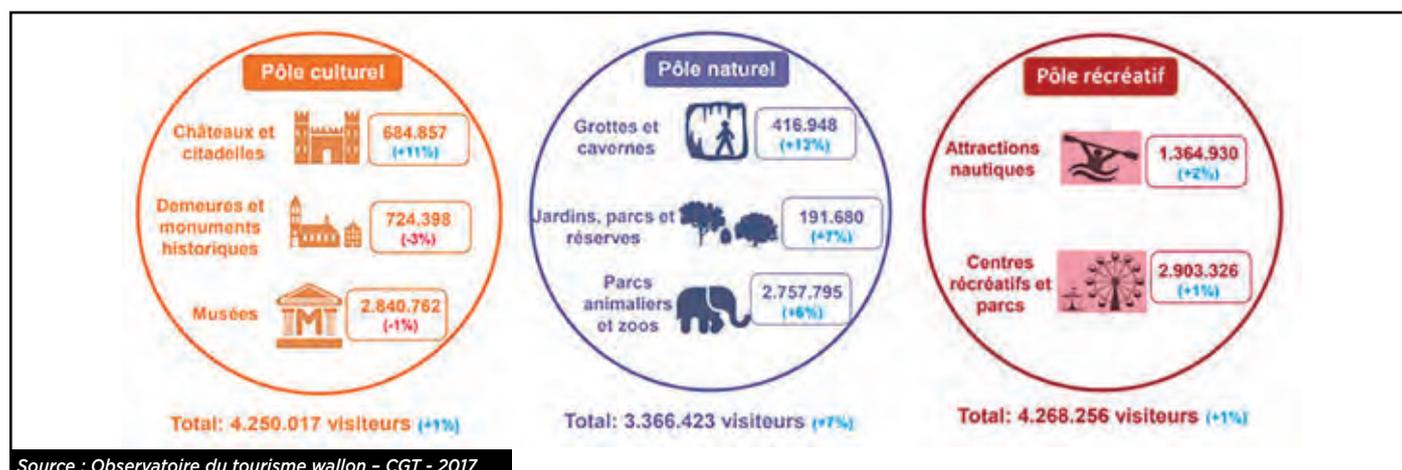
Le graphique ci-dessous reprend quelques chiffres clés : près de 3,3 millions de touristes fréquentent les activités du pôle « nature » dont près de 2 millions rien que pour Pairi Daïza. Ces activités sont liées à la consommation dite « payante » c'est-à-dire avec un droit d'entrée. Qu'en est-il des autres activités « libres d'accès » dans nos forêts ? Des séjours dits « écotouristiques » verts ou colorés forêt ? Depuis le début de leurs travaux en 2017, les partenaires du projet Agreta collectent des données de fréquentation issues d'appareils de mesure présents sur différents sites na-

turels (caméras, données Proximus, ...) et via des enquêtes et questionnaires (en ligne, sur le terrain) auprès des opérateurs touristiques et du grand public. Ces données, en cours d'analyse vont pouvoir alimenter cet outil de « monitoring » et de suivi de la fonction récréative de la forêt wallonne.

UNE GESTION DURABLE DES ESPACES NATURELS GRÂCE AUX DONNÉES

Le tourisme, et plus encore, le tourisme vert, est un secteur où l'innovation digitale est intense mais où l'on constate finalement une faible usage des données voire même le peu d'intérêt qui leur sont portées. Acquérir de la donnée et la partager permettrait de mieux connaître et par définition de mieux gérer la présence et la qualité des ressources naturelles locales dans un souci de développement durable de ces espaces tout en considérant l'impact de l'activité touristique sur ces écosystèmes. Objectif : « penser » un tourisme vert et raisonné en équilibre avec les enjeux économiques liés à son développement.

Pour illustrer, par un exemple, le potentiel des données, en France, sur certains sentiers fortement pratiqués par les randonneurs, des données relevées par satellite ou drone sont collectées afin de donner un aperçu ponctuel de l'état des voies et leur trafic. Anticipativement, à partir d'un certain seuil de fréquentation, des alternatives de randonnées sont proposées afin de préserver les écosystèmes.



