



# Livre blanc

PARCE QUE LA RURALITÉ EST LA DESTINATION  
TOURISTIQUE DE DEMAIN !

sl\*w  
tourisme  
lab

10 ANS DU SLOW TOURISME LAB

# Livre blanc

---

PARCE QUE LA RURALITÉ EST LA DESTINATION  
TOURISTIQUE DE DEMAIN !

**sl\*w  
tourisme  
lab**

LIVRE BLANC

# Sommaire



PRÉFACE	p.08
---------	------

ÉDITO	p.12
-------	------

<b>01</b>	<b>LE SLOW TOURISME N'EST PAS UNE MODE</b>	p.14
	Témoignage : Rémy Knafo, professeur émérite	p.18
	Portrait d'entreprise innovante : Alma Mundi	p.24
	Engagement 01 : rassembler et rentabiliser	p.27

<b>02</b>	<b>VIVE LE VOYAGE DURABLE</b>	p.28
	Témoignage : Béatrice Royaux	p.32
	Portrait d'entreprise innovante : Relais du bien-être	p.34
	Engagement 02 : inventer et soigner	p.36

<b>03</b>	<b>LES IMAGINAIRES DU SLOW TOURISME</b>	p.38
	Témoignage : Norbert Crozier	p.46
	Portrait d'entreprise innovante : La Petite Vadrouille	p.48
	Engagement 03 : raconter et hybrider	p.50

<b>04</b>	<b>UN AUTRE ACCÈS AU TOURISME</b>	p.52
	Témoignage : Grégory Guzzo	p.58
	Expérience : Vendeuvre-sur-Barse	p.62
	Engagement 04 : transporter et mailler	p.66

<b>05</b>	<b>LE SLOW TOURISME, UN MODÈLE CITOYEN</b>	p.68
	Témoignage : Laurent Mazurier	p.72
	Portrait d'entreprise innovante : Home Camper	p.76
	Engagement 05 : mobiliser et solidariser	p.78





<b>06</b>	<b>UNE QUESTION DE MÉTHODE</b>	p.80
	Témoignage : Corinne Lespinasse-Taraba	p.86
	Portrait d'entreprise innovante : Teritorio	p.90
	Engagement 06 : mesurer et mobiliser	p.92

<b>07</b>	<b>UNE DESTINATION, UNE STRATÉGIE</b>	p.94
	Témoignage : Vincent Garnier	p.98
	Portrait d'entreprise innovante : Nigloland	p.100
	Engagement 07 : légitimer et converger	p.102

<b>08</b>	<b>LE SLOW TOURISME LAB</b>	p.104
	Témoignage : Lionel Flasseur	p.108
	Portrait d'entreprise innovante : Moovert	p.112
	Engagement 08 : financer et sécuriser	p.114

<b>09</b>	<b>LE SLOW TOURISME LAB ACCOMPAGNE LES DESTINATIONS</b>	p.116
	Témoignage : Paul Arsenault	p.118
	Territoire accompagné : Destination Ardenne	p.122
	Engagement 09 : accompagner et transformer	p.126

<b>10</b>	<b>LES ÉVÈNEMENTS DU SLOW TOURISME LAB</b>	p.128
	Témoignage : Jean-Luc Boulin	p.132
	Portrait d'entreprise innovante : Château de Vaux	p.134
	Engagement 10 : réunir et sublimer	p.136

	<b>ÉQUIPES ET RESSOURCES DU SLOW TOURISME LAB</b>	p.138
--	---	-------

	<b>LES 10 ACTIONS DU PLAN «SLOW FRANCE»</b>	p.142
--	---	-------

	<b>GLOSSAIRE</b>	p.146
--	------------------	-------

	<b>REMERCIEMENTS</b>	p.148
--	----------------------	-------





# Préface

Il y a dans le mot «slow» une promesse : celle d'un temps retrouvé et d'un espace réconcilié avec le rythme du vivant. Dans un monde pressé, où la vitesse a longtemps incarné la réussite, le slow tourisme apparaît comme une respiration nécessaire. Il réhabilite la lenteur comme une valeur d'avenir, la proximité comme un art de vivre, l'attention comme un luxe moderne. Et dans ces paysages de transition, le département de l'Aube illustre avec justesse ce renversement des perspectives, celui d'un territoire rural, accessible, authentique, où le voyage devient expérience, rencontre et engagement.

Les dix ans du Slow Tourisme Lab permettent de l'écrire !

## Éloge de la lenteur et de la proximité

Prendre le temps n'est plus un luxe, mais une exigence. Le slow tourisme invite à redécouvrir ce qui nous entoure, à «partir sans s'éloigner». Selon Atout France, près d'un voyageur français sur deux privilégie aujourd'hui des séjours plus courts, plus proches et plus immersifs. Dans ce contexte, l'Aube devient une destination emblématique. A 1h30 de Paris, elle conjugue le calme de la campagne champenoise et la richesse d'un patrimoine pluriel. Ici, la lenteur n'est pas un renoncement, mais un choix : le «slow» repose ici sur un mouvement collectif, fondé sur la passion, le lien et la transmission.

Ce tourisme du proche réhabilite les valeurs d'un territoire et de ceux qui le font vivre. Le slow tourisme n'est pas qu'un mode de déplacement, c'est



**CHRISTIAN MANTEI**

*Président, Atout France*

une philosophie de la rencontre. Dans l'Aube, cette rencontre porte des visages : celui du vigneron qui ouvre sa cave familiale à Bar-sur-Seine, du potier qui façonne la terre dans un village aubois, du guide naturaliste qui révèle la migration des oiseaux sur les lacs de la Forêt d'Orient, ou de l'aubergiste qui raconte l'histoire des maisons à pans de bois de Troyes. Cette authenticité humaine incarne la vérité du territoire. Celle des savoir-faire, de l'hospitalité et de l'enracinement qui nourrissent une expérience sincère et naturelle, loin des standards touristiques mondialisés.

Mais la lenteur ne s'improvise pas. Pour qu'elle devienne moteur de développement, elle doit s'appuyer sur un écosystème cohérent, impliquant des itinéraires, des hébergements, des producteurs, des acteurs publics et privés. Le slow tourisme ne se décrite pas, il se tisse. Dans l'Aube, cette logique prend corps à travers des initiatives concrètes : la «Route du Champagne» qui valorise les circuits courts et la mobilité douce ; les parcours à vélo autour des

grands lacs qui relient hébergements durables et points de vente directe ; la Maison du Parc naturel régional de la Forêt d'Orient, lieu de sensibilisation au tourisme responsable ou encore les programmes départementaux d'accueil à la ferme et d'agritourisme, qui favorisent la rencontre entre visiteurs et producteurs.

Ces démarches traduisent une vision partagée : celle d'un tourisme adapté et proportionné aux ressources du territoire, respectueux de ses équilibres, attentif à la saisonnalité et à la capacité d'accueil. Le slow tourisme n'est pas une nostalgie, c'est une réinvention locale de la modernité.

### Un territoire vivant, entre mythe et réalité

La campagne champenoise incarne depuis longtemps un imaginaire de sérénité et de nature. Verdure, horizon, villages préservés : le décor est là. Mais pour transformer le mythe en réalité économique, il faut des investissements et une offre lisible. Il convient de ne jamais oublier que les investissements d'aujourd'hui, même modestes, préfigurent les offres de demain. Dans l'Aube, la montée en gamme de l'hébergement rural, le développement des mobilités douces et la structuration de réseaux d'acteurs contribuent à faire du département un laboratoire du

slow tourisme à la française. De nombreux visiteurs viennent dans l'Aube pour «se ressourcer» et célèbrent son «authenticité» comme principal facteur de choix de destination.

Le slow tourisme s'inscrit pleinement dans les transitions contemporaines : écologiques, sociales et économiques. Il valorise les mobilités douces (train, vélo, marche), soutient les circuits courts alimentaires et participe à la résilience des campagnes. Dans l'Aube, il redonne vie à des villages en quête de sens, soutient des hébergements familiaux, et favorise une économie de proximité fondée sur le lien et la confiance. La modernité du «slow» réside dans cette équation simple : moins de distance mais plus de profondeur. Elle transforme la ruralité en ressources chargées de sens et d'avenir.

Ce livre blanc invite à penser le slow tourisme comme une stratégie territoriale à part entière, adaptée à la diversité des paysages et des acteurs. Il prend l'Aube comme territoire expérimental depuis une décennie. Mais il propose à chaque territoire, chaque destination, des perspectives forcément différentes. Parce qu'il ouvre une réflexion sur la manière d'articuler réalité, désir, durabilité et développement. Parce qu'au fond, la lenteur n'est pas un frein : c'est une vitesse d'équilibre. Elle



donne le temps de la rencontre, de la découverte, de la transmission. Elle réconcilie le mythe et la réalité, le rêve et l'action.

La création du Slow Tourisme Lab dans l'Aube, c'est un pari sur le temps long qui a été engagé voilà dix ans, le temps d'un territoire qui choisit d'avancer autrement, à son rythme, avec ses habitants, ses forces, ses paysages. Et si l'avenir du tourisme français s'écrivait d'abord ici, dans ces campagnes où l'on prend encore le temps de vivre et de manifester un intérêt sincère et empathique à son prochain et son écosystème ?

Dix ans déjà. Dix années d'expérimentations, de convictions et de coopérations autour d'une idée simple : le tourisme peut être lent, durable et heureux. Le Slow Tourisme Lab, né dans l'Aube, en a fait la démonstration. Ici, la ruralité n'est pas un décor : c'est une ressource d'avenir.

Dès 2016, la collectivité départementale et ses partenaires ont cru à cette intuition : un autre tourisme est possible. Moins pressé, plus attentif. Plus sobre, mais aussi plus riche. Sous l'impulsion et le pilotage de Christelle Sundermann (Taillardat) et de Grégory Davaillaud, le Slow Tourisme Lab est devenu un véritable laboratoire d'innovations touristiques. Membre du réseau national France Tourisme Lab, il agit comme une passerelle entre économie et écologie, tradition et innovation.

### L'Aube, ce territoire pionnier

Dans l'Aube, cette ambition a trouvé un terrain fertile. Le département a su fédérer élus, prestataires et habitants autour d'une vision partagée : celle d'un tourisme qui respecte les espaces, les hommes et la nature. De l'entrepreneur rural au vigneron champenois, du loueur de vélo à l'hébergeur alternatif, chacun contribue à un écosystème fondé sur la coopération et la proximité.

Les résultats sont visibles. Les véloroutes et voies vertes sillonnent désormais les paysages aubois. Les parcours pédestres relient les forêts, les villages et les coteaux. Les hébergements de charme et micro-séjours nature se multiplient. Des communautés d'accueil se structurent, mêlant savoir-faire, hospitalité et patrimoine vivant.

Ici, on prend le temps de vivre. Et c'est cette qualité du temps qui attire.

### Une vision qui dépasse le tourisme

Le slow tourisme n'est pas une parenthèse enchantée. C'est une méthode, une politique, un projet de société.



**DIDIER LEPRINCE**

Président, Aube en Champagne Attractivité  
Administrateur ADN Tourisme

Il replace l'humain au centre. Il valorise le lien, la transmission, la sobriété. À Troyes, à Bar-sur-Aube ou dans le Parc naturel régional de la Forêt d'Orient, des femmes et des hommes prouvent qu'innovation et ruralité peuvent avancer ensemble.

Le Slow Tourisme Lab a accompagné des dizaines d'entreprises et inspiré d'autres territoires du Grand Est et d'ailleurs. Aujourd'hui, l'Aube ne suit plus le mouvement : elle le conduit.

Face aux défis climatiques et à la quête de sens des voyageurs, une nouvelle étape s'ouvre. L'objectif : renforcer la qualité des séjours, soutenir les hébergements responsables, stimuler les initiatives locales et connecter les acteurs grâce au numérique. Tout en préservant l'authenticité, cette ressource rare qui fait la beauté du territoire.

Ce livre blanc raconte cette aventure collective. Il s'appuie sur des bilans concrets, mais surtout sur des témoignages vivants. Ceux des artisans, élus, prestataires et habitants qui ont fait du slow tourisme une réalité quotidienne. Ils expriment une conviction partagée : la lenteur n'est pas une contrainte, c'est une chance. Celle de découvrir, de comprendre, de revenir.

### Nous portons deux propositions fortes

Nous portons aujourd'hui deux propositions fortes au niveau national :

1 - Créer un « Plan Slow France », inspiré du Slow Tourisme Lab, pour fédérer les destinations rurales autour d'une ingénierie commune et pour accompagner les territoires ruraux dans la conception, la mise en réseau et l'évaluation de leurs projets.

2 - Créer un dispositif national de financement dédié, capable de soutenir durablement les initiatives locales et les infrastructures touristiques responsables, en mobilisant à la fois des ressources publiques et des capitaux privés défiscalisés, sous forme de mécénat ou d'investissements à faible rendement mais à fort impact territorial.

Ces deux axes dessineraient une politique nationale du « temps retrouvé », où le tourisme serait une contribution à la vie locale, et non une consommation d'espaces.

Ce livre blanc n'est donc pas un aboutissement, mais un cap.

Celui d'un tourisme citoyen, apaisé et créateur de valeur collective.

Celui d'un pays qui choisit, enfin, de miser sur ses campagnes comme sur son futur.



# Le slow tourisme n'est pas une mode

01

## Qu'est-ce que le slow tourisme ?

Le **slow tourisme** est plus qu'une forme nouvelle de tourisme ou un mode de vie alternatif pratiqué par le voyageur. Il peut correspondre à **un art de voyager tout en prenant son temps**, de s'imprégner pleinement de la **nature** et de la richesse des patrimoines visités et découverts. Il privilégie la **rencontre et le partage avec les populations locales**, dans le souci permanent du respect du territoire, de ses habitants et de ses ressources.

Le slow tourisme peut apparaître comme une mode inscrite dans les tendances liées aux questions de «durabilité» ou «soutenabilité» du tourisme. Pourtant, il n'en est pas une, même si le terme «slow» paraît en lui-même assez superficiel et incomplet. La vague du «slow» est apparue dans de nombreux discours et initiatives depuis plusieurs décennies. Elle perçoit d'abord avec le «slow food» (concept né en Italie dans les années 1980 visant à sensibiliser les citoyens à «l'écogastronomie» et à «l'alterconsommation»), puis la «slow fashion» (visant à produire et consommer les vêtements de façon plus res-

ponsable, éthique et durable), ou la «slow cosmétique» (en promouvant les savoir-faire ancestraux et traditionnels), etc. **Cette notion du «slow» se veut à la fois alternative, indépendante, qualitative**, en s'opposant au «fast» identifié comme rapide, industriel, de mauvaise qualité, fabriqué aux dépens de l'écosystème.

## Les valeurs du slow tourisme

Le slow tourisme induit de fortes valeurs. Il fait d'abord appel étymologiquement à la notion de «**lenteur**». On peut ainsi dresser l'éloge de la lenteur et penser qu'aller moins vite est une vertu cardinale. C'est même revenir en quelque sorte aux origines du voyage. La pandémie de Covid a souligné les inflexions des attentes des visiteurs d'une destination mais également fait basculer de nouvelles offres dans ce sens. Même si le tourisme a toujours été marqué par la notion de proximité, à l'échelle nationale ou même internationale, les dernières années ont été marquées par ce retour au proche, au simple, au vivant. Le slow tourisme garantit une **proximité**, conditionnée par la question de facilité d'**accessibilité** d'un site ou d'un lieu en utilisant notamment un mode doux de mobilité. Le slow tourisme exige que le visiteur soit animé d'une **démarche d'ouverture, rencontre les habitants, participe à la vie locale** en s'immergeant dans une découverte des patrimoines et des savoir-faire. D'autres valeurs sont liées au slow tourisme : le ressourcement, la déconnexion, l'authenticité, le bien-être, le respect, la sobriété, l'écologie, la frugalité, les circuits courts ou le fait de consommer local, etc.



Ces valeurs, même si elles sont incontestables, sont parfois critiquées, car elles traduisent une vision quelque peu «urbano-centrée» du tourisme et éloignée de sa réalité dans les espaces ruraux. Le **slow tourisme doit partir du territoire et notamment de la ruralité**. C'est un tourisme qui doit agir favorablement et contribuer aux dynamiques rurales, permettre des externalités positives à l'ensemble de ses acteurs, habitants, associations ou entreprises.

### Les initiatives de slow tourisme en France

De nombreuses initiatives, notamment portées par le Fonds du tourisme durable, lancées après le Plan de relance annoncé en novembre 2021, expliquent que le slow tourisme résulte de la combinaison de **quatre critères clés : l'expérience** (un tourisme qui privilégie l'expérience du visiteur en favorisant des découvertes initiatiques, actives et sensorielles des patrimoines matériels et immatériels), le

**temps** (choisir des temporalités plus lentes et plus riches pour «prendre le temps de voyager»), **les mobilités bas carbone** (en privilégiant notamment les transports collectifs, les mobilités douces, les mobilités partagées ou actives pour se rendre à destination et pour se déplacer pendant le séjour) et **l'implication de l'ensemble des acteurs de la filière touristique** dans la protection et la valorisation des patrimoines (de tous types, matériels et immatériels, naturels, culturels ou historiques, industriels, savoir-faire, traditions orales, etc.).

Des destinations se sont emparées du slow tourisme. Elles l'érigent même en offres exemplaires : la **Loire à Vélo** en a été certainement la première réalisation concrète dès 2004 à l'échelle des rives du fleuve, le long d'un itinéraire désormais de près de 900 km. La Région Bretagne a lancé en 2017, à l'occasion de l'arrivée de la LGV (ligne à grande vitesse) l'opération **«En Bretagne sans ma voiture»**. Plus de 80 séjours ont ainsi vu le jour en quatre ans, en favorisant l'écomobilité de l'offre touristique bretonne. Depuis 2021, près de 60 projets ont été accompagnés par le Fonds du tourisme durable dans le cadre de l'AMI<sup>(4)</sup> **«formes émergentes du tourisme»** (dont une moitié environ portant sur des hébergements et des activités «slow»).

### Le grand enjeu du slow tourisme

Le grand enjeu actuel du slow tourisme réside dans une **approche complète et intégrée d'une destination**. C'est un enjeu collectif partagé par les politiques et porté par les acteurs, qui doit aller au-delà de la promesse marketing d'une destination. On pourrait donner l'exemple du **«Grand Tour de Suisse»** qui permet en 9 jours et 8 nuits de traverser grâce au train les plus belles régions de Suisse sur plus de 1.600 km. C'est le cas par exemple de **Clermont Auvergne Volcans** dont l'actuelle stratégie touristique revendique de «prendre le temps». C'est aussi le cas de territoires plus modestes, comme celui des **Combrailles** en Auvergne, qui communique astucieusement sur l'idée de la frugalité avec un slogan «Ici, vous ne ferez rien...», qui ouvre malgré tout d'innombrables perspectives notamment humaines, rien «... sauf que d'être ensemble».

Cet enjeu de destination recoupe parfaitement les actions du Slow Tourisme Lab, au carrefour des enjeux actuels et futurs du développement sobre et soutenable des territoires et des destinations favorisant **la proximité, la frugalité et le lien humain** portés depuis 2016 par Aube-en-Champagne Attractivité.

RÉMY KNAFOU

# Témoignage

## Le slow tourisme n'est pas une mode...

Rémy Knafo est un adepte du **train**. Rejoindre Palerme depuis Paris lui permet de voir ce qu'on ne voit pas habituellement. Les paysages peuvent être splendides par exemple en Calabre, en longeant la mer, loin de toute route ou empreinte de présence humaine. **Cela prend du temps, mais permet de faire du voyage un plaisir de voyage.** C'est sans doute cela découvrir ou pratiquer le slow tourisme ! Rémy Knafo réfute l'idée selon laquelle le slow tourisme relèverait d'une mode, même s'il est dans l'air du temps. Parce que le slow tourisme fait référence à des dates et est une déclinaison de la « slow food » (apparue en 1986), de la « citta slow » (1999) et est identifié par le World Travel Market en 2007. Cela le situe dans un temps long, celui d'un recul suffisant pour en parler non pas comme une mode qui dure mais comme **l'affirmation d'une tendance structurelle**. Le slow tourisme est une pratique qui **renoue et réinvente les origines du tourisme** dans un contexte forcément différent. Il ne découle pas non plus d'une nostalgie, mais bien d'un choix et d'une nécessité. Celle de concourir à une adaptation à la « **transition juste** », à la **décarbonation** et à la **démocratisation** des pratiques.

## Un manque de définition rigoureuse

Rémy Knafo identifie un double problème quand il analyse le concept de slow tourisme. Il lui **manque une définition claire** et précise, ainsi qu'une **approche méthodologique rigoureuse, sans compter qu'il préférerait parler de « tourisme lent »**. Bien sûr, la DGE<sup>(10)</sup> ou l'ADEME<sup>(1)</sup> s'y sont essayé durant les dernières années. Il cite **Alison Caffyn**, une chercheuse britannique qui


**RÉMY KNAFOU**

Professeur émérite, université Paris I Panthéon-Sorbonne

dans différentes publications entre 2009 et 2012 en a fixé les principes et les dimensions : minimiser la distance, le poids de la technologie et l'empreinte carbone, maximiser le temps, la détente de l'esprit, l'authenticité dans les rapports humains, la qualité de la restauration locale, l'acquisition de nouvelles compétences pour le visiteur. Rémy Knafo observe que la notion de **lenteur**, qui est à l'évidence un critère central, est oubliée. Cette lenteur introduit quelque chose de spécifique. Auparavant, la lenteur était subie lors d'un voyage en calèche ou à bord d'un navire. Aujourd'hui, la **lenteur peut être confortable, choisie** plutôt que subie. En tant que géographe, Rémy Knafo analyse la lenteur comme une approche des paysages très différente. Il cite Jean-Jacques Rousseau, qui a introduit le paysage dans la sensibilité et la pensée. Il existe pour l'auteur des Contemplations une coïncidence entre le sujet et la façon dont le monde lui apparaît, c'est-à-dire un passage progressif, une graduation comme le souligne Juliette Morice dans son ouvrage « Renoncer aux voyages ». Est-ce la lenteur qui favorise les rencontres ou bien les dispositions du voyageur ? Pour Rémy Knafo, **si voyager favorise les rencontres**, dans les TGV comme dans des vols longs courriers, la lenteur en multiplie les occasions.



L'attrait spécifique du voyage développe une condition et une ouverture unique à l'échange. Il se réfère à l'ouvrage de **Janet Dickinson**, publié en 2009, «Slow Travel and Tourism», pour qui une pratique «slow» consiste à prendre moins de vacances et moins d'avion, à développer le temps du séjour et l'usage des autres mobilités en les transformant en expérience à part entière.

### Le slow tourisme comme «propédeutique» de la révolution touristique

Le slow tourisme est une manière très pratique d'entrer dans la **4e révolution touristique**, cette révolution qui renverse la tendance du «toujours plus» et conjugue initiative et responsabilité des touristes, autorégulation des territoires touristiques décidés à miser sur des cercles vertueux et endiguements dans l'intérêt du plus grand nombre. C'est une façon d'**allier actions, limitation de l'impact carbone et valorisation du monde rural**. Cela permet de donner plus de contenu et fixer les objectifs d'un accomplissement réel de cette révolution en se concentrant sur un avenir plus durable du tourisme et sur le maintien d'une habitabilité de la terre. Selon Rémy Knafo, le slow tourisme est une sorte de «**propédeutique**» (c'est-à-dire des éléments de connaissance qui constituent une préparation nécessaire à une étude plus approfondie) de la révolution touristique et un cocktail des bonnes pratiques. A savoir que le slow tourisme est un parfait **laboratoire** des évolutions du secteur du tourisme et de ses nécessaires **transformations**.



### Des bonnes pratiques liées aux modèles et aux mobilités choisis

Pour Rémy Knafo, les **bonnes pratiques** «slow touristiques» dépendent grandement des **mobilités** choisies (pédestres, cyclistes, ferroviaires ou maritimes).

Les **Cévennes** sont par exemple un territoire sans grande urbanisation et avec un habitat dispersé. En matière de mobilité, les Cévennes ne sont pas si facilement accessibles, parce qu'elles ne sont pas très bien desservies en transports en commun notamment ferroviaires. Mais cet écosystème fonctionne, sans concentration touristique véritable, avec des produits «slow» qui «marchent». Le chemin de Stevenson, parcouru chaque année par plus de 15.000 randonneurs, en est l'incarnation. Chaque randonneur dépense en moyenne 1.300 € lors de sa marche. Ce produit s'inscrit dans une dynamique territoriale dont l'une des clés est la présence du **Parc national des Cévennes**. Le cœur du parc est habité. Sa gestation fut longue mais son succès réside en la concordance entre des acteurs locaux qui voyaient le pays se défaire progressivement, les vues stratégiques de hauts fonctionnaires et les habitants très mobilisés.



Le succès des **Véloroutes** en est le deuxième exemple. Que ce soit la Loire à Vélo, première et iconique route cycliste le long de l'axe ligérien, la Seine à Vélo mais également l'ensemble des routes traversant la France, à l'échelle régionale (voie verte, voie bleue, Canal des 2 mers, la Meuse à vélo, etc.) ou à l'échelle européenne (Vélodyssée, Scandibérique, ViaRhôna, etc.). Le succès grandissant des voyages à vélo s'observe partout en Europe. Rémy Knafo se souvient par exemple de la rencontre de touristes américains qui, il y a plus de vingt ans, pédalaient le long du Danube, dans sa partie autrichienne.

Le troisième exemple est celui du **voyage en train**. Découvrir la Corse de l'intérieur et les paysages splendides de Balagne à bord des Chemins de fer insulaires. Bien évidemment le Grand Tour de Suisse en est un exemple connu, même s'il peut sembler plus complexe qu'il n'y paraît et s'avère être une prestation chère. Sans doute parce que le voyage est unique, des portions de voies ferrées passent dans les paysages majestueux comme le défilé du Rhin. D'autres voyages en train s'avèrent incomparables aux yeux de Rémy Knafou. Parcourir la Plaine du Pô en train, avec son vélo à bord, entre Milan et Venise offre des possibilités quasi infinies de visites dans des villes toutes remarquables, au gré d'étapes d'une centaine de kilomètres. Un voyage au rythme d'une certaine lenteur confortable et choisie.

Un dernier exemple est montré par Rémy Knafou. Le slow tourisme peut concerner également la mobilité **maritime**. Monter à bord de l'express côtier en Norvège relève d'une autre forme de lenteur. Le bateau progresse lentement, tout le temps au contact de la cote, entre îles et continent. La continuité et le renouvellement du paysage se fait à petite vitesse. Les compagnies locales utilisent encore des énergies fossiles avec une perspective d'ici quelques années d'être équipées avec des voiles ou des moteurs hybrides.



### Le slow tourisme n'est pas une mode et mérite mieux qu'une posture binaire

Le slow tourisme mérite mieux qu'une posture binaire. Être pour ou contre, autoriser ou interdire. Et nécessite d'abandonner un prisme réducteur. Une bonne solution ici n'est pas forcément duplicable là en l'état. Le grand succès contemporain des Chemins de Compostelle prend une incontestable dimension religieuse et spirituelle. Ce succès pédestre n'exclut pas la confrontation à d'autres questions, liées par exemple à la surfréquentation entre Ponferrada et l'arrivée à Saint-Jacques. Une arrivée joyeuse qui sature l'espace public et la vie de certains riverains.

Tout projet «slow» doit être **adapté à son territoire**, à la fois en matière de **respect des ressources, des habitants et des potentiels d'infrastructures**. Pour transformer les visiteurs en habitants des destinations, respectueux des conditions de vie et des cultures locales. Et les habitants en visiteurs de leurs propres territoires.

*«Le Slow Tourisme Lab est l'acteur destiné à être un rassembleur des initiatives et des acteurs du slow tourisme.*

*Une recette ? Mettre à disposition des acteurs, producteurs et consommateurs, une plateforme d'information et une banque de données présentant l'ensemble des offres et des productions d'itinéraires, permettant de faire du tourisme de proximité, ici ou ailleurs. Pour permettre de prendre le temps de créer son voyage et faciliter l'autoproduction de pratiques en accompagnant les visiteurs et ceux qui vont le devenir dans leurs cheminements bas carbone.»*

*Rémy Knafou*



# Portrait

Tanja Duhamel a des origines finlandaises par sa mère. Les grands espaces scandinaves et la nature du Nord lui ont sans doute inspiré une relation au monde singulière et sensible. Forte de cette culture, Tanja a créé en 2014 «Alma Mundi», contraction de «alma tierra» (terre nourricière) et «anima mundi» (âme du monde), une entreprise qui propose des séjours thématiques à la découverte des merveilles du monde pour favoriser la diffusion des sagesses ancestrales et se reconnecter à la nature. Voyager avec «Alma Mundi» **permet de libérer notre nature profonde, devant la magie du monde.**

La création de l'entreprise fait suite à un parcours de Tanja Duhamel dans la presse écrite, après une formation juridique spécialisée en droit européen de la propriété intellectuelle puis en droit de la presse. Un parcours qui l'a menée dans de grands groupes et au cours duquel elle a organisé en 2010, pour «Psychologies magazine», une croisière en Croatie avec **Boris Cyrulnik** sur le thème de la «résilience». L'équipage était composé de Serbes et de Croates. La passion du voyage prenait un sens nouveau et la graine était semée. Elle allait prendre la forme d'organisation de deux croisières par an entre 2010 et 2018 avec Rivages du monde.

Tanja crée «Alma Mundi» à l'été 2014 à la suite de premiers échanges avec **Frédéric Lenoir**, philosophe et spécialiste de la spiritualité. Tanja travaille d'abord avec des partenaires médias (Version Femina, France musique, Elle). C'est en 2018 que l'empreinte «sami» de Tanja participe au développement de l'entreprise et c'est à la même époque que Tanja est mise en relation avec le Slow Tourisme Lab par la DGE<sup>(10)</sup>. Et qu'elle participe à un **BootCamp à Troyes** où elle remporte, grâce à un projet monté avec des élèves de Y Schools, un prix de l'innovation. Ce projet sur le thème du processus du deuil débouche sur la création d'une offre «weekend défi de vie» qui lui permet de développer un réseau slow tourisme. Le slow tourisme est inhérent à chaque offre d'Al-



**TANJA DUHAMEL**

Présidente fondatrice d'Alma Mundi  
Accompagnée depuis 2018



ma Mundi pour qui le temps de visite doit toujours être supérieur au temps de transfert et est soucieux de la qualité des produits de chaque prestataire comme du bien-être animal. Tanja défend l'idée de **«faire moins mais mieux»**.

«Alma Mundi» fait voyager chaque année entre 1.000 et 1.200 clients. L'entreprise fête ses onze ans, avec un chiffre d'affaires de 1,8 million € en 2024. «Alma Mundi» mise sur le haut de gamme et la Francophonie. Ce qui lui permet de sourcer les produits localement.

Son ADN puise dans l'épanouissement personnel et la spiritualité décomplexée. «Cultivez l'esprit d'ouverture», un esprit inspiré par les sagesses anciennes l'anime, comme une soif de curiosité et la quête d'actions poétiques

sur des sujets tabous à l'image des mystères de l'au-delà. Cela peut aller de week-ends de cueillette de champignons en Normandie, avec des groupes d'une quarantaine de personnes à un séjour «L'oracle des signes» avec l'écrivaine et médium Anne Tuffigo.

Un partenariat est en cours d'élaboration avec la maison des sagesses de Frédéric Lenoir pour organiser des séminaires en 2025 et 2026 en pleine nature. Un dialogue avec le musicien André Manoukian y sera même proposé.





## ENGAGEMENT 01

# Rassembler et rentabiliser

Le slow tourisme n'est pas une utopie douce : c'est un levier concret de développement local. Pour qu'il devienne un moteur économique durable, les territoires doivent d'abord **rassembler** les initiatives dispersées.

Créer une **plateforme d'information et une banque de données partagée** permet de cartographier les offres existantes — hébergements, circuits doux, savoir-faire locaux — et de mettre en réseau les acteurs publics, privés et associatifs.

Mais la cohérence d'ensemble ne suffit pas : il faut aussi **rentabiliser**. Miser sur les **courts séjours à forte valeur ajoutée** directe et indirecte. Il s'agit d'associer hébergements, restauration et activités existants déjà sur le territoire dans des **packages** attrayants.

Ces offres intégrées encouragent les visiteurs à **consommer local**, tout en renforçant les retombées économiques pour les entreprises et les producteurs du cru.

Enfin, **responsabiliser les consommations territoriales**, c'est inviter le voyageur à participer à l'équilibre du territoire : mobilité douce, circuits courts, respect des ressources.

En somme, faire du slow tourisme un **écosystème rentable, solidaire et durable** — au service des territoires et de ceux qui y vivent.

# Vive le voyage rural !

02

## Le voyage rural, un supplément d'âme

La littérature regorge de précieux conseils aux voyageurs d'aller se ressourcer ou s'inspirer auprès de la nature. Ce n'est pas la crise du Covid qui a inspiré Lamartine, «La nature est là qui t'invite et qui t'aime. Plonge-toi dans son sein qu'elle t'ouvre toujours» ou l'écrivain suisse Ramuz, «Allez souvent vous recueillir dans la nature ! Alors vous serez en état de comprendre les œuvres des hommes.» Le voyage vers la nature et les espaces ruraux a semblé, depuis toujours ou presque, répondre à une quête, celle décrite par Jean-Jacques Rousseau, «**la nature a fait l'homme heureux et bon.**» Sans doute cette affirmation est-elle naïve ou imparfaite, mais l'équipe du Slow Tourisme Lab est convaincue que si «la ville (où vivent près de 80% de nos citoyens contemporains) a une figure, la campagne a une âme.»

C'est sans doute ce supplément d'âme célébré par de nombreux auteurs que ressentent les adeptes du voyage rural. Pendant que la presse relate chaque année les méfaits du tourisme de masse qui sature les grandes destinations, le voyage rural entre champs, forêts, villages et fermes, offre bien entendu un autre rapport au temps et à l'espace, et incarne un **système de valeurs nouvelles**, qui propose de réinventer la relation entre l'habitant, le visiteur et le territoire.

## Valeurs et expériences, le manifeste implicite du slow tourisme

Le voyage rural porte en lui les valeurs intrinsèques de chaque territoire. Ces valeurs, en rupture avec un tourisme extractif et sur-consommateur, répondent ainsi aux attentes croissantes de voyageurs en quête de sens et d'engagement. La «**sobriété**» oblige à limiter les déplacements motorisés, à consommer local et à réduire son empreinte. Le «**temps long**» incite à préférer un séjour prolongé à une succession rapide d'étapes. La «**coopération**» pousse à tisser des liens réels et non artificiels entre acteurs locaux et visiteurs, à créer du commun et de la solidarité. La «**transmission**» implique d'apprendre et de partager des savoir-faire, des histoires, des recettes, des gestes. Le «**bien-être collectif**» veille à ce que l'activité touristique bénéficie à la communauté entière. Et notamment les habitants, longtemps restés à l'écart des modèles et des stratégies touristiques.

Ainsi, le voyage rural propose des expériences qui allient le besoin de découverte et un acte d'engagement volontaire. Les «**séjours à la ferme**» permettent de participer aux travaux agricoles, d'en prendre la mesure et la difficulté, et de cuisiner avec les produits récoltés directement au jardin. Les «**itinérances douces**» sont l'occasion de découvrir les paysages, les villages et ceux qui les habitent aux rythmes choisis de la randonnée, du circuit à vélo ou de la navigation fluviale lente. Les arrêts sont fréquents. C'est l'occasion de pratiquer une «**immersion culturelle**», tout en évitant leur folklorisation, des fêtes de village,

des ateliers de musique ou de danse traditionnelle. Ainsi, le voyage rural n'est pas qu'un déplacement : c'est une **immersion dans un mode de vie** oublié pendant les croissances des Trente Glorieuses mais semblant re-devenir en période de crises multiples d'une grande modernité.

### Les retombées du voyage rural

Les bénéfices du voyage rural sont souvent visibles, même s'ils sont difficiles encore à mesurer malgré de nombreuses initiatives en ce sens. Les premières retombées du voyage rural sont d'abord celle vécues par les visiteurs. George Sand a écrit «le rêve de la vie champêtre a été de tout temps l'idéal des villes et même celui des cours.» Il nous semble que les compétences acquises lors de séjours prolongés dans les espaces ruraux dépassent largement le strict cadre du songe et contribuent à des **prises de conscience, des évolutions personnelles, des engagements nouveaux**.

La ruralité n'est pas un monolithe. C'est un **espace vivant**, dont les populations n'ont rien à envier aux autres, plus urbaines, en matière de compétences, de cultures ou de solidarités. Ce que montre par exemple le sociologue Benoit Coquard qui analyse les liens sociaux des jeunes habitants des campagnes françaises dans son ou-

vrage de référence, «Ceux qui restent». Ces retombées sont difficilement quantifiables car elles s'inscrivent dans un temps long.

D'autres impacts sont évidents : sur l'**économie locale** par la stimulation des circuits courts, le soutien à l'artisanat et à l'agriculture paysanne, sur les **différents types de patrimoines** avec la restauration de bâtiments anciens et leur remise en fonction ou le remembrement dans des espaces agricoles, sur la **vie sociale** par des échanges interculturels et la dynamisation de villages.

### Vers une utopie rurale ?

Le voyage rural doit rester fidèle à ses valeurs. Les écueils peuvent être nombreux et il convient pour les acteurs de préserver l'**authenticité** en évitant la folklorisation et la sur-commercialisation, de gérer la capacité d'accueil et de ne pas reproduire les excès du tourisme de masse et la politique du «toujours plus», en formant les acteurs locaux par exemple à l'accueil, à la médiation culturelle ou à la sensibilisation environnementale.

C'est ce que pratiquent par exemple les PNR<sup>(20)</sup>, créés par décret du Général de Gaulle en 1967. Les 59 PNR<sup>(20)</sup> existant à ce jour ont cinq missions : le

développement économique et social; la protection du patrimoine naturel, historique et culturel, et du paysage ; la participation à un aménagement fin des territoires, notamment en participant à la cohérence de l'urbanisation; l'accueil, l'information et l'éducation du public aux enjeux environnementaux et culturels ; l'expérimentation de nouvelles formes d'action publique et d'action collective.

La marque récemment créée «**Destination Parcs**» a pour ambition de générer de nouvelles ressources en élargissant les potentiels visiteurs et d'optimiser l'effet «destination nationale» sur chacun des Parcs. Le côté humain et engagé des Parcs y est mis en avant : les Parcs sont des «espaces d'avenir» où l'on rencontre des hommes et des femmes, acteurs du changement et de la transition écologique, où l'on découvre les terroirs et la culture au milieu d'une nature préservée et dans lesquels on peut prendre le temps de faire une pause et profiter de ce qui compte vraiment. Ce positionnement s'appuie sur un concept, «**l'Utopie rurale**» : à la fois durable, slow, social et présentant des offres redessinées et modernisées.





# Témoignage

## Vive le voyage rural...

Le slow tourisme se différencie aujourd'hui d'autres formes de voyage par **l'état d'esprit des clientèles**, un état d'esprit en connexion avec le territoire, qui sort des sentiers battus, ouvert aux découvertes, aux échanges et à la profondeur. Le slow tourisme ne signifie pas forcément demeurer contemplatif et inactif, il peut être **dynamique et actif**, il n'est pas lent dans sa façon d'être, mais **il est lent dans son rythme**. Il fait écho aux attentes d'un retour au sens, au vrai, au temps retrouvé.

C'est dans ce contexte que **le voyage rural peut raconter quelque chose de différent**. Même si le terme «rural» peut comporter un sens un trop technocratique, en opposition à l'urbain, il porte en lui des valeurs de modernité parce que garantissant des **imaginaires différents**, une préservation d'un **mode de vie** non pas idéalisé mais **qualitatif**. Notamment celui des **villages**, de leurs centralités, de la fédération de leurs services, de la proximité, de la possibilité de rencontres. C'est aussi le monde des **champs**, de l'agriculture et de la moyenne montagne. Pour de nombreuses clientèles étrangères, la **ruralité** signifie les routes de campagne bordées de platanes ou la gastronomie

française. Une image certes parfois un peu d'Épinal, mais qui rassure.

## Les espaces types du slow tourisme

Le slow tourisme peut se pratiquer partout, y compris en ville quand on prend le temps de prendre son temps. En passant du temps dans les villes, on peut pratiquer le slow tourisme en allant au-delà du visibles et des habituels sites de visite, en étant curieux de tous les quartiers. Cependant, **l'espace rural dispose d'atouts spécifiques** pour attirer les clientèles désireuses de slow tourisme. Le **rapport au temps** y est différent : moins dans l'urgence et dans l'immédiateté que dans les grandes villes.

Les **terroirs** sont riches et offrent différentes opportunités de découvrir et de rencontrer les femmes et les hommes qui les animent. L'**hospitalité** n'y est ni obligatoire, ni immédiate. Les **paysages** et les **espaces préservés** sont l'occasion de balade ou d'itinérance douce (à pied, à vélo, à cheval, en bateau, en roulotte) et incitent à ralentir. La nature, la biodiversité proposent une reconnexion attendue. Les patrimoines bâtis, matériels et immatériels peuvent proposer une alternative à une consommation très marchandisée.