Source : Observatoire du tourisme wallon - CGT - 2017



LA DÉMARCHE LIVING LAB : UNE INNOVATION

Grâce à l'accompagnement de deux experts - le CETIC et Créative Engine Wallonie - nous expérimentons la méthodologie « living lab » pour co-construire cet outil de monitoring en y associant des représentants du grand public, des opérateurs locaux et touristiques, des scientifiques, les partenaires du projet en tant qu'acteurs et collaborateurs. Pour ce faire, nous organisons différents ateliers « Ecotourlab », qui sont de véritables lieux collaboratifs, d'échange, de partage, de concertation et de dialogue. C'est la méthode innovante Living Lab !

LA MÉTHODE LIVING LAB, QUESACO ?

Un Living Lab ou littéralement « laboratoire vivant » est une méthode de recherche en innovation collaborative qui vise le développement de nouveaux produits et services. C'est un processus d'idéation avec les futurs usagers et qui s'appuie sur un groupement mixte d'usagers public-privé-citoyen. Le living lab, et dans ce qui nous occupe l'Ecotourlab, permet une approche innovante en intégrant l'implication des usagers de tous les horizons et de tous les champs d'activités en lien avec les espaces naturels et forestiers. Il veut mettre à profit leur expertise propre dans la conception d'un outil servant à une communauté d'acteurs et d'utilisateurs.

L'outil de monitoring idéal devrait permettre de :

- Mutualiser, partager et échanger les données entre les utilisateurs dans le but de poursuivre l'action de mesure de la fréquentation des espaces naturels et forestiers.
- Aider dans le choix des produits et services à développer => données objectives et utilisables, afin d'obtenir des informations clés permettant le développement de nouvelles stratégies territoriales.
- Évaluer la pertinence des produits et services, leur efficacité par rapport aux attentes des visiteurs/utilisateurs des espaces.

CONCRÈTEMENT OÙ EN SOMMES-NOUS ?

Les deux premiers ateliers participatifs nous ont permis d'établir les différentes catégories d'utilisateurs des espaces naturels et forestiers, de travailler sur le parcours des utilisateurs, de faire émerger toutes les données existantes ou à collecter intéressant les utilisateurs et les informations nécessaires au fonctionnement de l'outil. Nous avons ensuite réfléchi de manière collective aux fonctionnalités de base de cet outil. Les acteurs du tourisme expriment des besoins en données touristiques (sites, visites, parcours, événements, etc.), en données de géolocalisation et géographiques (aménagement, zones de délestage, sentiers pédestres et cyclables, bivouacs, ...) et en données de services (hébergement, restauration, activités, centre d'informations touristiques, etc.).

Ces données existent de manière hétérogène et sont souvent peu mutualisées. Ce qui fait penser que l'outil aurait également une fonction d'agrégateur de données.

Les possibilités d'applications sont nombreuses et la complexité de la démarche tient dans le fait d'établir un fonctionnement de partage ; allant toujours dans les deux sens du donneur et du receveur de données, plutôt que de diffusion.

ET POUR LA SUITE ?

Au travers de nouveaux ateliers « Ecotourlab », nous devons déterminer les fonctionnalités retenues à l'issue du sondage en ligne Mesydel qui sera soumis à un panel très large d'utilisateurs. Nous devons débattre collectivement des aspects technico-légaux de la création de cet outil à proprement parler. Définir la forme de cet outil : une plateforme interactive, par exemple, ou une application numérique ? Les fonctionnalités que l'on pourra y retrouver, le fonctionnement de partage des données, etc.,... mais également les questions liées à la forme juridique et sa gouvernance, les partenariats possibles et nécessaires ou encore son financement.

EN CONCLUSION, ...

En tant que coordinateur du projet touristique « Les Forêts d'Ardenne » RND pense au travers de la pérennisation de la démarche, à utiliser tout le potentiel des données pour mettre en place des indicateurs. Ces indicateurs permettraient d'évaluer la portée des actions pour un territoire dans le développement du tourisme vert et « forêt » et plus précisément pour le projet « Les Forêts d'Ardenne ».

Anticiper et répondre aux attentes des « consommateurs des espaces forestiers », identifier les interactions d'un territoire avec ses espaces, sont les enjeux de demain si l'on veut que l'Ardenne et l'usage récréatif de ces espaces prospèrent en visant au développement durable tant pour l'homme que pour les espaces naturels et forestiers. Les données résultantes des progrès des outils technologiques actuels ouvrent le champ des possibles, des perspectives nouvelles s'offrant au tourisme vert et son développement.