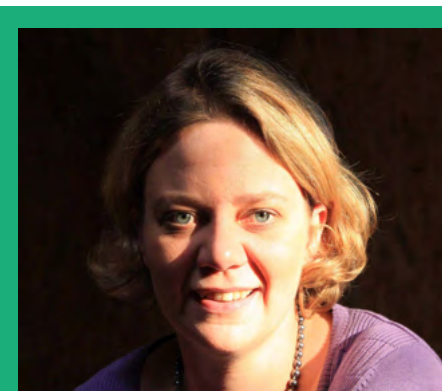
## Les pratiquants du slow tourisme

De nombreuses **clientèles** présentent de véritables sensibilités au retour vrai, à la naturalité, à la reconnexion. Deux segments apparaissent avec les **éco-mobiles** (urbains, CSP+, très centrés sur les questions environnementales et qui cherchent par exemple des alternatives aux pratiques énergivores), les **éco-tranquilles**, y compris parmi les seniors (ne se revendiquent pas comme militants mais pratiquent la randonnée, visitent les patrimoines, sont animés par la volonté de transmission et de rencontres, et sont intéressés par les retombées sur les territoires).

Ce dernier segment est sans doute celui le plus compatible avec le slow tourisme. Pour les créateurs d'offres, la relation est par exemple du côté des **agriculteurs** dans une démarche de partage de valeurs et de vision (sauf les coins à champignons) et bien sûr de valorisation financière de leurs activités.

## Ce qu'il reste à faire...

Il reste à **diversifier la façon de communiquer** sur le tourisme, pas seulement sur les «must see» ou «incontournables», pas seulement sur l'offre, mais en mettant en valeur une diversité d'univers des possibles correspondant à des aspirations profondes des clientèles potentielles, en donnant du sens, de l'épaisseur à l'offre et en traduisant les bénéfices pour le visiteur et en travaillant l'hospitalité, sans laquelle le slow tourisme n'a pas vraiment de sens.



**BÉATRICE ROYAUX**  
Fondatrice, focus marketing



*«Le Slow Tourisme Lab doit intervenir dans l'aide à l'invention de nouvelles offres éco-tranquilles ainsi que la diversification de la communication. Et bien entendu dans un rôle de plateforme et de connexion des acteurs des réseaux existants dans une logique de mise en commun et de création d'une dynamique collective à l'échelle nationale.»*

Béatrice Royaux

ENTREPRISE INNOVANTE

# Portrait

Fabrice Provin est un entrepreneur dans l'âme. Le quinquagénaire n'a pas connu d'autre activité depuis qu'il a fêté ses 19 ans. Issu d'une famille modeste de Troyes - sa mère était remailleuse dans l'industrie du textile - Fabrice créé avec l'un de ses frères une première entreprise dans le transport routier de marchandises. Il se lance rapidement dans une deuxième aventure avec «**Âge d'or service**» dont la vocation est d'accompagner les seniors pour leur permettre de rester bien chez eux. Cette entreprise nationale d'aide à domicile, devenue depuis lors filiale de la Poste, emploie aujourd'hui près de 4.000 collaborateurs dans une centaine d'agences à travers la France. «Entreprendre pour rendre des services humains» pourrait être la devise de Fabrice Provin qui profite de la vente de cette entreprise pour investir et créer un nouveau concept. Il achète en 2002 le **château de Bignicourt-sur-Saulx** dans la Marne, en ruine, pour 50.000 €. Plusieurs années sont nécessaires à sa restauration, grâce à des aides de l'État et des subventions des collectivités. En 2015, il a l'idée de créer une société pour exploiter des **châteaux souvent ruraux**, dont souvent l'utilité est d'accueillir des cérémonies ou d'être transformés en chambres d'hôtes, **en les transformant en lieux de ressourcement**.



Un partenariat avec AG2R<sup>(3)</sup> Le Mondiale, signé en 2015, va accompagner le nouveau projet entrepreneurial de Fabrice Provin. L'idée marnaise s'impose dans d'autres châteaux de campagne. A côté d'Angoulême au château de Nieuil, ancien relais de chasse de François 1er ou en Bourgogne, à Chagny au Château de Bellecroix. C'est dans l'Aube que Fabrice revient et installe sa nouvelle structure après avoir vendu le Château de Bignicourt. «**Relais du bien-être**» élabore des séjours à la carte et personnalisés à taille humaine dans des demeures historiques. Les séjours thématiques sont destinés à des **personnes nécessitant d'être accompagnées** dans différentes étapes de leur vie, qu'elles soient aidants familiaux, personnes endeuillées, malades en rémission, mais aussi jeunes retraités. Elles s'adressent également à des **équipes ou des entreprises confrontées aux enjeux du bien-être au travail**. Plus d'une centaine de séjours ont ainsi été conçus depuis, à la demande de différents partenaires (AG2R<sup>(3)</sup>, Pro BTP<sup>(9)</sup>, Malakoff Huma-

nis, Carsat, MSA<sup>(17)</sup>, Départements, ANCV<sup>(5)</sup>, CCAS...).

Les prestations des «Relais du bien-être» relèvent typiquement du slow tourisme. Chaque séjour est pensé dans un rayon de **proximité** de moins de 150 km du domicile du participant, avec une démarche de **limitation du bilan carbone** et de **continuité du lien établi avec les autres participants**. Un travail spécifique est mené pour élaborer des repas de qualité avec des ingrédients locaux, selon un intérêt nutritionnel assuré et dans une démarche éco-responsable. C'est dans ce sens que l'accompagnement du Slow Tourisme Lab a été pensé. Que ce soit par un soutien à l'innovation par exemple autour de la question de la **santé mentale**, une ouverture vers les instances départementales de l'Aube, notamment l'exécutif et le service «autonomie» manifesté. Mais aussi la possibilité d'affiner pour chacun des thèmes spécifiques, envisager une offre, des partenariats et une communication sur-mesure.



**RELAIS DU BIEN-ÊTRE**

[www.relaisdubienetre.com](http://www.relaisdubienetre.com)



**FABRICE PROVIN**

Président fondateur du Relais du bien-être  
Accompagné depuis 2021



# Inventer et soigner

**Inventer, c'est oser faire différemment.**

Pour les territoires comme pour les entreprises, le slow tourisme n'est pas une parenthèse, mais une stratégie d'avenir : il invite à **produire moins, mais mieux**, et à redonner du sens à l'économie touristique.

Créer une dynamique collective à l'échelle nationale, c'est encourager **l'invention d'offres éco-tranquilles et éco-mobiles** : séjours thématiques autour du patrimoine, du silence, de la nature, de la gastronomie locale ou du bien-être.

Ces expériences **valorisent les ressources existantes** sans surinvestir, tout en renforçant l'attractivité des territoires ruraux.

Le slow tourisme permet d'élargir les horizons du séjour en ruralité en **associant économie, santé et solidarité**.

En privilégiant l'exigence de la qualité à la quantité, il contribue à une **économie du soin** — soin de soi, soin des autres, soin des lieux.

Inventer et économiser, c'est réconcilier **développement et sobriété, plaisir et responsabilité, innovation et ancrage territorial**.





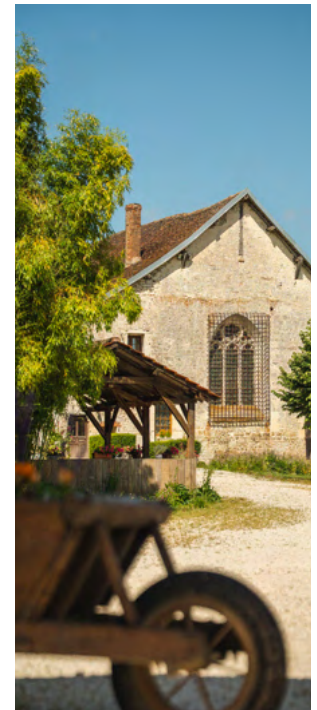
# Les imaginaires du slow tourisme

03

## Un voyage dans les images et les imaginaires

Les images ont toujours influencé l'envie de voyager. L'invitation au voyage est permanente. L'Histoire est longue et multiple de représentations religieuses, de récits historiques comme d'épopées littéraires. Le 20<sup>e</sup> siècle a inventé un nouveau type de récit. La carte postale associe une image à un texte, souvent très court et favorisant l'idée que la destination relève d'une réalité, d'une possibilité et d'une facilité humaines. Un message du type «bons baisers des Sables-d'Olonne où le soleil brille» ou «je vous envoie mes amitiés de Troyes» ne brille ni par son originalité, ni par sa fulgurance. Mais sa simplicité laisse envisager une démarche et un comportement facilement accessibles. C'est ce que décrit Gaston Bachelard: «**Les images représentent une façon d'entrer en relation avec l'espace et la matière qui génère du sens**, sans pour autant déterminer strictement des comportements et des configurations.»

La diffusion des images tout au long du dernier siècle alimente les imaginaires et les désirs, qu'ils soient d'ici, c'est-à-dire de grande proximité, ou d'ailleurs, là-bas, au-delà du quotidien et du connu. L'imaginaire relève donc bien d'un ensemble d'images. Mais aussi des relations entre ces images, de leurs interactions avec nos cultures, nos interprétations, nos attentes. **L'imaginaire conditionne nos choix et nos comportements.** Prenons par exemple ce que fut l'imaginaire du Far West américain dans les années 1950 ou 1960. Des marques de cigarettes s'en servent alors. Les imaginaires des grands espaces sont ceux de la nicotine et du goudron, donc d'une certaine forme de virilité. Cela peut faire sourire aujourd'hui, quand l'imaginaire lié aux grands espaces a singulièrement changé de sens. Reste que l'imaginaire demeure le terreau d'une part importante de l'action de tout être humain. L'imaginaire existe bel et bien. Les **réseaux sociaux** remplacent les cartes postales. Les images sont à la fois plus nombreuses, presque infinies, mobiles et ultra-personnalisées, favorisant des récits communautaires, parfois spectaculaires et souvent narcissiques.





### Une banalisation voire une standardisation mortifère ?

Il est indéniable que le tourisme est d'abord une pratique culturelle avant d'être une pratique économique. L'image et l'imaginaire sont consubstantielles du tourisme en ce qu'ils créent un «**désir d'ailleurs**». Beaucoup d'auteurs l'ont écrit. Rachid Amrou, Philippe Bourdeau ou Saskia Cousin pour ne citer que les plus connus en France. Pour cette dernière, «on ne peut pas désirer une destination si on n'en possède pas d'images... pour qu'une altérité vous parle, il faut des récits et des images qui résonnent avec votre imaginaire.» Le tourisme est lié intimement à **un ailleurs mis en scène**. Il est un objet de convoitise (au sens de «désir» mais aussi d'«avidité») à la fois esthétique (la beauté, la lumière, ce que les téléphones portables rendent possibles) et par ses promesses, d'enrichissement culturel et humain et par la découverte de soi. L'image pose la question à chacune et chacun d'entre nous de **son rapport à soi, à l'espace, à l'altérité** (donc de sa place et de son rôle dans ce monde). Les supports d'images (guides, fascicules, catalogues, publicités, films, séries, reportages, documentaires, photos, etc.) en sont les véhicules. L'un des

paradoxes les plus criants de cette histoire contemporaine des imaginaires touristiques réside dans **l'abondance des images, leur standardisation, leur normalisation, voire leur banalisation**. Qui imaginerait venir à Paris de l'autre bout du monde sans aller se prendre en photo avec la Joconde au Louvre (le fameux selfie qui a envahi les posts des voyageurs de tous âges et toutes conditions sur les réseaux sociaux) ? Les récents projets de rénovation du musée laissent penser que l'imaginaire «instagrammable» a franchi allègrement les portes culturelles. On peut regretter ou se réjouir de ce que le **tourisme produit de normes collectives**, ce que certains identifient comme des «réflexes mimétiques» et finalement contribuent à façonner une partie de notre identité sociale. Pour d'autres, cette mondialisation des imaginaires «phagocyte» les identités particulières et les spécificités les plus locales.

### Un capital de pensées et d'images qui façonne un capital touristique ?

La **Région Grand Est** a lancé en 2023 la «**Fabrique des imaginaires touristiques**». Une initiative tout à fait passionnante qui a consisté en une analyse anthropologique des comportements et en une identification des grands imaginaires collectifs du tourisme. Les premières livraisons de la Fabrique rappellent que pour

Jean Didier Urbain, il existe deux types de voyageurs : ceux qui aiment le mouvement et explorent le monde et ceux qui aiment l'immobilité. **La mobilité et la sédentarité**. À ces deux types, très généraux, correspondent des imaginaires touristiques pouvant être spatiaux (géographiques et liés aux destinations), de pratiques et d'acteurs. Les imaginaires collectifs irriguent les imaginaires collectifs du tourisme selon la Fabrique qui en dénombre cinq grandes familles : l'imaginaire de **la croissance** (centré sur le progrès technologique, le dépassement et le toujours plus), l'imaginaire de **l'individualisme** (sur l'identité personnelle), l'imaginaire de **l'abondance** (comme réponse aux peurs du manque et aux pénuries), l'imaginaire de **l'accumulation** (qui n'est pas sans rappeler la chanson de Souchon «on nous fait croire, que le bonheur c'est d'avoir...») et l'imaginaire de la **performance** (lié à la vitesse et à la rapidité).

On pourrait presque affirmer que du croisement de ces types et de ces familles naît un capital de pensées et d'images, donc un «**capital touristique**» propre à l'Homo sapiens. A chaque étape de la vie peut correspondre l'une de ces aspirations, ainsi que les images, imageries et imaginaires qui vont avec. Mais le plus souvent, les récits qui leur sont liés sont pauvres, les imaginaires sont engourdis, «étonnamment homogènes, conformes aux normes et souvent empreints de stéréotypes, presque caricaturaux».



## Terre humaine !

Une terre humaine, une destination, ne se construit pas avec de nouveaux imaginaires. Ce qui compte, c'est le récit. Le slow tourisme s'imprègne des **imaginaires existants**. Il révèle les imaginaires d'un territoire, il cultive l'inattendu, il construit un argumentaire territorial, il éditorialise les récits d'habitants et change les imaginaires des décideurs en adoptant un vocabulaire mélioratif et positif !

## L'imaginaire, c'est travailler le récit d'un territoire

Ce **risque de standardisation** menace toutes les destinations. L'usage des images, des imageries, des représentations nécessite d'être renversé. Les imaginaires de destinations convergent, l'uniformité guette, les images finissent par toutes se ressembler. Comme les messages et les mots qui les accompagnent (combien de résilience, de proximité, de durable ou d'hébergements insolites qui n'en sont plus ?). Amirou a défini le tourisme comme un ensemble de séparations. «L'ici et l'ailleurs, le proche et le lointain, l'exotique et l'endotique, l'ordinaire et l'extraordinaire». Le grand défi pour les destinations et ses acteurs est de **sortir des discours convenus, des fabriques de standards qui clament leur originalité sans l'être véritablement**. Un travail sur l'imaginaire nécessite de sortir des approches confortables et des mots miracles du marketing. Cela procède d'une **immersion véritable dans l'identité d'un territoire**, au plus près d'une destination, de ses habitants et de ses professionnels.



C'est par exemple ce qu'a initié pendant longtemps «Autour du Louvre Lens» avec son remarquable travail d'appropriation culturelle par les habitants de son identité singulière. Le récit sort en cela de l'homogénéisation et valorise des initiatives spécifiques. Un carnet des **«valeurs du territoire»** a été rédigé, après enquête sur le terrain. Il a fait ressortir des valeurs fortes du territoire lensois (fierté, passion, fidélité, chaleur, spontanéité, solidarité) qui ont permis ensuite d'intégrer cette identité culturelle dans une production événementielle, en y associant les habitants. Le Storytelling a fonctionné autour de quelques axes forts («la surprise brute en pays noir», «un pays qui a beaucoup vécu mais qui se réinvente», «quand l'ordinaire s'avère extraordinaire», etc.). Et il a été décidé de jouer avec les clichés et de décliner le «noir» (la couleur du charbon) dans «tous ses états».

## L'imaginaire du slow tourisme, ou le récit de l'altérité de la proximité !

Créer de la **diversité** et de l'**espace** pour sortir des imaginaires collectifs est un impératif pour chaque destination. C'est sans doute ce qui est proposé dorénavant aux espaces ruraux. Pour apparaître, selon le bon mot d'Edgar Morin, comme le pourvoyeur «de valeurs de vacances et pas de vacance de valeurs !»



Cela consiste à **responsabiliser les touristes et réinventer les rôles des acteurs professionnels, hybrider les valeurs de la destination**, engager les professionnels du tourisme dans un rôle de **gardiens et de révélateurs** en se défendant de «marchandiser» les espaces et lieux de nature. Moins de loisirs pour davantage de loisir, c'est-à-dire de la liberté et de la réalisation de soi. **Les imaginaires de la ruralité doivent répondre à ce nouveau voyage à vitesse humaine. Les ailleurs ne sont plus forcément lointains, mais peuvent être proches, y compris ceux du quotidien.** Les imaginaires de la ruralité doivent **réinventer l'extraordinaire**, c'est-à-dire faire redécouvrir l'ordinaire. Non pas en évoquant un monde qui n'a jamais existé, un monde idéalisé, un monde refuge. Mais en travaillant plutôt sur ce que doit être un voyage humain, un voyage à taille humaine, un **voyage à visage humain**. L'exotisme est à côté de chez vous et **l'opulence se niche dans la frugalité !**

Les destinations rurales doivent travailler leurs images de **territoires d'accueil**. Les moyens d'y accéder par trains, autocars ou autobus, peuvent



contribuer à une **nouvelle forme de récit**. Une façon de voir, de s'arrêter, de rencontrer. Ne plus miser seulement sur la destination finale mais sur la **diversité des étapes, le plaisir de l'arrêt, l'éloge de la lenteur**. Un imaginaire et un récit partagés, mettant en avant des figures locales, puissantes et répondant aux valeurs du territoire. Et à ses propres valeurs, ses émotions lointaines ou proches, ses souvenirs d'enfance. L'imaginaire doit stimuler le rêve et les racines propres à chaque voyageur. Un imaginaire qui ne doit pas culpabiliser mais être festif, joyeux, libre, inspiré, créatif. Un imaginaire du slow tourisme ne niant pas l'urbanité, mais misant sur **l'altérité de la proximité !** Et offrant l'opportunité d'un lâcher-prise dans cette nature originelle.

Article rédigé avec l'aide des experts des Francophonies de l'Innovation Touristique.

NORBERT CROZIER

# Témoignage

## Slow tourisme et imaginaires

La perception du slow tourisme prête encore à confusion. Par la profusion de termes plus au moins proches (slow, durable, soutenable, etc.). Sa compréhension est plus percutante si on fait appel aux **imaginaires**. Immédiatement, des images de campagne verdoyante viennent à l'esprit, des paysages calmes et sereins par exemple du Jura ou de Normandie. **Des paysages qui permettent de prendre le temps, qui offrent la liberté, la tranquillité et la déconnexion.** Des espaces que l'on peut arpenter à plusieurs vitesses.

Les imaginaires du slow tourisme proposent une réappropriation des **fondamentaux de notre relation à la nature**. Ils induisent également une notion de rencontre avec l'habitant. Ici un gîte en pleine campagne qui permet de rencontrer l'agriculteur ou les gens du village de manière facile sans artifice, là le plaisir simple de prendre un petit déjeuner à la boulangerie ou d'acheter les fruits aux producteurs. C'est la revanche des petits marchés, des fêtes de terroirs, des petits festivals. Dans le fond, ces imaginaires promettent une **approche d'un petit luxe** à l'image de la gorgée de bière de Philippe Delerm, et **une promesse**, celle de la **proximité**. Redécouvrir les saveurs, s'immerger dans la **sim-**



**NORBERT CROZIER**

Consultant, attractivité et identité culturelle

**plicité** expliquent la place centrale jouée par la gastronomie dans les imaginaires d'une destination «slow touristique» dans la base à tout projet de territoire.

## De nombreux exemples tournés vers la gastronomie

C'est ce que l'on peut observer par l'intermédiaire de nombreux pique-niques dans les vignes et les champs, lors d'expériences proposées au plus près des fermes. **Marseille-Provence** l'a fait, comme au Louvre-Lens avec l'**Upernoir**. Un concept proposé en 2021 autour de **virées culinaires, touristiques, culturelles** et à vélo où le noir s'immisce dans les produits du terroir, les parcours et créations : l'Upermiam (carte noire au patrimoine culinaire), l'Uperculte (les veines de charbon) ou l'Uperloop (vélo & terroirs). L'Upernoir relie au territoire (notamment aux habitants et leurs cultures) tout en répondant aux codes – ou impératifs – de dépaysement et en imposant un nouveau rapport au monde (le temps et l'espace). C'est à la fois un **imaginaire de l'authentique et du faire**.

On pourrait citer également ce que font des Japonais installés en **Normandie**, qui reconstituent sous des cerisiers en fleurs la fête de l'**Hanami**, mais selon une version francisée ou bien dans des restaurants en Bretagne tenus par des Anglais installés sur la rive sud de la Manche. La force des **imaginaires hybridés et de l'ouverture des cultures locales** s'illustre par l'un des lieux principaux

de destination, les halles, où sont organisés les marchés.