LES FORÊTS D'ARDENNE, UNE DESTINATION...

PLUS QUE JAMAIS TENDANCE
SUR LE MARCHÉ TOURISTIQUE



Les Forêts d'Ardenne

Votre destination touristique wallonne



Force est de constater que les actions mises en place par les acteurs du réseau des Forêts d'Ardenne que coordonne Ressources Naturelles Développement sont une réponse à une attente forte de la clientèle touristique en recherche de nature. Organiser l'offre par la création de séjours packagés 100% forêt, à l'image des sports d'hiver et tel que préconisée dans l'étude stratégique de valorisation touristique des massifs forestiers réalisée par le professeur

Bodson et créer l'expérience touristique forêt sont des démarches d'innovation touristique prenant en compte les envies des touristes et leur mode de consommation. Ces offres et expériences permettent, comme on peut l'observer avec la Destination « Canada », d'être de véritables « ambassadrices » de la destination, d'ancrer celles-ci dans les valeurs de la destination Forêts d'Ardenne et d'avoir ainsi un positionnement « nature » fort.



Depuis quelques mois, RND met en œuvre une démarche s'inspirant d'une initiative française « Esprit de Picardie » destinée à aider les acteurs touristiques des Forêts d'Ardenne à satisfaire pleinement le visiteur aux attentes de plus en plus complexes, et en particulier en matière de qualité de services personnalisés. Elle se fait aider dans sa démarche par deux experts en développement touristique Laurence Docquir, consultante en ingénierie touristique et Denis Genevois, expert en e-marketing.

Cette vision nouvelle du tourisme est basée sur la mise en relation des visiteurs avec les hébergeurs (hôtels, gîtes, chambres d'hôtes, ...), les restaurateurs, les promoteurs d'activités, les habitants. Le visiteur devient ainsi un invité des Forêts d'Ardenne. Il doit pouvoir bénéficier de leurs conseils, de leurs bonnes adresses, et recevoir ainsi de la part des acteurs touristiques les clés afin de pouvoir bénéficier des meilleures expériences liées à la découverte de la forêt, et de la connecter instantanément au territoire, c'est-à-dire à l'Ardenne.

Nos partenaires du réseau Forêts d'Ardenne, fiers d'en être acteurs et soucieux de la sauvegarde du patrimoine fragile des espaces naturels, préparent actuellement les premières expériences « Signature Forêts d'Ardenne ». Celles-ci se retrouveront fin juillet sur notre tout nouveau site internet Forêts d'Ardenne. Découvrez ci-contre le témoignage de Sarah Leconte, propriétaire du Gîte « Aux légendes d'Ardenne »

Sur chacun des 4 massifs - La Grande Forêt de Saint Hubert, la Grande Forêt d'Anlier, la Forêt de la Semois et de la Houille et la Forêt du Pays de Chimay- RND, en synergie avec les structures de portage, accompagne les opérateurs touristiques sur le terrain à développer des offres innovantes et expérientielles, entièrement dédiées à la forêt et en lien avec les attentes du public. Notre approche nécessite de l'innovation, de la créativité et une professionnalisation en sensibilisant nos acteurs au développement respectueux et harmonieux du tourisme vert et aux bénéfices d'un partenariat porteur entre opérateurs touristiques. Tant les séjours englobants/packageés que les expériences requièrent davantage de mise en réseau : tel hébergement sollicite le traiteur du village voisin pour ses paniers repas ainsi que la cueillette de plantes sauvages organisée par une guide passionnée du coin...toutes ces personnes sont mobilisées autour du même projet et une collaboration se crée, dynamisant le réseau, formant un véritable tissu et renforçant le caractère identitaire de la destination. Nous avons été chaleureusement accueillis par tous ces acteurs de terrain, enthousiastes quant au développement de leur territoire, fiers d'en être acteurs et soucieux de la sauvegarde du patrimoine fragile des espaces naturels. Les 16 premières expériences « Signature Forêts d'Ardenne » se retrouveront fin juillet sur notre tout nouveau site internet FA. Vous pourrez ainsi les découvrir en exclusivité au Village de l'Agriculture durant la Foire Agricole et Forestière 2019.