## Imaginaires, destinations et valeurs

Les imaginaires des destinations dépendent d'une question d'analyse en profondeur **des valeurs, des histoires, des esthétiques naturelles et architecturales, iconographiques et sociologiques**. Ces imaginaires doivent être réels et ancrés. C'est par exemple ce que l'on observe en Corse du Sud avec un Lab à Porto Vecchio qui mêle récits, imaginaires, histoire et les greffe à une biennale d'art contemporain à Bonifacio. En ville, le Carrefour Pleyel, en Seine-Saint-Denis, travaille de nouveaux récits sur le multiculturalisme, l'identité industrielle, la population en remplacement et une nouvelle ligne de métro. La bonne méthode ? Réunir un **pool interdisciplinaire** de rédacteurs et de scénaristes (avec des designers, des journalistes, des entrepreneurs, des historiens, etc.) pour bâtir une architecture solide.

*«Le Slow Tourisme Lab est une véritable plateforme d'ingénierie de projets. Sa spécialité «rurale» est assurément sa force. Pour accompagner les récits de la ruralité, y compris dans les centres-bourgs qui traversent de véritables mutations identitaires. Des récits d'artistes ou d'écrivains peuvent aider à changer leur image.»*

Norbert Crozier



# Portrait

Etienne Veauvy a toujours été passionné de **géographie**. Il rêvait enfant devant les cartes Michelin et celles de l'espace de l'IGN<sup>(14)</sup> rue La Boétie, à deux pas des Champs-Élysées. Etienne a depuis conservé cet imaginaire du voyage et cette curiosité des territoires. Alors que son parcours professionnel, après un master en finances à Dauphine, l'a fait travailler dans quelques grands groupes français du luxe (L'Oréal et Dior notamment) et créer en intrapreneuriat une plateforme de financement TPE<sup>(27)</sup> - PME<sup>(19)</sup>, Etienne a conservé cette petite **voix de liberté** et de l'excitation de la **découverte des lieux** en dehors des radars des grands courants touristiques, des toponymies particulières. C'est dans le Bassigny, le Champsaur, les Ardennes, la Moselle, ou les Combrailles que ce parisien de naissance a trouvé l'idée entrepreneuriale de «**La Petite Vadrouille**». Et si la poésie du voyage, si l'imaginaire, si la passion des paysages irriguaient et signifiaient la base d'un **commun touristique** ?

«La Petite Vadrouille» naît en septembre 2019 dans un monde disposant de pléthore d'informations, de guides, de sites. L'idée est simple : faire découvrir des itinéraires, des paysages et des visages méconnus juste «à côté de chez vous». Le leitmotiv pourrait en être «**des programmes clé en main et sur mesure à côté des chez vous**

**pour vivre des moments de qualité, admirer des territoires préservés et rencontrer des visages de passionnés et passionnants**».

Etienne Veauvy propose alors de concevoir une expérience inédite d'une exploration à l'image des clients, individuels ou en groupes, en se fondant sur leurs imaginaires. Un questionnaire leur est préalablement transmis. Il évoque une trentaine d'univers (l'incongru et l'inattendu, la sensation du bout du monde, etc.). Cet imaginaire, ou ces imaginaires, sert de clef de voûte et de fil rouge. Il va permettre de forger un imaginaire collectif et d'embarquer vers «une exploration inédite du quotidien».

Ici des paysages anciennement industriels, là des rivières qui racontent l'irrigation des territoires et dont les îles peuvent servir de terrain de jeu et de découvertes extraordinaires. Ici l'univers de Doisneau, celui de l'intemporalité de l'enfance et de la poésie, là le contournement de grands sites de visite pour en voir l'envers du décor. Cet



imaginaire embrasse une démarche de slow tourisme par essence et par nature. Aucune obligation d'**optimiser son temps**. Juste prendre le contrepied d'une campagne marketing en misant sur la **puissance du dépaysement et avec de forts points d'ancrage et d'incarnation**. Les habitants y figurent au premier rang, leurs histoires, leurs expériences, leurs passions.

C'est sur ce projet que «La Petite Vadrouille» a été accompagnée par le Slow Tourisme Lab. Un projet forcément «slow». Sa raison d'être, même formalisée, est de proposer des mobilités douces (train + navette + vélo). Le train est pour Etienne Veauvy un **moyen très puissant de rupture**. Un accompagnement fait d'abord par le soutien humain avec un tuteur dédié qui suit le projet grâce à son expertise et sa logique d'entrepreneur, puis la mise en contact avec les entrepreneurs du département et notamment des zones rurales, et enfin la mise en lumière médiatique localement puis nationalement (presse écrite, TV, France



**ÉTIENNE VEAUUVY**

Fondateur de La Petite Vadrouille  
Accompagné depuis 2020

Bleu devenue Ici, etc.).

«La Petite Vadrouille» bénéficie toujours d'un suivi et d'une écoute du Slow Tourisme Lab, notamment pour accompagner l'**évolution de son modèle économique** allant vers des expériences clef en main sur-mesure, à destination de particuliers en matière d'hébergement, de restauration, de transport, etc. et de grands comptes (Hermès, Chanel, BCG<sup>(8)</sup>, Rothschild, Clipperton, Axa, BP, etc.). «La Petite Vadrouille» promet **une immersion dans une réalité géographique différente**. Une sorte de **transfuge territorial et social** qui nécessite pour les vadrouilleurs d'abandonner leurs artifices urbains et d'aller au plus près de l'ADN des destinations visitées, de leurs identités et de ce qu'elles ont à raconter.



**LA PETITE VADROUILLE**  
[www.lapetitevadrouille.net](http://www.lapetitevadrouille.net)



ENGAGEMENT 03

# Raconter et hybrider



Le slow tourisme invite à revisiter les **imaginaires des territoires**.

Il ne s'agit plus seulement d'accueillir des visiteurs, mais de **raconter d'où l'on vient, ce que l'on est et ce que l'on a à offrir**.

Raconter, c'est donner à voir la richesse des cultures locales, les gestes du quotidien, les paysages habités. C'est aussi une manière de **transformer les regards** et de **redonner sens à la ruralité**.

Hybrider : c'est **croiser** les usages, **mélanger** les publics, **brouiller les frontières** entre habitants et touristes.

Les tiers-lieux, les fermes ouvertes, les résidences d'artistes, les cafés associatifs deviennent autant d'**espaces partagés** où l'expérience touristique s'ancre dans le **vivant**.

Les collectivités et les entreprises peuvent agir en soutenant ces nouvelles formes de récits : valoriser les initiatives locales, encourager la création de contenus (sonores, visuels, participatifs), former les acteurs à la médiation culturelle et aux nouvelles narrations.

Faire du slow tourisme, c'est finalement **inventer ensemble une ruralité contemporaine**, où hospitalité et créativité se conjuguent au présent.

# Un autre accès au tourisme

04

## La mobilité : une interaction avec le monde, une exploration de l'altérité et de soi-même

Depuis la Seconde Guerre mondiale, notre société s'est profondément ancrée dans une **culture de la mobilité**. En France, chaque individu se déplace en moyenne entre 3,5 et 4 fois par jour. Cette mobilité est indissociable de notre **liberté**, qu'elle soit quotidienne ou touristique. La mobilité ne se réduit plus à une simple question de distance parcourue, mais devient **une manière d'interagir avec le monde**, une exploration de l'altérité et de soi-même. C'est la raison pour laquelle la mobilité douce repose sur une notion fondamentale : voyager de manière respectueuse de l'environnement. C'est pourquoi elle privilégie des modes de déplacement qui réduisent l'**empreinte écologique** de chaque usager. C'est une mobilité soutenable, qui par nature englobe l'idée que toute l'économie doit être viable, tant pour l'environnement que pour l'humain. Elle garantit que les déplacements humains sont effectués de la manière la plus viable possible pour l'écosystème.

Si près des deux-tiers des Français expriment le désir de trouver des alternatives plus écologiques à leurs modes de déplacement, ils se déplacent encore très majoritairement, notamment durant leurs périodes de congés, en transport routier et aérien. **L'usager demeure un paradoxe vivant**, animé par des engagements philosophiques, mais confronté à la réalité. La mobilité met en lumière les disparités économiques, sociales, démographiques et culturelles. Si le transport ferroviaire connaît également une

croissance, en témoignent les années records en termes de résultats financiers de la SNCF en 2023 et 2024, la dégradation du service régulièrement observée sur les lignes secondaires (sans compter les nombreux retards sur les lignes TGV) et l'augmentation du prix des billets, ne contribuent pas à faire la meilleure des publicités pour ce mode de transport réputé être vertueux et alternatif. L'un des défis majeurs est de garantir à ceux qui ont moins de ressources – près de 40% des Français ne partent ni en week-end, ni en vacances – la possibilité d'être mobiles et d'accéder aux loisirs. Le coût du transport, notamment ferroviaire, reste un obstacle majeur. Pour rendre la mobilité plus accessible, il est impératif que les pouvoirs publics et les collectivités agissent en faveur de **tarifs abordables et de services alternatifs simples**.



[illegible]



### Les enjeux «mobilité» d'une destination slow tourisme

Le Slow Tourisme Lab a organisé à l'automne 2024 au **Château de Vaux** dans l'Aube les 11<sup>es</sup> Francophonies de l'innovation touristique autour du thème «**le voyage agricole**». Plusieurs thématiques y ont été abordées dont celle de la mobilité. Quatre enjeux ont été identifiés en la matière.

Le premier est celui d'avoir une «**une vision holistique**» des mobilités à l'échelle d'une destination slow, intégrant la notion d'un «**ailleurs proche**» permettant à la fois de repenser la notion de distance, de travailler réellement sur la proximité et de qualifier les derniers kilomètres qui sont souvent les «trous dans la raquette» en matière d'accessibilité des zones lointaines ou des destinations rurales. Cette **vision holistique** intègre les **changements sociétaux** contemporains (passage de l'ère de la possession à celle de l'usage) et une **offre multimodale de transports**.

Le deuxième est celui de **l'épure**, c'est-à-dire d'**optimiser l'existant** et d'abandonner l'idée d'investissements lourds, à la fois en termes de finances, d'endettement mais aussi de coût écologique. Une épure pour simplifier et en finir vraiment avec les silos, qu'ils soient organisationnels et administratifs. Une épure pour mettre le client ou l'utilisateur au centre du projet avec notamment un travail de fond sur la notion de **rupture de charge** et avec le **report modal** comme objectif fondamental. C'est d'ailleurs dans cette optique que le Slow Tourisme Lab a été lauréat en 2022 de l'AMI<sup>(4)</sup> «Plate-

formes d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristique» du Plan Destination France pour un projet à **Vendeuvre-sur-Barse** et une offre de mobilité montée en partenariat avec la startup Clem', plateforme pour l'autopartage de véhicules électriques.

Le troisième enjeu porte sur le «**réenchantement de l'offre**». Cela équivaut à transformer le temps de mobilité en un temps de «**mobilité heureuse**», «**faire d'un temps subi un temps choisi**» et contribuer à une nouvelle mise en récit. Pour les amoureux de l'histoire, cela équivaut en quelque sorte à vivre pleinement le temps du voyage et «expérientialiser» le temps de la mobilité. Le Grand Tour ferroviaire en Suisse en est un exemple. Les destinations françaises pourraient s'en inspirer pour imaginer un nouveau Grand Tour, par exemple avec un train culturel, première étape de ce «voyage agricole».

Le quatrième enjeu pose la question de l'organisation et de la «**mobilité comme un vrai vecteur de rencontres**». Il vise à faire émerger les formes opportunes de coopérations locales, en redéfinissant la place des pouvoirs publics, en travaillant davantage

sur les réseaux et les solidarités, en intégrant l'ensemble des secteurs formels et informels. A l'image des GAEC<sup>(13)</sup>, le temps est sans doute venu d'imaginer des sortes de GMEC de la mobilité, permettant de réunir et de mettre en commun des véhicules et des supports de mobilité de toutes sortes dans des périmètres de proximité.

Les travaux de **Bruno Latour** sur nos manières d'habiter le monde, nos modes d'existence à l'échelon local, sur la nécessité de dresser un inventaire de nos interdépendances et de coconstruire une vision commune du monde peuvent aider dans une telle démarche. Les mobilités peuvent et doivent constituer **la base de nouvelles coopérations et de dépassement de fonction**.



Article rédigé avec l'aide des experts des Francophonies de l'Innovation Touristique.

GRÉGORY GUZZO

# Témoignage

## Le slow tourisme, un autre accès au voyage

Longtemps associé à la quête de l'exotisme et de la rapidité, le tourisme connaît aujourd'hui selon Grégory Guzzo une transformation profonde. Face aux enjeux et aux mutations, environnementales et sociétales, et à la recherche de sens, émerge une autre manière de voyager : le slow tourisme. Ce concept repose évidemment sur l'idée de **faire du temps de déplacement une partie intégrante de l'expérience**, de ralentir pour mieux s'immerger et de **repenser nos modes de mobilité** pour limiter notre impact écologique.

## Revenir à l'essence du voyage

Et il permet de revenir à l'essence du voyage. L'Europe est un véritable berceau de la mobilité : navigation à vapeur, chemin de fer, omnibus, vélo, automobile... autant d'innovations qui ont façonné notre rapport au déplacement. Pourtant, cette mobilité a un coût environnemental : **le tourisme représente environ 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre.**

Le slow tourisme invite à revenir aux fondamentaux : prendre le temps, profiter du trajet, intégrer la mobilité comme une dimension essentielle du voyage. En **Europe**, le réseau ferroviaire est exceptionnel : **226.000 km de voies**, soit 5,5 fois le tour de la Terre, sans équivalent ailleurs dans le monde. Mais les disparités sont fortes. La Suisse a conçu son réseau comme un tramway ou un métro national, tandis qu'en France, les 60.000 km de voies ferrées de 1920 sont passés à 18.000 km en 2020.

Le rail reste pourtant l'un des modes de transport les plus vertueux. Grégory Guzzo argumente. **Le rail émet 43 fois moins de CO<sub>2</sub> que l'avion et 6 fois moins que la route.** Dans un contexte d'urgence climatique, repenser la mobilité touristique devient un impératif : limiter l'autosolisme, privilégier l'intermodalité et valoriser les externalités positives du voyage en train.

## Le slow tourisme : sens et immersion

Le slow tourisme s'inscrit dans une tendance sociétale : redonner du sens à la consommation touristique. Cela signifie prendre son temps pour s'immerger dans les paysages, réduire l'anxiété liée à la course permanente, intégrer des solutions de mobilité douce pour les derniers kilomètres. Certaines destinations expérimentent déjà ces approches. Dans l'Aube, par exemple, il est possible de louer une voiture électrique à Troyes ou Vendeuvre-sur-Barse pour compléter un trajet en train. L'idée est de fluidifier les ruptures de charge et d'offrir des parcours cohérents.

Pour les **générations à venir, moins attachées à la possession d'une voiture** et plus enclines à utiliser les transports en commun, le slow tourisme pourrait devenir la norme. Avec l'arrivée de nouvelles compagnies ferroviaires, la concurrence stimule déjà la qualité et le confort (trains italiens plus confortables, TER rénovés en Normandie, réseaux modernisés).



**GRÉGORY GUZZO**  
Fondateur, Distinctiv



## Un défi clair

Le slow tourisme doit répondre à une stratégie globale qui relie mobilité, environnement et qualité d'expérience. Une démarche qui, à terme, pourrait bien redessiner la carte du tourisme en Europe. Des exemples étrangers peuvent d'ailleurs nous inspirer selon Grégory Guzzo, notamment la **Suisse** avec une coordination parfaite entre trains, bus, télécabines et remontées mécaniques, avec mise à jour annuelle des horaires et gratuité de certains services pour les voyageurs, l'**Autriche** (et ses gares intégrées, véritables exemples de hubs multimodaux). En France, certaines régions se distinguent avec l'**Occitanie** et le pass rail pour les jeunes ou **Saint-Gervais** et son ascenseur valléen. Le réseau TGV est un atout majeur, même si la ponctualité et les prix restent des points de vigilance. Dans certains cas, avion + bus coûtent encore 30 % moins cher que train + bus. Malgré cela, de plus en plus d'utilisateurs choisissent le train par responsabilité environnementale, malgré son prix élevé.

## De l'utilisateur au client «slow touristique»

Pour que le slow tourisme devienne une réalité à grande échelle, selon Grégory Guzzo, il faut passer d'une logique d'utilisateur à une **logique de client**. Cela implique de phaser les différents modes de transport, de thématiser et signaler les parcours, d'investir dans le dernier kilomètre et mettre autour de la table opérateurs, collectivités et acteurs touristiques pour co-construire l'expérience. **Nigloland** montre qu'il est possible de concevoir des solutions

adaptées au «dernier km», facilitant l'accès sans voiture. Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 sont également une source d'inspiration : circuits prévus, coordination des mobilités, gestion des flux. L'**inter-modalité** reste le nerf de la guerre. Le concept de **MaaS**<sup>(16)</sup> pourrait transformer la planification des voyages.

*«Le Slow Tourisme Lab est un laboratoire grandeur nature pour repenser le tourisme et la mobilité. Il permet d'expérimenter des modèles économiques plus durables, des partenariats public-privé innovants, des solutions techniques pour fluidifier l'expérience voyageur.»*

*Grégory Guzzo*





# Expérience

## Un AMI<sup>(4)</sup> du Plan Destination France

Le Slow Tourisme Lab a été lauréat (AMI<sup>(4)</sup> «Plateformes d'appui à l'innovation et à l'expérimentation touristique») pour un projet à Vendeuve-sur-Barse, avec une offre de mobilité montée en partenariat avec la startup Clem' (autopartage VE).

À Vendeuve-sur-Barse, la mobilité douce prend racine. Sur ce territoire à la croisée du Parc naturel régional de la Forêt d'Orient et du vignoble de l'Aube, un projet ambitieux se dessine : faire de la commune une base d'expérimentation pour de nouvelles formes de déplacements. Lauréat d'un appel à manifestation d'intérêt porté par le Slow Tourisme Lab, le site de Vendeuve se positionne comme un terrain d'innovation, associant acteurs publics et privés autour d'une même ambition: faciliter les mobilités du quotidien tout en valorisant l'attractivité touristique du territoire.

Une première concrétisation est déjà visible : à proximité de la gare, une aire de covoiturage équipée de bornes électriques permet aux habitants comme aux visiteurs de combiner train, voiture partagée et modes doux. La société Clem', opérateur reconnu des services d'autopartage, est partenaire du dispositif et participe à la conception d'une offre adaptée aux usages locaux.

Au-delà des infrastructures, l'enjeu est d'ordre collectif : fédérer les communes, entreprises et structures touristiques pour bâtir un modèle reproductible, conciliant innovation, sobriété énergétique et qualité de vie. Dans cette dynamique, Vendeuve-sur-Barse devient un laboratoire rural de la transition en matière de mobilité, où chaque initiative, du vélo à l'autopartage, dessine peu à peu les contours d'une mobilité plus fluide, inclusive et durable.

## Avec Clem', l'autopartage électrique sort des villes

Dans le paysage foisonnant de la mobilité électrique, Clem' s'est taillé une place singulière : celle d'un opérateur qui pense les territoires autrement. Ni startup de centre-ville, ni géant du transport, l'entreprise propose une approche complète de l'électromobilité : des véhicules électriques partagés, des bornes de recharge connectées, et une plateforme de pilotage énergétique. Un modèle intégré qui séduit de plus en plus de collectivités en quête de solutions concrètes et locales.

Créée en 2019, Clem' s'est donné pour mission d'accélérer la transition vers une mobilité partagée, inclusive et décarbonée. Sa promesse ? Offrir aux communes, bailleurs et entreprises la possibilité d'implanter des stations d'autopartage électriques en boucle, assorties de bornes de recharge intelligentes. «L'autopartage électrique est un outil de cohésion et de sobriété », résume la direction de Clem'. Derrière cette formule, une réalité : l'entreprise opère aujourd'hui plus de 500 véhicules et 700 points de charge sur plus de 200 villes et villages en France. La plupart se situent hors des grandes métropoles, là où les besoins de mobilité du quotidien ne trouvent pas toujours de réponse dans l'offre publique ou commerciale.





### Une technologie de terrain

La force de Clem' réside dans son savoir-faire technique. L'entreprise a développé sa propre plateforme numérique, clem.mobi, qui permet de réserver un véhicule, gérer une recharge ou suivre la disponibilité d'une borne. Côté infrastructure, elle a conçu un module électronique – la M'Box – capable de rendre «intelligentes» des bornes de recharge existantes. Résultat : un réseau unifié, piloté à distance, capable d'optimiser la recharge selon la production d'énergie renouvelable ou le coût de l'électricité.

Cette approche «smart» n'est pas qu'un gadget. Elle répond à un double impératif : réduire l'empreinte carbone des mobilités et optimiser l'usage des équipements publics. Autrement dit, permettre aux collectivités de tirer le meilleur parti de leurs infrastructures sans les alourdir de nouvelles charges d'exploitation.

Depuis 2021, Clem' multiplie les déploiements. À Paris-Saclay, l'entreprise gère un parc de véhicules électriques en libre-service pour étudiants, chercheurs et salariés du campus. À Charleville-Mézières, elle a lancé un service d'autopartage couvrant 61 communes et près de 150 bornes. En milieu urbain comme en zone rurale, le modèle séduit pour sa souplesse : une même station peut servir aussi bien à l'autopartage citoyen qu'à la recharge privée ou professionnelle.

Soutenue par des partenaires comme la Banque des Territoires ou Mirova, Clem' a été choisie par le Slow Tourisme Lab pour développer à ses côtés une offre de mobilité unique dans l'Aube.





ENGAGEMENT 04

# Transporter et mailer

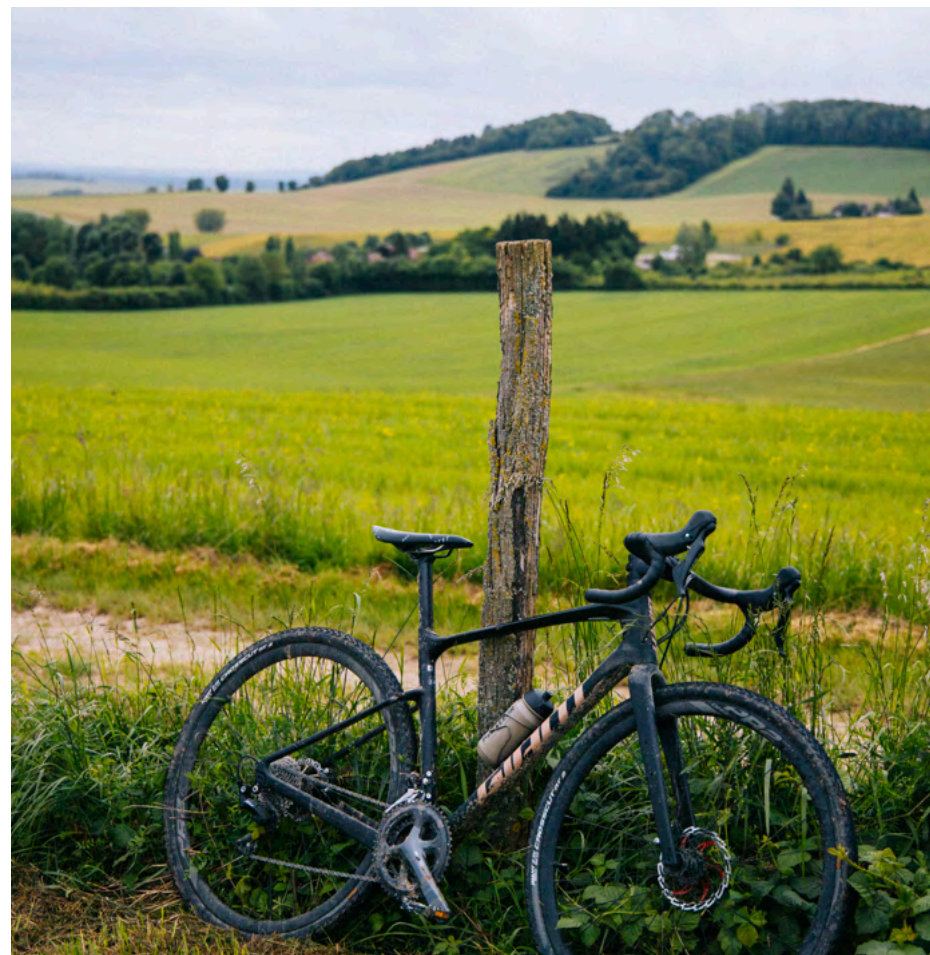
Pour les collectivités et les entreprises, l'enjeu n'est plus seulement d'attirer des visiteurs, mais de **mailler le temps et l'espace** : proposer des parcours qui relient, plutôt que d'accélérer.

Cela passe par une **approche non linéaire du temps** (où la découverte s'étale, se savoure, s'adapte aux rythmes locaux) et par **une mobilité multimodale** qui relie transports publics, modes doux et itinéraires de proximité.

L'action consiste à ouvrir aux touristes les **outils déjà pensés pour les habitants**.

Ces dispositifs, souvent financés par les territoires, deviennent des leviers puissants d'un tourisme durable et inclusif.

Agir maintenant, c'est créer des **passerelles entre le quotidien des habitants et l'expérience des visiteurs**, pour un territoire qui se découvre à son propre rythme.



Déployer des outils numériques collaboratifs en facilitant le covoiturage et l'autopartage grâce à des applications locales, combinant mixité des usages et des financements.

Les voyageurs choisissent des modes de transport adaptés à leur rythme, tout en limitant l'empreinte carbone. Les territoires deviennent ainsi des **laboratoires vivants** du slow tourisme, où mobilité rime avec qualité de séjour et fluidité de l'expérience.



# Le slow tourisme, un modèle citoyen

05

Loin des circuits rapides et standardisés, le slow tourisme s'inscrit dans une démarche qui dépasse le simple loisir : il devient véritablement un **modèle citoyen**. Dans les espaces ruraux français, cette approche replace le visiteur dans une **relation de réciprocité avec le territoire et ses habitants**, et fait du tourisme un levier de cohésion et de développement local. Parce que le slow tourisme privilégie la lenteur, l'authenticité et le lien humain. Mais, lorsqu'il est pensé comme un projet citoyen, il porte en plus un objectif : **servir l'intérêt général, l'intérêt d'une collectivité, l'intérêt d'une communauté humaine**.

Cela peut se traduire par la préservation des ressources naturelles, la valorisation des savoir-faire locaux, le soutien à l'économie de proximité et bien entendu l'inclusion des habitants dans la définition et l'animation des offres. Ce modèle repose sur un principe simple : **le visiteur ne consomme pas le territoire, il y contribue**.

## Un outil pour créer de nouvelles dynamiques rurales

Dans de nombreux villages, le slow tourisme sert de levier à la revitalisation : une **réouverture de commerces de proximité** grâce à la clientèle pérenne, la **création d'emplois** non délocalisables (guides nature, artisans, hébergeurs) ou le **maintien de services publics** grâce à l'augmentation de la population saisonnière hors pics estivaux.

C'est le cas de territoires ruraux, comme en **Creuse**, ou montagnards comme dans le **Mercantour**. Différents réseaux et labels, à commencer par «**Bienvenue à la ferme**» proposent des activités, des ateliers de transformation alimentaire ou des hébergements. Une partie des recettes peut être investie dans des projets communaux (aire de jeux, verger partagé). Les visiteurs sont invités à participer aux chantiers bénévoles : planter des haies, entretenir des sentiers, bâtir des murs, etc. Cette implication directe renforce le lien entre hôtes et visiteurs, tout en contribuant au bien-être collectif.

Des **écomusées participatifs** permettent également à des visiteurs d'y découvrir la culture paysanne et participer à des ateliers. C'est le cas de l'écomusée du **Pays d'Auray**, en Bretagne, ou celui d'**Alsace** à Ungersheim. Ou de celui de Cuzals, dans le Lot, un hameau transformé en 1920 en propriété agricole moderne sur 20 hectares de cause où se côtoient habitats ruraux et bâtis agricoles de diverses époques. On pourrait également citer celui de Pigna, en Corse, et tant d'autres.

### Valeurs citoyennes et impacts collectifs

Un modèle citoyen de slow tourisme repose sans doute au moins sur quatre piliers ou valeurs cardinales : la responsabilité environnementale, la participation citoyenne, la solidarité et l'éducation. Des coopératives d'habitants (WWOOF<sup>(29)</sup>, Oasis, etc.) créent de nouveaux lieux écologiques et solidaires appelés éco-hameaux, habitats participatifs, fermes collectives, tiers-lieux, etc. Au cœur des projets, des valeurs en phase avec les territoires, notamment celles de sobriété et de souveraineté alimentaire.

Les retombées du slow tourisme citoyen ne se mesurent pas seulement en euros. Ses effets sont à mesurer en matière de **lien social** renforcé, en l'occurrence entre habitants et visiteurs qui se rencontrent lors d'activités communes. Elles se jugent également par la question de la **fierté locale**, le territoire et ses habitants inversent souvent des tendances décennales pour retrouver confiance en leurs ressources et leurs talents. Mais aussi par une **attractivité durable**,

c'est-à-dire un tourisme aligné avec les aspirations écologiques qui attire une clientèle fidèle et une **transmission intergénérationnelle**, avec un partage d'expériences et de sensibilisation aux métiers et traditions locales. À l'échelle d'une commune, ces effets peuvent influencer les choix politiques, comme celui de donner une priorité à la préservation du patrimoine, aux aménagements pour la mobilité douce, à la création d'espaces publics favorisant les échanges.

### Quelques conditions pour un modèle citoyen

Pour qu'un projet de slow tourisme devienne véritablement un modèle citoyen, trois conditions sont essentielles : une **gouvernance partagée** (élus, habitants, acteurs économiques et associations travaillent ensemble), une **offre cohérente** (où activités, hébergements et restauration sont alignés sur les valeurs «slow» et citoyennes) et une communication sincère, en racontant l'histoire vraie du territoire.

Dans la Drôme, le **Parc naturel régional du Vercors** a mis en place une «charte du visiteur responsable» co-écrite avec les habitants et signée par les acteurs touristiques. Le résultat est visible. Le Parc donne une image claire, fondée sur un engagement collectif. La clientèle y adhère.

C'est ce modèle citoyen qui existe dans d'autres territoires y compris de grandes destinations touristiques. L'association **«Roma Slow Tour»** permet de comprendre la ville de Rome, son histoire, ses plans régulateurs d'urbanisme ou la relation entre le pouvoir et le peuple. Les participants des visites ne sont pas seulement des touristes, mais surtout de nombreux Romains qui ont le désir de mieux connaître la ville dans laquelle ils vivent. Et de créer une communauté. C'est ce que portent par exemple les dernières **«Capitales européennes de la culture»** (Bourges en 2028 ne déroge pas à cette règle désormais tacite) ou par exemple le Label **«Creative Tourism network»** qui promeut le tourisme créatif dans le monde et singulièrement les échanges entre hôtes et visiteurs. A l'exemple de 18 communes de moins de 5 000 habitants labellisées en 2023 dans les Charentes, notamment Clion et Jonzac en Haute Saintonge.

### Transformer le voyage en acte citoyen

Le slow tourisme peut être pensé comme un modèle citoyen qui transforme le voyage en acte revendiqué. Il fait du temps passé sur un territoire un investissement engagé, associant habitants et visiteurs autour d'objectifs communs : **préserver, transmettre, et vivre mieux ensemble**. Un tourisme à taille humaine. Une nécessité dans un monde où le tourisme de masse fragilise de nombreux écosystèmes et les modèles existants.



# Témoignage

## Le slow tourisme : un modèle citoyen

Le slow tourisme établit un nouveau type de relation entre la ruralité et l'urbanité, mais aussi **une relation apaisée au temps et à l'espace** pour celles et ceux qui associent les vacances à une pause, à la condition de ne pas être prisonnier d'un rapport lié à la performance (faire le maximum de choses dans un minimum de temps). Qui permet un équilibre, si ce n'est pas parfait au moins qui y tend, entre vie personnelle et vie professionnelle, difficile à atteindre au quotidien. Ce rapport au temps apaisé vaut pour celle ou celui qui visite comme pour celle ou celui qui accueille et donne. Cela signifie intrinsèquement prendre **le temps du partage, de la rencontre, de la fraternité**. C'est très certainement un **modèle citoyen**. Qui nécessite de penser en amont au seuil critique de l'accueil et du partage. Souhaiter la bienvenue ne signifie pas accueillir partout et tout le temps. C'est maintenir une forme essentielle de **respect de l'intimité**. Le visiteur n'a pas tous les droits (au risque de l'inimité) et l'hôte tous les devoirs (au risque de l'hostilité). C'est un équilibre entre les deux qu'il faut viser. Le slow tourisme doit permettre cette balance et cette recherche de relation harmonieuse.



**LAURENT MAZURIER**

Directeur, Petites Cités de Caractère

## Les Petites Cités de Caractère : le choix de vie de communautés patrimoniales

C'est le modèle défendu par les Petites Cités de Caractère. La promesse pourrait être ainsi résumée **«Visiteurs, que vous reveniez ou que vous vous installiez dans notre cité, vous êtes les bienvenus ! Venez découvrir comment on vit. Et si cela vous plait, nous serions heureux que vous reveniez.»** Le modèle prévoit d'accompagner les visiteurs dans leurs découvertes et dans leur immersion. Chacun doit devenir acteur de la cité et prétendre aux mêmes droits culturels. Les Petites Cités de Caractère prennent le parti de **«raconter la cité sans créer du factice, dans toutes ses dimensions, ses cultures, ses spécificités, ses singularités.»** L'ensemble de ces approches est traduit dans un récit, puis dans une randonnée urbaine qui va raconter l'histoire, les patrimoines, les habitants. Puis ce récit

peut s'incarner dans des manifestations partenariales et des communications qui vont «mettre au centre la qualité de vie au quotidien», à savoir le marché, l'artisan d'art, la rencontre avec un savoir-faire, une table avec des produits locaux, etc.

Le tourisme amène les visiteurs à vouloir revenir, à créer des communautés patrimoniales qui peuvent déboucher dans certains cas sur des choix d'installation et de vie. **La relation humaine de proximité définit ce nouveau modèle citoyen.** On a vu des dynamiques portées par des Petites Cités de Caractère redonner vie et fédérer des projets collectifs à des communes. Comme dans la Drôme, le Buech ou le Perche, mais aussi des territoires post-industriels.

## Des approches sur un temps long

Ces approches de slow tourisme nécessitent de travailler sur un temps long, ce qui va à l'encontre de l'immédiateté des pratiques médiatiques ou de nombreuses politiques publiques. C'est ce qu'entame chaque Petite Cité de Caractère, commune de moins de 6.000 habitants, soumise à une protection au titre des Monuments Historiques ou d'un Site Patrimonial Remarquable, possédant un bâti suffisamment dense pour lui donner l'aspect d'une cité et détenir un patrimoine architectural de qualité et homogène, témoin de son histoire.



La stratégie touristique 2024-2029 du réseau, «De la valorisation des patrimoines à un tourisme culturel durable» constitue «un cap, un progrès et un projet» selon Laurent Mazurier. Les Petites Cités de Caractère doivent regarder avec l'œil du «**parcours visiteur**». Elles deviennent des étapes importantes d'itinérance. Les espaces ruraux sont des lieux de **brassage de populations**, contrairement aux idées reçues et aux images souvent véhiculées. Les espaces ruraux ne sont pas des lieux d'effondrement mais bien de **régénérescence**. Un avenir empreint d'une relation intime aux territoires, à la ruralité positive et dynamique qui se réinvente et fait valoir ses atouts, d'un art de voyager tout en prenant son temps, d'une rencontre privilégiée avec les habitants.

*«Le Slow Tourisme Lab doit travailler sur l'observation du tourisme dans les petites villes et les espaces ruraux, son impact à long terme sur les communautés comme sur les projets de territoires. Sa vision est celle du terrain et se place du côté des habitants. C'est celle d'un modèle citoyen, prenant en compte les réalités structurelles de chacun des territoires.»*

*Laurent Mazurier*



# Portrait



**ÉTIENNE DE GALBERT**

Fondateur et CEO de Home Camper  
Accompagné depuis 2019

HomeCamper est une **plateforme** de réservation en ligne de **terrains privés** pour des séjours en **plein air**. Sa promesse est simple : « Trouvez l'endroit idéal pour vous arrêter et campez chez l'habitant ! ». Elle met en relation des propriétaires de parcs et jardins dans sept pays européens et des voyageurs en van ou camping-car, des campeurs, des randonneurs pédestres ou cyclotouristes.

Le projet est né entre 2015 et 2016 d'un constat partagé avec les parents de Stéphane, associé historique d'Etienne : la difficulté de stationner leur camping-car pour des voyageurs nomades. L'idée germe et grandit. Pendant que la pratique du **tourisme itinérant** explose, avant même la pandémie de

2020, portée par de nombreux facteurs concordants : la digitalisation du tourisme, l'arrivée des baby-boomers à l'âge de la retraite, la quête de liberté dans un rayon de proximité, la préservation d'un budget vacances familial, l'usage de vélos électriques lors des arrêts et la volonté de découvrir des sites « hors des sentiers battus » seulement connus par les habitants des destinations visitées.

La première phase de développement consiste à créer un catalogue de références. Trois à quatre années ont été nécessaires pour disposer d'une offre suffisante, après avoir recruté des **hôtes** et noué des **partenariats** avec les Fédérations Françaises de Camping-Car et cyclotourisme, des gestionnaires de gîtes et chambres d'hôtes, des propriétaires de centres équestres, mais aussi par exemple Décathlon très populaire auprès des randonneurs et des cyclotouristes. C'est ainsi qu'une masse critique et un maillage territorial ont été atteints (5.000 offres environ).

HomeCamper a fusionné en 2024 avec son concurrent néerlandais Campspace pour créer un **géant européen** dont chaque marque est propriétaire à 50%. Le résultat a permis d'augmenter la force de frappe de la société avec plus **80.000 emplacements disponibles**, dont 60% en



France, le reste étant notamment au Benelux, en Espagne et avec une forte croissance en Allemagne. La nouvelle plateforme a accueilli la même année un million d'utilisateurs. Avec une promesse toujours mise en avant, « **le camping chez l'habitant** », ainsi que la découverte de jardins et de parcs, comme un impact environnemental nul ou presque. Un camping chez l'habitant qui permet une rencontre privée avec les propriétaires, un partage et un développement d'une forme spontanée de **lien social** autour d'un apéro, d'un bouquet de fleurs ou d'un atelier partagé.

La nuitée revient en moyenne entre 18 et 20 € pour un **voyage itinérant** qui demeure en moyenne de 2,5 jours par emplacement. Par exemple le long des EuroVélo routes, avec une garantie de sécurité maximale pour les hôtes, les campeurs et leurs matériels (taux de satisfaction 2024 de 97,7 %).

Le Slow Tourisme Lab a accompagné HomeCamper dès 2018 notamment dans la recherche de **partenaires** et de **notoriété**, par exemple dans l'Aube auprès des maisons de Champagne. Et dans la recherche de son modèle économique, qui arrive en 2025 à trouver l'équilibre.





# Mobiliser et solidariser

Observer, comprendre, agir : les collectivités et les entreprises ont un rôle clé dans le développement d'un tourisme respectueux des territoires.

Mobiliser, c'est d'abord **mesurer les impacts du tourisme** sur les communautés locales et identifier les **besoins spécifiques** de chaque territoire.

Les projets doivent s'ancrer dans ces réalités structurelles pour créer un tourisme durable et bénéfique pour tous.

Solidariser, c'est **tisser des liens entre acteurs** locaux, artisans, entreprises, institutions et touristes.

Les **solidarités rurales** se renforcent lorsqu'elles fonctionnent en **écosystème**.

Chacun contribue à valoriser des ressources, à préserver des paysages et à accueillir des visiteurs dans le respect des populations.

Cela peut passer par la co-conception

de parcours touristiques, la mise en réseau des initiatives locales ou le soutien à des projets collectifs favorisant l'économie circulaire et l'innovation territoriale.

Chaque action, même modeste, contribue à transformer le tourisme en moteur de **cohésion sociale** et de **développement équilibré**.

**Agir ensemble, observer et adapter** : c'est ainsi que les territoires peuvent conjuguer attractivité touristique et solidarité locale, pour un tourisme qui enrichit et unit plutôt qu'il ne fragilise.





# Une question de méthode

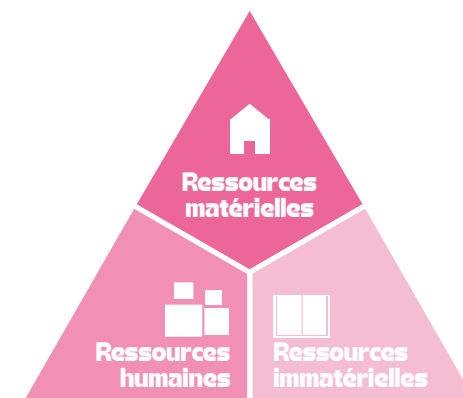
06

## Une méthode, trois piliers

Le slow tourisme s'impose aujourd'hui comme une véritable **méthode pour repenser le tourisme rural**. Il ne s'agit pas seulement de proposer aux visiteurs de «prendre le temps», mais de construire un modèle qui profite durablement à l'économie locale, aux habitants et aux écosystèmes. En d'autres termes : un tourisme qui permet à tous, entreprises, résidents, milieux naturels et visiteurs, de mieux vivre.