Paysage « Les Hayons »



© Sarah Leconte : Chambre - « Aux légendes d'Ardenne » à Carlsbourg



Développer le tourisme c'est aussi maîtriser la communication et ses différents outils. Avec l'expertise de Denis Genevois et d'autres études et analyses issues de consultants en marketing touristique, nous avons pu mettre en lumière les nouvelles techniques de communication et la bonne pratique des réseaux sociaux. Faire naître un nom, une appellation reconnaissable, notre marque Forêt d'Ardenne garante d'un tourisme vert de proximité, de qualité et durable, nécessite un positionnement fort et une stratégie de « branding » qui consiste à augmenter la visibilité de la marque. Notre nouveau site internet en sera le porte-drapeau. Celui-ci sera complété, bien entendu par d'autres outils de communication que nous développons : les carnets thématiques dont le premier met en lumière la gastronomie « Régalez-vous en Forêts d'Ardenne » fait la part belle aux produits de bouche « forêt » et invite le lecteur à partir à la rencontre de quelques acteurs du réseau. Le deuxième sortira en été et retracera le voyage imaginaire d'un visiteur en Forêts d'Ardenne de façon intimiste. Enfin le 3^{ème} carnet présentera la Nature par les sens en 2020 en prévision de l'année à thème prévue par Wallonie Belgique Tourisme sur la nature.

quelle RND collabore étroitement, elle est aussi un véritable territoire d'expériences uniques.

La destination des Forêts d'Ardenne est véritablement une destination qui veut refléter autant l'engagement humain et l'accueil, l'ouverture aux autres que l'esprit d'un tourisme vert durable de l'Ardenne, source de bien-être, favorable à la détente aux émotions.

RENCONTRE AVEC SARAH LECONTE DE CARLSBOURG

« En rencontrant RND et le projet Forêts d'Ardenne, j'ai trouvé l'opportunité de réaliser un projet qui me tenait à cœur, celui de partager avec mes hôtes ma passion pour les contes et les légendes, je proposerai de rencontrer un conteur au coin du feu et une promenade contée en forêt à les Hayons »



S. Leconte

« Je me souviens d'une situation qui m'a tout particulièrement touchée et m'a procuré beaucoup d'émotion. En effet, j'ai toujours rêvé de donner un contexte magique et imaginaire au bâtiment en faisant venir un conteur mais je n'en ai jamais eu l'opportunité. Une dame qui était venue et avait trouvé le concept très chouette, m'a demandé de lui fournir des livres de contes et légendes d'Ardenne. Elle est ensuite revenue avec sa nièce de 10 ans pour lui lire ces contes au coin du feu dans le salon. Les « invités » (je préfère ce terme plutôt que « clients ») s'emparent eux-mêmes du bâtiment pour créer leur propre expérience. Quand la petite fille a découvert la chambre des fées, elle était émerveillée. »



Ce nouveau mode de développement touristique - que nous menons sur le terrain- basé sur la personnalisation de l'expérience en opposition à la standardisation du tourisme de masse, et s'appuyant sur la mutualisation et la dynamique du réseau d'acteurs vise à satisfaire pleinement la clientèle touristique, à générer des retombées économiques sur le territoire, à révéler et mettre en valeur notre riche patrimoine forestier. La destination des Forêts d'Ardenne fait non seulement partie intégrante de la marque territoriale Ardenne, portée notamment par la Fédération touristique du Luxembourg belge avec la-

Le nouveau site des Forêts d'Ardenne sera disponible à partir du 26 juillet à la même adresse : <http://www.lesforetsdardenne.be/>