Cette méthode implique de **connaître finement son territoire**, ses limites de «**supportabilité**» sociale et environnementale et d'assumer des choix stratégiques parfois restrictifs. Elle nécessite également des **partenariats** étroits entre élus, acteurs touristiques, associations, entreprises et habitants. Le Parc naturel régional du Verdon illustre bien cette gouvernance : chaque nouveau projet touristique y est évalué selon des critères de durabilité et de bénéfices partagés. Enfin, elle suppose une **vision à long terme** : construire un récit territorial cohérent, cultiver la rareté et l'exception plutôt que de céder à la surenchère quantitative. Le slow tourisme n'est pas qu'un slogan pour voyageurs pressés de ralentir : c'est d'abord une **ingénierie territoriale** qui repose sur **trois piliers** : l'optimisation des ressources humaines, la régénération des ressources matérielles et la (re)valorisation des ressources immatérielles.

## Les trois piliers de la méthode du slow tourisme



## Optimiser les ressources humaines

Dans un territoire slow, chaque personne compte. L'accueil n'est pas uniquement le rôle des offices du tourisme : il peut impliquer directement les habitants. À l'image de nombreuses initiatives et réseaux, connus comme les Greeters, des citoyens bénévoles accueillent les visiteurs, partagent leurs bonnes adresses et racontent leur territoire autrement.

Créer une communauté d'accueillants, c'est multiplier les points de contact et donner une dimension plus humaine au séjour. Cela suppose aussi une organisation agile : mutualisation des équipes via un bureau mobile, planning partagé entre structures culturelles et touristiques, ou encore jumelage entre entreprises locales. La force du slow tourisme réside dans le bouche-à-oreille et l'authenticité : la réputation se construit sur la durée, par la qualité des interactions plus que par des campagnes publicitaires massives.

On peut citer par exemple le réseau «Hel'eau de la Vallée de la Bruche» en Alsace. L'objectif est de créer un réseau de points d'eau géolocalisés où les visiteurs, passants, randonneurs, cyclistes ont la possibilité de remplir gratuitement leurs gourdes aux heures d'ouverture des lieux publics ou, selon disponibilité, auprès des habitants, créant ainsi une « chaîne de l'eau » de la Bruche. C'est un premier geste d'hospitalité. «L'accueil est dans notre nature» comme l'affirment les porteurs de cette initiative alsacienne.

## Régénérer les ressources matérielles

L'enjeu est d'**hybrider les usages**. Les équipements publics peuvent être ouverts aux visiteurs, et les équipements privés, mis à disposition des habitants. Dans le Parc naturel régional du Morvan, par exemple, certaines bases de loisirs accueillent à la fois des activités pour les familles locales et pour les randonneurs de passage, renforçant le lien social.

Reconnecter l'offre touristique à la vie locale passe aussi par la création de lieux hybrides : cafés associatifs, guinguettes estivales, ateliers partagés. Le réseau «**Mille cafés**» en milieu rural illustre bien cette dynamique. Le réseau accompagne, soutient et rassemble des **cafés multiservices** dans les communes de moins de 3.500 habitants. Leur point commun : être le seul café du village, proposer différents services et impliquer concrètement les élus et les habitants dans leur vie quotidienne. Un seul espace peut servir à la fois de bistro, de lieu de concert et de point d'information touristique.

Le slow tourisme prône la simplicité et la réversibilité : hébergements éphémères, bivouacs chez l'habitant, redécouverte des habitats traditionnels. En **Corse**, certaines bergeries rénovées accueillent des randonneurs en saison, puis retrouvent leur usage agricole le reste de l'année. C'est aussi une logique de qualité : arrêter le «tout pour tout le monde, tout le temps». Cela implique parfois de dire non : limiter les heures d'ouverture, restreindre l'accès à certains sites sensibles, ou refuser des projets «hors sol» déconnectés du territoire. **L'Île de Bréhat** en Bretagne, par exemple, régule strictement la fréquentation estivale pour préserver ses paysages et son équilibre social.



(Re)valoriser les ressources immatérielles

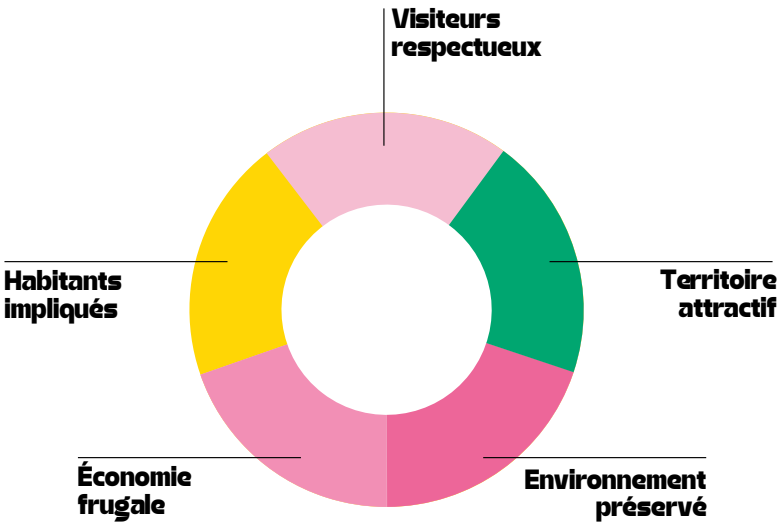
Le troisième pilier concerne les talents, les savoir-faire et les histoires locales. Les artisans, agriculteurs, conteurs, musiciens sont autant d’ambassadeurs du territoire. Les intégrer dans l’expérience touristique permet de créer un produit authentique, impossible à copier ailleurs.

Certaines destinations misent sur un véritable «casting» local. Dans le Luberon, des potiers, producteurs de lavande ou chefs cuisiniers ouvrent leurs ateliers pour des expériences réservées à de petits groupes, sur inscription. La pérennisation des savoir-faire passe aussi par leur diversification touristique : un apiculteur peut proposer des

ateliers de fabrication de bougies, un vigneron, des balades dans ses vignes. Le Québec a développé de nombreux «circuits courts du tourisme», où producteurs et hébergeurs collaborent pour offrir des paniers pique-nique 100 % locaux.

Le slow tourisme valorise ainsi des séjours entiers conçus en circuit court : hébergement chez l’habitant, repas issus de fermes proches, activités avec des acteurs locaux. L’initiative «Voyage en Terre Bio» propose des itinéraires dans de nombreuses régions mêlant gîtes paysans, repas fermiers et randonnées guidées par des habitants.

Le cercle vertueux du slow tourisme



Article rédigé avec l’aide des experts des Francophonies de l’Innovation Touristique.



CORINNE LESPINASSE-TARABA

# Témoignage

## Le slow tourisme est désormais plus affirmé

Le slow tourisme révèle des pratiques qui existent depuis toujours, ou presque. En tout cas, depuis l'instauration des congés payés et la création de valeurs propres aux vacances, temps privilégié où l'on se repose et l'on adopte un rythme revisité, surtout à la campagne. La France, première destination du monde et championne des résidences secondaires (3,3 millions), aime ses territoires ruraux qui allient qualité de vie, calme, loisirs, environnement. Ce qui a changé réside dans le fait que le slow tourisme est désormais plus affirmé, plus revendiqué et plus marketé. Le slow tourisme semble nouveau parce que «prendre le temps» correspond à une **valeur refuge**, singulièrement dans le monde post pandémie, la société post-industrielle et la prise en compte que voyager proche de chez soi, permet de gagner du temps sur place, limite son empreinte carbone, favorise l'économie locale.

## Mesurer la maturité d'une destination et sa transformation

La prise en compte de la demande au regard de l'offre en milieu rural est relativement récente (20/25 dernières années). Aujourd'hui, développer une offre touristique dite «slow» se réalise en cohérence avec les ressources du

territoire et en lien avec les aspirations des visiteurs (aménités pour un tourisme itinérant, services proposant des séjours touristiques décarbonés – ou à faible impact ; éco hébergements, restauration et hébergements durables, atouts culturels et patrimoniaux, etc.). Un travail conséquent de qualification de ces actifs est mené par Atout France avec certaines **marques territoriales rurales**, qui aboutissent à des **contrats de destination**.

Cela débouche sur une feuille de route partagée. Des lieux et sites touristiques ruraux, par exemple la Dordogne, présentent des «symptômes» touristiques saisonniers très urbains. La capacité des espaces ruraux à **se renouveler**,

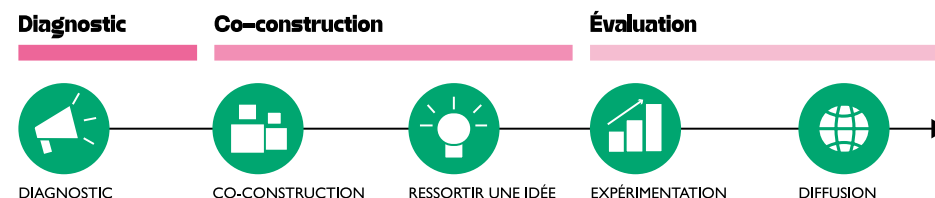


**CORINNE LESPINASSE-TARABA**  
Sous-directrice, développement territorial, Atout France

à créer de la **fidélité**, à prolonger la **durée du séjour** est encouragée. Pour cela, plusieurs **éléments de méthode** sont proposés : **diversifier l'offre d'hébergements** et la faire monter en gamme (notamment à destination des familles, des groupes ou des seniors qui pratiquent le slow tourisme), **désaisonnaliser** les activités en jouant sur les flux, travailler sur les **marqueurs forts de territoire**, développer des outils pour accompagner le **parcours client** sur site (notamment faciliter l'accès à l'info), etc.

Des labels sont identifiés slow tourisme désormais (Gîtes de France, Fédération nationale des parcs naturels, Parcs nationaux Plus Beaux Villages de France, Petites Cités de Caractère, etc.).

## La chaîne de valeur d'un projet slow tourisme



## Slow tourisme ne signifie pas absence d'investissement

Atout France travaille avec la Banque des Territoires et les Régions de France dans le cadre de FTI<sup>(12)</sup> au développement d'investissements et d'offres nouvelles à l'échelle régionale dans des projets qui ont des valeurs locales, nationales et parfois internationales. Le slow tourisme ne signifie pas l'absence d'investissement, mais veut dire plutôt un investissement responsable pour créer une offre soutenable.

De nombreux exemples peuvent être cités : en Région **Bourgogne – Franche-Comté** le long du **Canal du Nivernais** (avec l'optimisation de sites municipaux de campings, des offres complémentaires de logements pour les cyclotouristes, etc.), projet de rénovation et d'agrandissement du site **Plan d'Eau de Vieure** (Auvergne-Rhône-Alpes), pont-canal de Briare dans le cadre d'un projet de valorisation des canaux «Loiret au fil de l'eau» (Centre-Val de Loire), Site de Bois Court (La Réunion). Ces projets associent collectivités, opérateurs et

réseaux qui œuvrent en faveur du slow tourisme (réseaux hôtellerie de plein air, réseaux territoriaux, etc.). A noter également l'enjeu de la reprise de campings municipaux ruraux et l'apparition de nouveaux acteurs (**Camping liberté**, **Flower Camping**).

### Deux axes à privilégier : la mobilité et l'habitant

Le sujet de la **mobilité** est central dans le slow tourisme, notamment celui du dernier km. Atout France a coordonné des Appels à manifestation d'intérêt sur le sujet (AMI<sup>(4)</sup> Innovation, AMI<sup>(4)</sup> Destinations digitales, AMI<sup>(4)</sup> Parcours Client). Il faut **identifier et tester des solutions** encore méconnues qui facilitent la mobilité : applicatifs «user centric» pour faciliter la découverte des grands itinéraires de cyclotourisme (**France Vélo Tourisme**), la gestion du dernier kilomètre – équipement et exploitation d'une flotte de véhicules (avec le Slow Tourisme Lab) ou pour optimiser la visite des Plus Beaux Villages de France (**webapp**).



« La donne a évolué et les offres slow tourisme doivent d'abord trouver écho auprès des habitants et excursionnistes et contribuer à réguler la fréquentation des lieux, dans l'intérêt de toutes les parties présentes. À l'image de la création de nombreux lieux hybrides en ruralité, malgré la difficulté de mobiliser des investisseurs sur certains projets. C'est un terrain d'expérimentation formidable pour le Slow Tourisme Lab. »

Corinne Lespinnasse-Taraba

# Portrait

## Des cartes libres pour des projets durables

Stéphane Branquart travaille au Maroc en 2010 sur un projet de cartographie dans un contexte géopolitique sensible. Il découvre **OSM**<sup>(18)</sup>, la plus grande base de données géolocalisées au monde. Ce «Wikipédia de la carte» repose sur un principe simple : des données libres de droits, enrichies par une communauté mondiale de contributeurs, amateurs ou professionnels.

En 2017, il décide avec ses associés de créer Teritorio, une **entreprise innovante de l'économie sociale et solidaire** avec un objectif : mettre la **cartographie libre au service des territoires, et en particulier du tourisme**. Le principe est clair : travailler en circuit court de la donnée, comme on le ferait pour un produit local. Les informations collectées appartiennent à tous, sous deux conditions : **citer la source et partager les améliorations**.

Cette philosophie favorise une boucle



**STÉPHANE BRANQUART**

Président de Teritorio  
Accompagné depuis 2022

vertueuse : chacun peut contribuer (collectivités, offices de tourisme, habitants) et chacun bénéficie d'une base à jour et fiable. Plus qu'un outil technique, c'est une **méthode collaborative** qui place la ressource commune au centre de la stratégie.

## Du tourisme de données au slow tourisme

Pour Stéphane Branquart, le lien entre cartographie collaborative et slow tourisme est naturel. Les deux reposent sur des valeurs communes : **projets inscrits dans la durée, coopération locale, frugalité numérique et participation citoyenne**. Pendant la crise sanitaire, par exemple, la mise à jour des données touristiques (établissements ouverts ou fermés, circuits courts agricoles disponibles) est devenue cruciale. Les «données primaires» collectées localement se sont révélées un atout majeur pour orienter les visiteurs et soutenir l'économie locale.



Dans ce modèle, la **carte** n'est pas qu'un plan : c'est un **outil de mise en récit du territoire**. En intégrant des informations précises sur les mobilités douces, les producteurs locaux, les points d'intérêt ou les hébergements, on favorise une expérience lente de voyage, immersive et respectueuse de l'environnement. Teritorio accompagne ainsi une trentaine de territoires avec son **Cartoguide**, un outil professionnel pour offices de tourisme et collectivités, conçu pour renseigner vite en personnalisant la réponse (carte des favoris) et en étant complet grâce à l'alliance des données du système SIT<sup>(24)</sup> et de celles d'OpenStreetMap.

## L'expérience du Slow Tourisme Lab

En 2022, Teritorio rejoint le STL<sup>(26)</sup>, basé dans l'Aube mais à vocation nationale. Ce partenariat marque un tournant. Ensemble, ils expérimentent le Cartoguide à l'échelle de l'Aube et de la Champagne, dans une logique «frondeuse» : tester vite, bousculer les habitudes et favoriser la coopération interrégionale.

Aube en Champagne Attractivité enrichit la base avec des données locales, notamment autour de l'alimentation et des circuits courts. Le résultat est un outil unique, accessible en ligne (carte.aube-champagne.com) qui combine données géographiques, contenus touristiques et interactivité. Il ne s'agit pas seulement de montrer où aller, mais de donner les moyens de voyager autrement. L'outil pourrait être déployé dans de nombreuses destinations,

avec l'appui d'offices de tourisme et d'agences départementales.

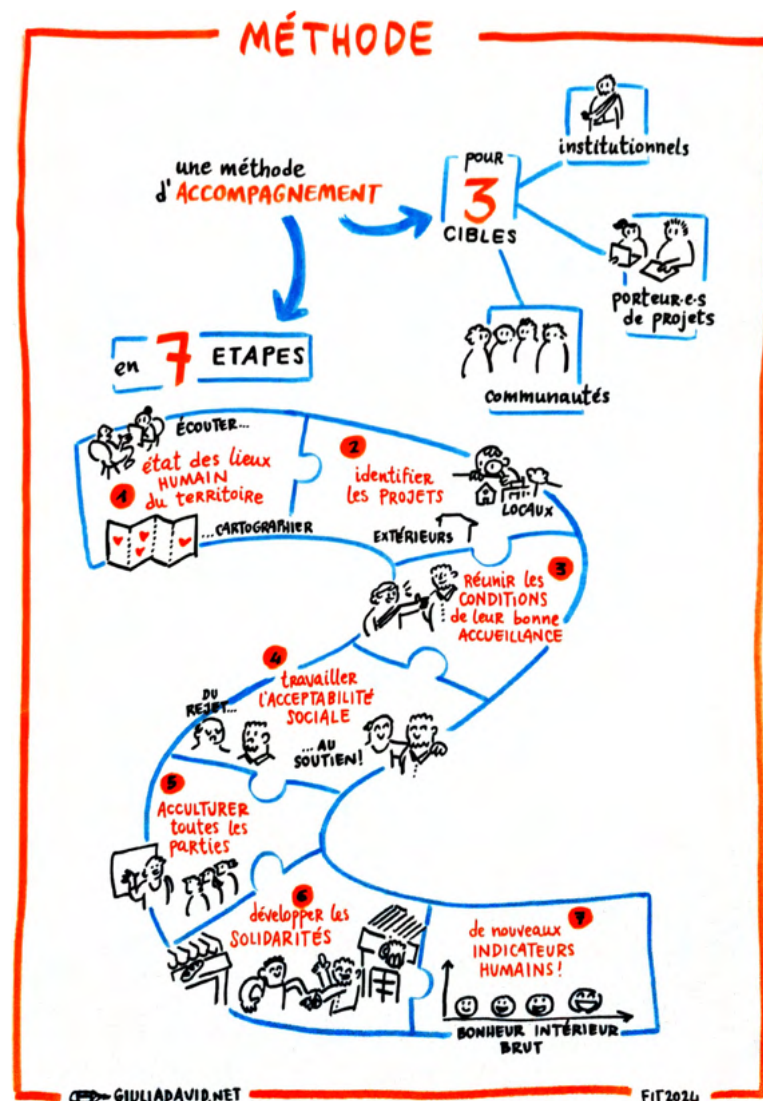
## Les communs, une méthode reproductible

Teritorio défend une méthode qui s'appuie sur des **communs** (données ouvertes, logiciels libres), mutualise les ressources entre acteurs publics et privés et trouve un espace de collaboration hors des structures habituelles.

Cette approche permet de réduire les coûts (notamment d'entretien des données), d'assurer une **souveraineté numérique** et de renforcer la cohérence des offres touristiques. Elle pose aussi la question du modèle économique des communs : si le soutien public est utile, il doit s'accompagner d'une production concrète de résultats, notamment en matière de coopération sur la donnée.

Le slow tourisme, dans cette perspective, est bien une méthode de **développement territorial**. En plaçant la donnée partagée et la collaboration au cœur du processus, selon Stéphane Branquart, on crée les conditions d'un tourisme plus sobre, plus durable et plus adapté aux réalités locales.





ENGAGEMENT 06

## Mesurer et mobiliser

Agir pour le slow tourisme, c'est d'abord penser aux **habitants** et aux **visiteurs** : leurs besoins et leurs rythmes doivent guider chaque projet.

Les collectivités et entreprises peuvent investir dans des lieux expérimentaux, tester des offres hybrides mêlant culture, nature et loisirs, et réinventer la manière dont on séjourne.

Chaque expérimentation doit être conçue pour générer un **équilibre** entre séjours courts et longs, et permettre de rentabiliser les étapes touristiques.

L'objectif : **sécuriser l'investissement** foncier et favoriser une dynamique économique **pérenne** pour le territoire.

Investir, c'est aussi oser, mesurer et ajuster. Les territoires peuvent ainsi devenir laboratoires vivants, où l'innovation rencontre la valorisation locale, et où chaque acteur contribue à un tourisme **responsable, attractif et rentable**.

# Une destination, une stratégie

07

## Méthodologie traditionnelle d'une stratégie touristique

Si on appliquait une démarche traditionnelle de stratégie à un projet slow tourisme, il serait tentant d'en rappeler les **grandes étapes** (analyse de l'existant, définition de la vision et des valeurs, structuration de l'offre, mise en place des partenariats, identification des actions, évaluation et ajustement). On pourrait leur appliquer des principes «slow», qui les rendraient crédibles et efficaces comme la formation des acteurs, les aménagements doux avec de la signalétique adaptée ou des points de recharge vélo, une médiation qualitative vantant la destination avec un site web immersif et des récits d'expériences, ou une gestion des flux. Et l'on n'aurait pas tort, surtout en y ajoutant d'**autres critères** comme le temps long, c'est-à-dire inciter à rester plusieurs jours plutôt qu'un simple week-end ou bien le respect des ressources, à savoir limiter l'impact environnemental et préserver la qualité de vie des habitants. Tout cela est vrai et peut être illustré par des actions un peu partout en France, puisées par exemple dans le Parc naturel régional du **Morvan** (avec ce réseau de prestataires qui propose des séjours «randomnée et savoir-faire») ou en **Baie de Somme** (avec un itinéraire à vélo qui intègre des haltes chez des pêcheurs ou dans des réserves ornithologiques).