LES FORÊTS D'ARDENNE SE METTENT SUR LEUR 31 POUR SÉDUIRE ET CAPTER LE VISITEUR



Les Forêts d'Ardenne

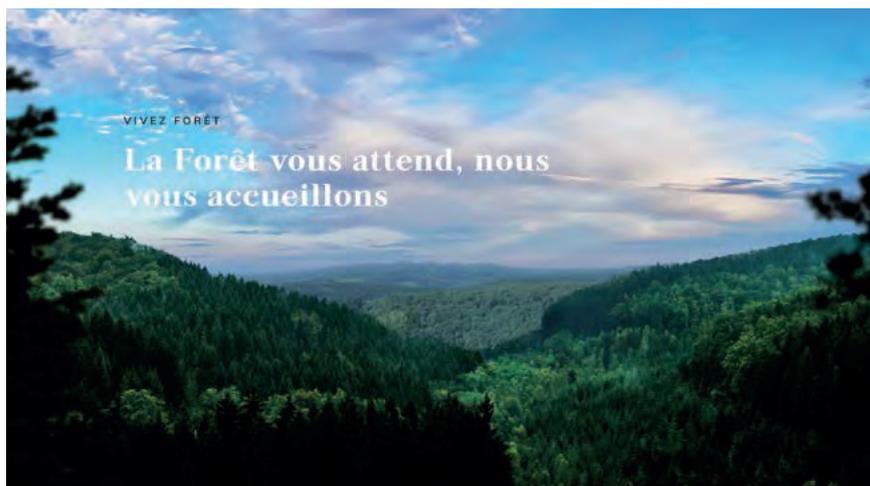
Frais, moderne et « responsive », voici le tout nouveau site des Forêts d'Ardenne, www.lesforetsdardenne.be. Dans le précédent numéro des Infos, nous vous présentons toute la démarche et les actions que nous mettons

en place comme coordinateur du projet avec nos partenaires et acteurs du réseau Forêts d'Ardenne. Découvrez aujourd'hui un des premiers résultats en prenant le temps d'entrer dans cet univers ...

VOUS FAIRE RÊVER ...

Comme l'écrivait le Professeur Bodson auteur de l'étude stratégique de valorisation touristique des massifs forestiers, la politique de communication touristique ne peut se limiter à simplement informer la clientèle en lui présentant un inventaire des possibilités locales. C'est important oui, mais cela n'aidera pas forcément la clientèle dans le choix de sa destination.

Alors comment faire ? Il faut séduire, faire rêver. C'est ce que nous avons voulu faire. Allez voir ! Cliquez sur www.lesforetsdardenne.be à partir de votre ordinateur, tablette, smartphone, le site regorge dès la première page d'images, de vidéos d'ambiance ... c'est véritablement une invitation à voyager au cœur des Forêts d'Ardenne et à vous donner envie de vivre « Forêt ».



Découvrez nos bons plans

Prenez le temps de vivre et accordez-vous une pause loin du stress, de la pollution et du quotidien. Des séjours entièrement colorés "Forêt" vous attendent afin de s'échapper et profiter de la beauté de la nature environnante.



Où dormir



Où manger



Où bouger

DÉCOUVRIR

Découvrez nos expériences "Signature Forêts d'Ardenne"



ET PUIS, VOUS CONVAINCRE DE VENIR ...

Comme dans les stations de ski où vous êtes immédiatement plongés dans une ambiance « sports d'hiver », nous proposons aux visiteurs qui viennent dans nos massifs forestiers de vivre une ambiance « forêt ».

Concoctés avec une série d'acteurs de la restauration, de l'hébergement, de l'événementiel, du sport ... nos expériences « signature Forêts d'Ardenne » devraient satisfaire aux différentes attentes en matière d'accueil et de services ... La déconnexion, le ressourcement, l'enchantement seront au rendez-vous ! Chaque visiteur quel qu'il soit sera considéré comme un invité, sera chouchouté, afin de vivre une expérience « Forêt » inoubliable ! Et quelle que soit la destination choisie il sera reçu avec les mêmes valeurs : l'engagement humain, le partage, l'authenticité, la convivialité ...

A DÉCOUVRIR SUR LE SITE, 16 EXPÉRIENCES « SIGNATURES FORÊTS D'ARDENNE » ET 40 PRODUITS « FORÊTS »