## La stratégie d'une destination slow tourisme doit se différencier

Pour qu'une destination slow tourisme, surtout rurale, devienne crédible, il lui faut une stratégie solide, construite pas à pas, depuis le diagnostic initial jusqu'aux partenariats de terrain. Cette méthodologie stratégique définit **trois cibles** (les institutionnels, la communauté, les porteurs de projets) et comporte quelques **étapes obligatoires**. Il est évident que le contexte de chaque territoire est singulier. Les outils proposés ne peuvent être considérés que comme des exemples et des propositions, pas comme des **solutions sur-mesure ou clés en mains**. La stratégie d'une destination slow tourisme doit se différencier d'une stratégie traditionnelle. C'est notamment sur ce thème que les Francophonies de l'innovation touristique ont travaillé en octobre 2024 au Château de Vaux (Aube).

## Poser un diagnostic territorial « humain »

Tout projet commence par un état des lieux précis notamment socio-économique. Il est aisé de dresser un inventaire précis de l'offre touristique, de la demande touristique, de l'environnement concurrentiel et d'en faire une analyse SWOT. Toute démarche slow nécessite d'adopter une nouvelle méthode, parce que le slow tourisme est un **tourisme de consolidation**. Ce diagnostic mérite d'abord un «**état des lieux humain**», qui ferait suite à une immersion sur le territoire de plusieurs jours, d'échanges et de rencontres. Cet état de lieux humain doit pouvoir dresser un inventaire des envies, des fractures, de l'ADN du territoire et les cartographier. Il relève d'une démarche d'écoute empathique des opportunités, à la fois des besoins exprimés par la communauté locale, de l'existant et de ses difficultés, des potentiels identifiés par les acteurs du territoire.

## Identifier les projets et réunir les conditions de leur accueil

Cela passe naturellement par l'identification des porteurs de projets. Ces derniers peuvent être des **habitants** du territoire et cela est à encourager par des initiatives sous la forme d'un «**hackathon**» à l'échelle des territoires ruraux considérés (événement durant lequel des personnes se réunissent pendant une courte période de temps, par exemple un week-end afin de travailler ensemble sur le développement d'un projet : reprise de bar ou d'un camping, récit de territoire et définition de visites guidées, etc.). Cette quête peut également s'ouvrir à des **porteurs de projets venant de l'extérieur du territoire**. Selon une démarche d'attractivité qui peut toucher la diaspora des territoires installée ailleurs ou des amoureux des espaces ruraux. Dans cette perspective, une **ingénierie d'accueil** des projets doit être proposée, autour d'un ou plusieurs élus moteurs, de telle sorte que le néo-entrepreneur endosse rapidement les habits d'un «**entrepreneur local**».



L'**acceptabilité** du projet par la population locale est une condition essentielle. Pour cela, un travail de terrain doit être mené pour identifier les oppositions, tenter de les lever pour éviter le phénomène de rejet que l'on peut parfois rapidement observer (le fameux «not in my backyard»). Pour obtenir le soutien de la communauté, dans une **vision positive du projet**, il convient d'identifier les soutiens «**leaders**» qui pourraient s'en saisir et qui peuvent aider à faire évoluer les points de vue de la communauté en insistant notamment sur leur apport à l'optimisation du cadre de vie ou des ressources vives de la communauté locale.

## Un travail d'acculturation de l'ensemble des parties

Un **travail d'acculturation** de toutes les parties est nécessaire. D'abord pour faire en sorte que les **nouveaux arrivants** soient sensibilisés au territoire, qu'ils le comprennent, qu'ils connaissant les habitants à la fois dans leur histoire et leur quotidien. Une démarche d'**humilité** est nécessaire et de rencontre, indispensable. Il faut également se tourner vers les **institutionnels** (responsables locaux, élus, techniciens) et les **habitants**, montrer des exemples de bonnes pratiques et d'**impacts positifs pour la communauté**, à la fois par la mise en réseau avec les nouveaux arrivants et le développement de nouvelles formes de solidarités. Ces dernières impliquent un engagement mutuel, accepter pour les habitants les contraintes d'une activité touristique qui va bouleverser les habitudes, s'engager pour les entrepreneurs à avoir un impact positif sur

la vie locale (rénovation patrimoniale, création d'emplois, entretien paysager, services de mobilité pour tous...). Pour cela, de **nouveaux indicateurs** de mesure de l'impact local d'un projet slow tourisme peuvent être proposés. Des indicateurs qui se concentrent sur l'aspect humain des projets, comme la qualité de vie locale (nombre de commerces, aménités, etc.), l'inclusivité, l'altérité ou l'engagement de la collectivité. Il est évident que les **bénéfices à long terme**, sous toutes leurs formes, sont à attendre, à la fois par une attractivité différenciée face à la concurrence, un ancrage local fort grâce à la participation des habitants et une économie circulaire où la dépense touristique profite directement au territoire.

*Article rédigé avec l'aide des experts des Francophonies de l'Innovation Touristique.*



VINCENT GARNIER

# Témoignage

## Le slow tourisme, une destination, une stratégie Trois conditions pour réussir

Face aux défis environnementaux et aux attentes croissantes des voyageurs pour des expériences plus authentiques, certaines destinations françaises font du slow tourisme le cœur de leur stratégie. C'est le cas de **Clermont Auvergne Volcans**, que dirige Vincent Garnier, une Société publique locale née en 2024 de la fusion de deux offices de tourisme voisins et complémentaires, Clermont Auvergne Tourisme (lui-même Société Publique Locale (SPL) depuis 2017) et Mond'Arverne Tourisme. Sous le slogan «**Prendre le temps**», la destination du Massif Central aspire à se positionner comme un espace d'expression d'un tourisme durable et apaisé, ancré dans son territoire.

Vincent Garnier explique que, selon lui, une stratégie de slow tourisme ne peut fonctionner que si trois conditions sont réunies : **une vision, une légitimité et une adhésion**. Une vision doublée d'une conviction : porter une perspective claire, un projet cohérent et durable, assumé comme une orientation stratégique et non comme une simple tendance. Une légitimité, celle d'inscrire cette vision dans une stratégie territoriale, inscrite dans un mandat politique clair et la liberté d'agir, avec une compréhension partagée par les acteurs locaux. Enfin, une adhésion en impliquant les équipes internes de l'Organisme de gestion de destinations (OGD) et les parties prenantes pour créer un véritable mouvement collectif.



VINCENT GARNIER

Directeur général, Clermont Auvergne Volcans

À Clermont Auvergne Volcans, ces trois piliers sont respectés. La métropole, actionnaire majoritaire, intègre le slow tourisme dans sa stratégie touristique et dans son plan de mobilités douces. Les acteurs privés et associatifs y voient une opportunité de se fédérer autour d'une ambition commune.

### Du concept à la mise en œuvre

La stratégie s'est construite progressivement, par étapes :

- Recensement et fédération des acteurs locaux : hébergeurs, prestataires d'activités nature, agriculteurs, acteurs culturels.
- Création d'un socle commun : positionnement clair, identité visuelle, signature «Prendre le temps».
- Adoption de la norme ISO 20121 pour l'office de tourisme, symbole d'une gestion responsable.
- Déploiement opérationnel autour de trois axes : expérience, temps et mobilité.

Cette approche ne se limite pas à un discours : elle se traduit par des **actions concrètes** sur la **mobilité** (chemins doux, liaisons intermodales), la **valorisation des hébergements et des activités** respectueuses de l'environnement, ainsi que par une **communication** centrée sur l'**expérience** plutôt que sur la consommation rapide des lieux.

Fait notable : la démarche n'a suscité aucune opposition. Au contraire, elle répond à des enjeux partagés, notamment la gestion des flux dans les zones plus fréquentées et la prévention du surtourisme, sans générer de phénomènes de gentrification.

### Une dynamique fédératrice

Plusieurs acteurs se sont naturellement inscrits dans cette stratégie : Huttopia pour l'hébergement nature, des prestataires d'activités de pleine nature, des producteurs et des acteurs de l'agritourisme. Vincent Garnier dresse un constat : les jeunes générations, déjà sensibilisées aux enjeux environnementaux, adhèrent spontanément à l'esprit «slow».

L'exemple auvergnat s'inscrit dans une tendance plus large. Dans la région Auvergne-Rhône-Alpes, l'initiative «**Partir ici**» valorise les expériences locales à vivre sans précipitation. En Lozère, d'autres projets mettent l'accent sur l'humain, l'hébergement et l'agritourisme, en lien direct avec les habitants. Le slow tourisme agit ainsi comme un **fédérateur transversal** : il relie les acteurs autour de valeurs communes, tout en offrant aux visiteurs des expériences plus riches et plus immersives.



«Dans ce type de démarche, un maillon essentiel reste l'accompagnement. En facilitant la coopération et en renforçant la cohésion entre les initiatives locales, le Slow Tourisme Lab contribue à transformer une ambition en résultats concrets.»

Vincent Garnier

# Portrait

À **Dolancourt**, au milieu des paysages verdoyants de l'Aube, Nigloland cultive depuis près de quarante ans une vision singulière du parc d'attractions : **distraindre tout en respectant la planète**. Créé en 1987 par Philippe et Patrice Gelis, anciens forains inspirés par un voyage aux États-Unis, le parc a relevé le pari audacieux d'attirer les visiteurs à la campagne. Du matériel est acheté auprès d'un fabricant qui le dédiait à un parc en Amérique du Sud. Dès la première saison, l'objectif est dépassé : 100.000 entrées, le double des prévisions, avec une dizaine d'attractions et deux points de restauration. L'histoire est lancée. Au fil des décennies, le site s'étoffe. Aujourd'hui, Nigloland accueille environ **750.000 visiteurs** par an, dont 40 % de proximité et 5 % d'étrangers, génère un chiffre d'affaires de 30 à 40 millions d'euros et emploie jusqu'à 450 personnes, dont 60 CDI.

Installé dans un écrin de verdure, traversé par une rivière, le parc a su préserver et mettre en valeur ses espaces naturels : jardins, bancs ombragés, zones de



flânerie, ... Les flux de visiteurs sont fluidifiés grâce à des attractions à forte capacité, réduisant l'attente. La restauration met à l'honneur le fait maison et les produits locaux. En 2024, Nigloland est devenu le premier parc français labellisé «**Divertissement durable**» par le SNELAC<sup>(25)</sup>, sur la base de plus de 180 critères. Les **actions sont nombreuses** : tri et valorisation des déchets (compost, méthanisation), suppression des emballages jetables, vaisselle lavable, réduction des consommations d'eau et d'énergie, flotte de véhicules électriques, station d'épuration pour l'arrosage des espaces verts, panneaux photovoltaïques, etc. Les jardiniers privilégient les espèces indigènes et mellifères, installent nichoirs et ruches, recyclent ou remplacent les pots plastiques par des biodégradables.

Nigloland aspire à devenir une référence de parc aux **engagements RSE**<sup>(22)</sup> avérés et quotidiens. Un partenariat avec le CPIE Sud Champagne a permis de recenser toute la faune et la flore du parc ; un parcours nature voit le jour en 2025 pour sensibiliser les visiteurs à la biodiversité. Entreprise familiale, dirigée désormais par Rodolphe Gelis, Nigloland emploie majoritairement des habitants de la région et collabore avec artisans, producteurs et hébergeurs locaux. Le parc soutient aussi associations locales et nationales, des Restos du Cœur à l'Association Petits Princes.

Nigloland favorise l'accès durable par une stratégie «mobilité» volontaire et engagée : navettes depuis Troyes, co-voiturage, bornes de recharge, vélos pour les collaborateurs. L'accessibilité



**RODOLPHE GELIS**  
CEO de Nigloland  
Accompagné depuis 2016

aux personnes en situation de handicap est facilitée par le Pass Accessibilité et la collaboration avec Handivisible. Enfin, dans le cadre d'un partenariat avec le Slow Tourisme Lab, Nigloland travaille également à une **desserte multimodale** depuis la gare de Vendeuvre-sur-Barse, projet lauréat d'un AMI<sup>(4)</sup> lancé par l'État en 2021.

«Le Slow Tourisme Lab a présenté à Nigloland une startup qui a étudié le positionnement du Parc dans son territoire, reflet d'une dynamique locale en mouvement. Nigloland joue depuis et à fond la carte du territoire, et le territoire trouve dans le Parc un porte-voix vivant de son identité et de son attractivité.»

*Rodolphe Gelis*





## ENGAGEMENT 07

# Légitimer et converger

Le slow tourisme ne se décrète pas: il se construit dans la durée, par la mise en **synergie d'acteurs publics et privés**.

Développer, collaborer : c'est d'abord créer les conditions d'un **accompagnement durable** pour les **porteurs de projets** – qu'ils soient élus, entrepreneurs, associations ou habitants.

Les territoires qui réussissent sont ceux qui **mutualisent** leurs ressources, **partagent** leurs diagnostics et **coordonnent** leurs actions autour d'une même vision.

L'enjeu est de dépasser la logique d'offres dispersées pour bâtir des

**écosystèmes cohérents** : circuits courts, hébergements responsables, mobilités douces, valorisation des patrimoines.

Les collectivités peuvent impulser cette dynamique en animant des **réseaux de coopération**, en facilitant la **mise en relation** entre acteurs et en soutenant les initiatives qui renforcent l'attractivité locale sans compromettre l'équilibre des lieux.

Développer et collaborer, c'est enfin reconnaître que la réussite du slow tourisme repose sur la **confiance** et la **co-construction**.

Faire du **partenariat public-privé** non pas une contrainte, mais une **méthode**.



# Le Slow Tourisme Lab

08

## Innover pour les territoires ruraux

Entre 2012 et 2015, l'ADT<sup>(2)</sup> de l'Aube expérimente l'innovation en s'appuyant sur des startups issues d'autres secteurs que le tourisme. Parmi les projets pilotes, la mise à disposition des disponibilités hôtelières via des QR codes. De ces initiatives germe l'idée de créer un lieu dédié à l'expérimentation : un incubateur réunissant startups du numérique et acteurs du développement durable pour inventer un tourisme adapté aux zones rurales réputées « sans valeur touristique ». Hormis la Technopole de l'Aube, ouverte depuis 1996, l'Aube restait alors en marge des dynamiques d'innovation touristique.

### La naissance d'un incubateur unique

En 2016, le Slow Tourisme Lab voit le jour à la faveur d'un appel à projets national du ministère de l'Économie visant à créer un réseau d'incubateurs dédiés à l'innovation touristique. Inspiré par le Welcome City Lab (Paris,

2013) et le MT Lab (Montréal), il devient le premier incubateur français à se spécialiser dans le **slow tourisme**.

Son originalité séduit le jury : obligation pour les porteurs de projet de s'implanter dans l'Aube ou d'y cofinancer un POC (proof of concept), retour aux valeurs fondatrices de l'attractivité rurale – grands espaces, habitants, racines – et positionnement autour du « luxe de prendre le temps ». L'enjeu n'est pas de mesurer uniquement le succès en nuitées, mais de bâtir un **écosystème durable**, connecté grâce au numérique, capable de valoriser un tourisme authentique et ancré dans la réalité rurale, à l'image du Gers après le succès du film « Le Bonheur est dans le pré ».

Porté par l'ADT<sup>(2)</sup>, la Technopole de



l'Aube et YSchools, le Slow Tourisme Lab rejoint le réseau **France Tourisme Lab** et accompagne dans un premier temps des startups et projets entrepreneuriaux individuels. Entre 2016 et 2020, près de 100 projets sont révélés.

### De l'incubation à l'écosystème territorial

La crise du Covid agit comme un révélateur : pour peser durablement, le slow tourisme doit dépasser le soutien individuel et favoriser des dynamiques collectives. Le Lab évolue alors vers un **modèle d'écosystème duplicable** à l'échelle d'un territoire.

Un concours d'idées est lancé, obligeant les porteurs de projet à travailler avec d'autres acteurs aubois. Une trentaine d'initiatives sont soutenues : visites théâtralisées au Château de Vaux et à Clairvaux, fermes pédagogiques, aménagements ludiques comme au Moulin de Dosches... L'objectif : créer un cadre d'acceptation du tourisme dans le monde rural et favoriser son essaimage. La période post-Covid renforce cette ambition : réhabiliter le tourisme comme levier des dynamiques locales, surtout dans les zones rurales, et inventer de nouveaux modèles économiques et sociaux. Cela passe aussi par de nouveaux indicateurs de performance (KPI<sup>(45)</sup>) intégrant l'impact environnemental, social et territorial.

### Un ancrage régional fort

En région Grand Est, le slow tourisme trouve un terrain d'expérimentation varié. Certains territoires, comme l'**Alsace**, cherchent à **disséminer les flux** vers des micro-territoires moins fréquentés, posant des questions de mobilité, d'hébergement et d'activités, à l'image de la **Vallée de la Bruche**. D'autres, comme la **Meuse** ou la **Haute-Marne**, misent davantage sur l'attractivité résidentielle ou économique, avec des moyens limités pour le tourisme.

Cette frugalité incite le Slow Tourisme Lab à concevoir des modèles économes, s'appuyant sur les deux richesses essentielles des territoires ruraux : leurs habitants et leurs patrimoines naturels. Dans cette



logique, le Lab est partenaire du **Groupeement Européen d'Intérêt Économique Destination Ardenne**, créé en 2014, et contribue à l'ATLab<sup>(7)</sup>. L'objectif de cette démarche ardennaise : bâtir un écosystème durable et innovant, associant partenaires français et belges.

### Les enjeux de demain

Quatre défis majeurs guideront l'action future du Slow Tourisme Lab :

- **Intelligence artificielle** : outil d'analyse et de modélisation des territoires ruraux, intégrant données sociologiques, offre touristique (hébergements, restauration en circuits courts, événements éphémères) et ressources locales. L'IA pourrait contribuer à "démondialiser" le tourisme en favorisant la relocalisation des activités et en soutenant l'économie circulaire.
- **Adaptation climatique** : sécheresses, inondations ou autres extrêmes imposeront d'adapter les offres et les pratiques. Le slow tourisme, par sa sobriété et sa flexibilité, offre des solutions pour continuer à accueillir en période de contraintes environnementales.
- **Valorisation des territoires** en apparence moins attractifs : répondre au besoin croissant de reconnexion à la nature, au temps long et à l'essentiel, en transformant cette singularité en atout stratégique.
- **Solutions de financement** engageant toutes les parties prenantes qui profitent de la redistribution de la valeur : entreprises, territoire, citoyens.

*Une décennie après sa création, le Slow Tourisme Lab reste fidèle à sa mission : aider les destinations à imaginer, structurer et faire émerger des écosystèmes touristiques durables. Pour ses fondateurs, la ruralité est plus qu'un concept ou qu'une simple vision écologique. C'est bien la destination touristique du futur.*



LIONEL FLASSEUR

# Témoignage

Le financement du slow tourisme ne relève pas de l'utopie : il constitue la **clé de sa durabilité**. C'est en investissant dans la transformation des pratiques, en soutenant les entreprises engagées et en structurant les circuits de générosité que le tourisme peut devenir un moteur de progrès. «Nous devons sortir de l'opposition entre économie et durabilité», explique Lionel Flasseur, président du fonds de dotation Essentiem. «Financer le slow tourisme, c'est permettre à chacun – entreprise, territoire, citoyen – de participer à une économie du sens. C'est ainsi que la durabilité devient réalité.»

## Financer et développer : l'économie au service du sens

Le slow tourisme ne se réduit pas à un slogan ou à une démarche morale. Il s'agit d'une **vision globale du développement touristique**, qui réconcilie **croissance, sobriété et responsabilité**. «Le durable ne s'oppose pas à l'économique, il en est une condition» souligne Lionel Flasseur. La durabilité suppose des moyens, des outils, des structures capables de transformer les intentions en réalisations. Il s'agit ici de construire un **modèle viable** : ancré dans les territoires, créateur de valeur et porteur d'une redistribution équitable.

Cette approche conduit à repenser la notion même de performance. D'une valeur ajoutée, il faut passer à une valeur partagée, où les bénéfices profitent à l'ensemble des parties prenantes : salariés, fournisseurs, clients, acteurs publics et mécènes. «Les consommateurs ne sont plus seulement des acheteurs, mais des contributeurs. Leurs choix financent du travail, soutiennent des transitions et donnent du sens à la chaîne de valeur. Le slow tourisme devient



ainsi un **levier de transformation** : il favorise la cohérence entre discours et action, entre promesse et réalité d'achat. C'est aussi un enjeu de compétitivité : une entreprise durable attire mieux les talents, fidélise ses clients et bénéficie d'une légitimité renforcée.

## Le Fonds Essentiem : structurer et sécuriser le mécénat touristique

Créé en 2020, en pleine crise sanitaire, le fonds de dotation Essentiem s'est rapidement imposé comme un outil structurant au service d'un tourisme plus responsable. Marque à part d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, dotée d'un conseil d'administration autonome, la structure agit comme **tiers de confiance entre les opérateurs de terrain et les mécènes**.