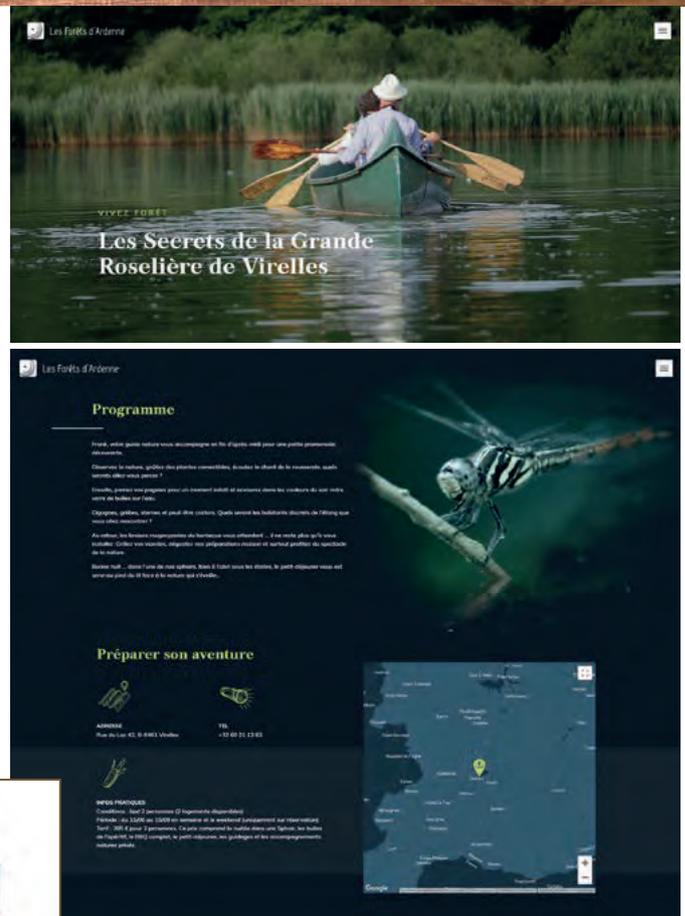
EN PRATIQUE

La navigation du site a été pensée pour que vous trouviez directement les informations utiles où que vous alliez dans l'un des 4 massifs forestiers partenaires, La Grande Forêt de Saint Hubert, la Grande Forêt d'Anlier, la Forêt du Pays de Chimay, la Forêt de la Semois et de la Houille.

Regardez de plus près, vous avez plusieurs portes d'entrées

- Via une recherche par « activité » : vivre une expérience Forêts d'Ardenne, où dormir ? où manger ? où bouger ? pour les touristes qui orientent davantage leur choix par rapport à ce qu'ils ont envie de faire ou de vivre et non par un lieu géographique particulier.
- Via une recherche géographique permettant aux touristes qui veulent au contraire aller dans un endroit précis et rechercher les offres sur cette zone.

Vous arrivez ainsi à nos offres « signatures Forêts d'Ardenne ». Pour chacune, composez votre « panier » à l'aide de nos suggestions.



Découvrir également



Asinerie de FO

Découvrez L'Ardenne de FO, cette ferme pédagogique à destination d'un public familial ou de personnes en difficulté...



Nature Attitude

L'équipe de Nature Attitude propose chaque année une série d'activités, de découvertes, d'ateliers et de formations sur la nature, la forêt...



Le Cap au Vert

En l'hôtel-restaurant à 4 étoiles Le Cap au Vert de la Grande Forêt d'Anlier, passez d'été, fêlez, se ressourcer, se reposer.



Les Forêts d'Ardenne

Votre destination touristique wallonne



DES ACTEURS, PASSIONNANTS, PASSIONNÉS ET CRÉATIFS ... QUI N'ONT QU'UNE ENVIE ... PARTAGER LEUR JOIE DE VIVRE EN FORÊTS D'ARDENNE ...



Fabien et David



Olivier Delmée

Fabien et David de **Mon lit dans l'arbre** proposent un séjour expérientiel « Nature et Pleine Conscience ». Fabien nous a confié que « **Le projet 'Les Forêts d'Ardenne' nous a permis de concrétiser des projets qui nous tiennent à cœur. Une belle visibilité pour notre site de cabanes insolites et une mise en avant des valeurs que nous défendons. Cela nous conforte dans le travail de partenariat à développer avec d'autres ambassadeurs passionnés de notre belle Ardenne !** »

Olivier Delmée, d'**Ardenne Rando** fait vivre une expérience Bivouac en immersion complète fortée. « **Je trouve que c'est un très beau site bien réalisé, qui fait rêver au**

1^{er} coup d'œil. Il est simple et convivial d'utilisation. Le site présente l'essentiel de ce que recherche un visiteur avide de découvrir les forêts à travers la déclinaison de ses besoins : loger, manger, bouger. Une belle promotion du tourisme de nature bien en ligne avec les tendances modernes de marketing. Notre activité Bivouac en forêt a littéralement explosé cette année sur juillet et août. L'engouement d'un public de randonneur désireux de pouvoir communier avec la nature sans les contraintes logistiques est bien présent. Il est clair que le film de présentation, bien réussi mis en place par RND ne fera qu'accroître l'envie de goûter à ce plaisir. »