Essentiem n'est pas un opérateur direct, mais un véhicule de mécénat : il porte la responsabilité juridique et fiscale des projets, garantit la transparence des flux financiers et facilite la rencontre entre acteurs publics et privés. Son action repose sur deux grands axes : les **grandes causes nationales** et la **générosité de proximité**.

- Les grandes causes nationales, soutenues par des mécènes d'envergure et les fonds propres du dispositif : «**La Montagne à 1 euro**» (en partenariat avec l'ANCV<sup>(5)</sup>), «**Départ pour tous**» (financé par Airbnb) ou «**Montagne durable**», programme de formation à la transition énergétique pour 800 hébergeurs et acteurs de la montagne.
- Le mécénat de proximité, ou «cir-



**LIONEL FLASSEUR**

Président et Co-fondateur, fonds Essentiem



cuits courts de la générosité» favorise la décentralisation du mécénat et l'émergence de projets locaux. Quinze initiatives ont déjà vu le jour sur tout le territoire; par exemple **Battlefield for Peace**, dans la Somme, qui associe tourisme de mémoire et sensibilisation aux conflits contemporains; **Échappées solidaires** en Charente qui mobilise entreprises et collectivités autour de projets à impact social et en Occitanie, le **Fonds Oxygène** qui permet à 1 000 enfants de découvrir la nature et la science à travers des journées pédagogiques.

Au-delà de la diversité des actions, la cohérence territoriale est essentielle. Chaque projet doit s'aligner sur une **stratégie locale claire** et sur **une vision partagée avec les élus et acteurs économiques**.

### Le Slow Tourisme Lab : vers un écosystème d'innovation et de partage

Trois axes stratégiques pourraient guider sa démarche.

#### 1. Être une caisse de résonance

Le Lab jouerait un rôle d'amplificateur et de connecteur entre acteurs publics et privés. Par le soutien notamment au concept «Jour pour jour», qui vise à valoriser les journées de congé non prises chaque année en France — plusieurs millions au total — pour financer des séjours solidaires. Une approche innovante, à la fois sociale et environnementale.

#### 2. Former et accompagner

Le Slow Tourisme Lab peut développer des programmes de formation et de mécénat dédiés aux acteurs de la montagne, du tourisme rural et des filières émergentes. Avec pour objectif de donner aux porteurs de projets les outils nécessaires pour convaincre des partenaires financiers et inscrire leur action dans une logique durable et mesurable.

#### 3. Créer un fonds dédié

Enfin, le Lab pourrait préparer la création d'un Fonds du Slow Tourisme, à horizon 2030, sur le modèle de la démarche « Génération Montagne » portée par Domaines Skiables de France. Avec comme vision le soutien à des initiatives de proximité — non seulement géographiques, mais aussi sectorielles et thématiques — et le renforcement de la cohésion des acteurs de la filière.

*« Le Slow Tourisme Lab doit agir comme un incubateur d'idées et de projets. Il a vocation à héberger des acteurs économiques, à structurer leurs modèles, à les relier à des mécènes et à créer les conditions d'un développement pérenne. »*

*Lionel Flasseur*



# Portrait

Pier Tognazzini parle avec la chaleur des Italiens. Une pointe d'accent perce sous son français parfait. Il faut dire que Pier est installé en France depuis près de trente ans après une jeunesse passée dans plusieurs provinces italiennes, notamment à Ivrea, dans le Piémont. Il est venu à Paris suivre des études de commerce international à la Sorbonne. Puis il a enchaîné par une première expérience dans l'**hospitalité** qui d'une saison touristique a duré **vingt-huit ans**. Une carrière professionnelle qui l'a mené dans différentes structures françaises (Sodexo Prestige, le Lido, le restaurant de la Tour Eiffel, les bateaux sur la Seine, Roland Garros, la Maison des Polytechniciens ou l'Hôtel Barrière Le Fouquet's Paris) dans un rôle de Directeur Commercial & Marketing pour des marques 100% françaises. Son expertise s'est consolidée notamment à l'étranger, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient, dans le Bassin méditerranéen et en Asie.

C'est fort de cette riche expérience que Pier Tognazzini a souhaité aux lendemains des attentats parisiens, de la crise des gilets jaunes et du Co-

vid suivre une nouvelle voie professionnelle. Dont il avait déjà eu l'idée quelques années auparavant en observant le succès de l'**agritourisme** dans son pays natal. Il a détaillé longuement le processus italien, son organisation, sa législation, le système agricole distinct entre les deux pays (exploitation en France, production en Italie), convaincu qu'il y avait une place en France pour des offres touristiques **en dehors des sentiers battus**, mettant en exergue les **richesses des terroirs des mondes ruraux** et de toutes les destinations non urbaines. C'est ainsi qu'est née en 2022 MooVert, une **plateforme** de réservation en ligne qui propose une **expérience touristique française** engagée, authentique et responsable et qui met en relation des voyageurs avec des **prestataires locaux valorisant leur patrimoine, adoptant une démarche écoresponsable et privilégiant les circuits courts**.

La société a été présentée lors du Salon IFTM en 2022, au terme d'une année et demie de recherche et développement, qui a débouché sur la création



**PIER TOGNAZZINI**

Fondateur et CEO  
Accompagné depuis 2021

d'un algorithme intégrant les offres des labels «**Clef verte**» et «**Bienvenue à la ferme**». Cette recherche et développement a été rendue possible par une levée de fonds de 120.000€ auprès de business angels. Sept investisseurs y ont participé, ils continuent de challenger Pier sur ses projets actuels et à venir.

MooVert propose sur sa plateforme, durant l'été 2025, **660 hébergements** (y compris en Martinique) et **120 packages personnalisés créés par IA** en France avec un micro-module d'IA qui permet de répondre rapidement aux recherches du grand public ou des professionnels du tourisme. Les résultats sont en pleine croissance à la mi-juillet 2025 par rapport à la même période en 2024 : des réservations en augmentation de +83%, un chiffre d'affaires de +67%. Une deuxième levée de fonds d'1 million € est annoncée pour 2026 avec pour objectif de développer une version 2 du site, d'élargir et diversifier les offres dans de nouvelles régions, de recruter des

collaborateurs, d'accentuer la communication digitale, l'ouverture d'un POC en Italie (Piémont et Ligurie).

MooVert est surtout ouvert aux **marchés internationaux** (la marketplace parle déjà 14 langues) et aux **marché B2B** (professionnels du tourisme : agences des voyages, TO, etc.). En 2024, 83% de ses clients sont des professionnels internationaux du monde du tourisme. MooVert propose également aux prestataires de services et de l'hospitalité un **accompagnement dans la transition écologique** (économiseur d'eau, pompe à chaleur, etc.) et aux institutionnels du tourisme de **mettre à disposition son algorithme en marque blanche** (pour cartographier et développer une aide aux financements). Ce fut le cas par exemple de Lourmarin, une commune du Luberon.

MooVert a bénéficié de l'accompagnement du Slow Tourisme Lab et de la présentation d'une **communauté** d'acteurs et de startups dans de nombreux secteurs (mobilité, géolocalisation). Cela a permis des **synergies** (présence sur différents salons) et une première **expérimentation** sur le territoire de l'Aube, suite à une présentation faite aux hébergeurs du département. C'est aussi grâce à l'écosystème du Slow Tourisme Lab que MooVert a fait partie d'une délégation au **CES de Las Vegas** en 2023 et d'une récente mission de la **Travel tech** française aux USA. Pier a pour objectif de développer du business outre-atlantique dans la perspective de la Coupe du monde de football en 2026 et des JO de 2028.



# Financer et sécuriser

Sécuriser un projet de slow tourisme, c'est avant tout lui donner **le temps et les moyens de s'enraciner dans son territoire**. Pour cela, **diversifier les sources de financement** devient une condition essentielle à la durabilité.

Les **investissements de long terme**, notamment fonciers, peuvent être portés par des **foncières non spéculatives** – publiques, mixtes ou à impact – afin d'alléger le poids de l'immobilier pour les porteurs de projets. Ce type de montage crée un **cadre stable**, propice à des **activités responsables et ancrées localement**.

Le **mécénat** offre également un levier intéressant : des **fonds dédiés**, comme Essentim, permettent de **mobiliser des entreprises ou des particuliers** autour de projets à **forte valeur humaine et environnementale**, tout en bénéficiant d'avantages fiscaux.

Enfin, **associer les citoyens** au financement, qu'il soit monétaire ou en nature (bénévolat, parrainage, recommandations), **renforce le lien** entre le projet et son territoire.

Cette implication directe crée un **sentiment d'appartenance** et une **confiance partagée** : deux piliers pour sécuriser durablement les initiatives slow.





# Le Slow Tourisme Lab accompagne les destinations

09

Décision  
de lancement

Face aux attentes croissantes d'un tourisme plus respectueux des territoires et des habitants, le STL<sup>(26)</sup> se positionne comme un catalyseur d'initiatives concrètes et innovantes pour aider les destinations à :

- **structurer** leur stratégie slow tourisme
- **mobiliser un écosystème local** d'acteurs engagés
- développer un **modèle économique** adapté
- mettre en oeuvre des **expérimentations** concrètes et mesurables
- rejoindre un **réseau national** et bénéficier de **ressources mutualisées**

## Un accompagnement modulaire et progressif en 4 étapes

### 01 DIAGNOSTIC ET FEUILLE DE ROUTE STRATÉGIQUE

- Cartographie des acteurs et ressources de la destination
- Analyse du potentiel slow tourisme
- Définition participative des objectifs et KPI<sup>(15)</sup>
- Livrable : rapport de diagnostic et préconisations

### 02 INGÉNIERIE DE PROJET ET BUSINESS MODEL

- Co-construction d'un modèle économique pour créer un Lab ou une démarche locale
- Aide à l'ingénierie financière (subventions, appels à projets, ...)
- Structuration de la gouvernance du projet

### 03 LANCEMENT ET ANIMATION

- Formation des équipes territoriales
- Sourcing de startups ou projets innovants
- Accès à des outils et méthodes STL<sup>(26)</sup>
- Organisation d'événements fédérateurs (rencontres, ateliers, ...)
- Animation du réseau local

### 04 SUIVI, ÉVALUATION ET ANIMATION CONTINUE

- Revue périodique des KPI<sup>(15)</sup>
- Veille & partage de bonnes pratiques
- Participation aux événements STL<sup>(26)</sup> (Slow Economic Forum, ...)

# Témoignage

## Une mission au cœur du Québec

Le Slow Tourisme Lab a participé à une mission à **Val-Jalbert**, un site historique majeur au cœur du Lac-Saint-Jean au Québec. Val-Jalbert occupe une place unique dans l'imaginaire collectif québécois. Ce village de compagnie, né au début du 20<sup>e</sup> siècle autour de la pulperie de Damase Jalbert, fut un modèle d'avant-garde : électricité, eau courante, écoles, commerces, tout y était pensé pour assurer un cadre de vie moderne aux ouvriers et à leurs familles. Mais le destin industriel fut de courte durée: la fermeture de l'usine en 1927 entraîna l'abandon du village. Classé site patrimonial, Val-Jalbert est devenu au fil des décennies **un symbole de mémoire industrielle et un haut lieu touristique régional**.

La relance du site, confiée en 2008 à la Corporation du Parc régional de Val-Jalbert, reposait sur un pari : les revenus du tourisme suffiraient à entretenir et restaurer le patrimoine. Le modèle économique peine à couvrir les coûts d'exploitation et la préservation

complète du site reste inachevée. Cette situation souligne un malentendu initial: la seule fréquentation touristique, même soutenue, ne peut financer l'entretien d'un patrimoine aussi vaste. Cette prise de conscience ouvre la voie à un changement de paradigme: **élargir la vocation du site au-delà de la simple muséification pour en faire un véritable laboratoire d'innovation territoriale**.

## De village industriel à « Village innovation »

S'inspirant de son passé pionnier, Val-Jalbert ambitionne de redevenir **un lieu de création et d'expérimentation**. C'est dans ce cadre que la mission du Slow Tourisme Lab, membre des Francophonies de l'innovation touristique, s'est effectuée. Avec pour ambition : faire du site un Technovillage régional, **un écosystème** qui attire entreprises, chercheurs et étudiants dans les domaines de la foresterie, des énergies renouvelables et du développement durable.



**PAUL ARSENAULT**

Professeur, UQUAM<sup>(28)</sup>, Montréal

Le modèle proposé par le Slow Tourisme Lab repose sur plusieurs piliers en phase avec les **ressources du territoire** :

- **L'implantation d'entreprises** utilisant le site comme vitrine et siège social, contribuant à la rénovation des bâtiments historiques
- **Le développement de l'événementiel et du tourisme d'affaires** (colloques, séminaires, salons)
- La création d'un **incubateur** et d'une **école du bois**, permettant d'organiser des chantiers-écoles de restauration et de former artisans et techniciens
- La recherche et développement sur la **gestion durable** des forêts, la captation de carbone et les énergies propres, en lien avec des partenaires publics et privés.

Cette diversification doit permettre de générer des revenus récurrents, d'attirer un public plus large – étudiants, chercheurs, entrepreneurs – et de donner au site un rayonnement international en l'associant à des enjeux mondiaux : **transition énergétique, économie circulaire, revitalisation des milieux ruraux**.

### Une transformation tout en gardant l'esprit des lieux

Transformer Val-Jalbert en technopole ne doit pas se faire au détriment de son âme ni de son environnement. L'ambition est d'être **exemplaire sur le plan écologique et social**, en minimisant l'empreinte des nouvelles activités et en associant les communautés locales à chaque étape. Les **sources de financement** dépassent le seul secteur du tourisme : fonds publics pour l'innovation (Investissement Québec), capitaux privés à impact, fonds syndicaux de la filière bois, programmes éducatifs, financements nord-américains liés à la transition énergétique, voire fonds ESS pour le développement des territoires.

La transformation de Val-Jalbert ne doit pas en faire un site hors-sol. L'objectif est de rester fidèle à son héritage : un village moderne pour son époque, en avance sur les questions de qualité de vie et d'efficacité énergétique. Aujourd'hui, cela signifie devenir un **lieu pilote de la transition écologique**, où tourisme, patrimoine, innovation et communauté se renforcent mutuellement.

« Le Slow Tourisme Lab secoue les habitudes, interroge les indicateurs de performance, entraîne les équipes et les élus. Entre conférences, événements et inventaires d'urgence, il construit patiemment un modèle d'attractivité qui dépasse le simple marketing territorial : une stratégie de fond, où innovation et qualité de vie deviennent les moteurs de développement de toute destination. »

Paul Arsenault





# Portrait

## Une histoire européenne

Depuis dix ans, le GEIE Ardenne se pose comme le trait d'union transfrontalier entre France, Belgique et Luxembourg. Cette structure de coopération européenne n'est pas un territoire administratif, mais repose sur un bien commun naturel, le massif forestier ardennais, et un fil conducteur, la vallée de la Meuse, à une stratégie commune.

Avec huit membres, quatre Français et quatre Wallons, le GEIE mutualise actions et projets, qu'ils soient cofinancés par INTERREG ou déposés sur fonds FEDER, pour des budgets allant de 450 000 à 10 millions d'euros.

La structure pilote un marketing territorial intégré et expérientiel, adaptant son offre aux bouleversements écologiques et numériques. Après des années de dépendance à des privés belges et néerlandais, la marque Ardenne a repris la main sur son image : site VisitArdenne.com, réseaux sociaux et campagnes «Partir loin, tout près» ou «Rêver loin, tout près» attirent désormais 1,5 million de visiteurs. Et incitent à venir : le résultat est visible avec 5,5 à 6 millions de nuitées.

Avec 1 000 adhérents et une base active de 200 acteurs engagés dans l'écotourisme, le GEIE accompagne le développement durable et la mobilité

douce, notamment avec les itinéraires doux (Meuse à vélo), qui relient et valorisent l'ensemble du massif ardennais commun aux trois pays frontaliers, Belgique, France et Luxembourg.

## Ardenne Transition Durable : catalyser l'innovation touristique en territoire transfrontalier

Né dans le cadre du programme européen **Interreg VI France-Wallonie-Vlaanderen**, le portefeuille de projets ATD<sup>(6)</sup> incarne la volonté commune de plus de cinquante partenaires publics et privés de faire de l'Ardenne un territoire exemplaire en matière de développement durable.

Réparti sur deux pays, France et Belgique, ce portefeuille vise à renforcer la résilience, la compétitivité et la durabilité du territoire ardennais en s'appuyant sur cinq projets complémentaires : **Ardenne Tourisme Compétences, Ardenne Tourisme Responsable pour Tous, Ardenne Good Life, Ardenne Itinérance et Ardenne Tourisme Lab**.

Ensemble, ils traduisent une ambition partagée : construire une destination transfrontalière plus sobre, inclusive et innovante, où la coopération devient un levier de transformation territoriale à part entière.

Dans cette architecture, le projet AT-LAB<sup>(7)</sup> occupe une place singulière : celle d'un moteur de l'innovation touristique au service de l'ensemble du portefeuille. Véritable laboratoire d'expérimentation, ATLAB<sup>(7)</sup> vise à stimuler, structurer et diffuser une culture de l'innovation ouverte à l'échelle du territoire.

Sa mission est d'accompagner les acteurs du tourisme dans la conception de nouvelles expériences en phase avec les transitions écologiques, numériques et sociales. Pour cela, il met en place, entre autres, une veille prospective partagée, une carte d'étonnement interactive valorisant les initiatives inspirantes, et un club des expériences singulières qui fédère les porteurs de projets innovants de part et d'autre de la frontière.



DESTINATION ARDENNE



DESTINATION ARDENNE

Accompagné depuis 2021

ATLAB<sup>(7)</sup> s'attache également à **renforcer les compétences et la créativité des acteurs** grâce à une plateforme collaborative dédiée à la formation et à l'apprentissage autour de l'innovation. Ce dispositif s'accompagne d'actions de terrain comme des éducteurs, des conférences inspirantes, des concours d'idées ou des design sprints. Ils permettent aux idées de devenir des prototypes testés et évalués en conditions réelles. Ces démarches participatives nourrissent directement les autres projets d'Ardenne Transition Durable, en favorisant la mise en réseau, la mutualisation des

outils et la diffusion des meilleures pratiques.

Par cette approche systémique, AT-LAB<sup>(7)</sup> agit comme un **accélérateur transversal** : il fait le lien entre les différents volets du portefeuille et contribue à la cohérence d'ensemble du programme. En introduisant la logique d'innovation ouverte au cœur des politiques touristiques, il favorise la montée en compétence, la créativité collective et l'appropriation citoyenne des enjeux de transition.

Dans cette dynamique, le **Slow Tourisme Lab** accompagne et participe à l'évolution d'ATLAB<sup>(7)</sup> en tant qu'acteur ressource. Ce dialogue entre laboratoires territoriaux illustre l'émergence d'un **réseau francophone de l'innovation touristique durable**, où chaque territoire, à son échelle, expérimente de nouvelles voies pour concilier attractivité, sobriété et qualité de vie.

Un pas de plus vers un tourisme ancré dans le vivant et dans les territoires qui le portent.

*« Le Slow Tourisme Lab apporte une méthodologie structurée pour guider le développement touristique. Il fixe un cadre clair, permettant aux acteurs de s'inscrire dans une démarche cohérente, et fournit des orientations à la fois stratégiques et opérationnelles. Son rôle est de transformer les ambitions en actions concrètes, favorisant un tourisme réfléchi et adapté aux besoins des territoires, des habitants et des visiteurs. »*

*Destination Ardenne*





ENGAGEMENT 09

# Accompagner et transformer

Pour sortir des routines et inventer un tourisme plus durable, le Slow Tourisme Lab propose un **accompagnement concret**.

Il **questionne les habitudes, interprète les indicateurs de performance et mobilise** élus, équipes et partenaires autour d'un objectif commun : faire du slow tourisme une stratégie de fond, pas seulement un argument marketing.

Grâce à sa **méthodologie structurée**, le Lab fixe un cadre clair et traduit les ambitions en **actions concrètes**.

Chaque initiative sert à **orienter les choix stratégiques et opérationnels** des territoires et des entreprises touristiques.

Le résultat ? Un **tourisme réfléchi**, qui **respecte les habitants, valorise le patrimoine et génère une qualité de vie** renforcée pour tous.

Les **collectivités et entreprises** sont invitées à **s'engager dans cette démarche** : adopter la méthodologie, tester des initiatives locales, partager les retours et ajuster les pratiques.

L'enjeu est simple mais essentiel : construire ensemble un **modèle touristique** dont les principaux moteurs relèvent de **l'innovation, de l'immersion territoriale et des ressources disponibles** de la destination.





# Les évènementiels du Slow Tourisme Lab

10



## Une fabrique d'idées et d'événements pour transformer le tourisme

Porté par Aube Champagne Attractivité, la Technopole de l'Aube et Y-Schools, le STL<sup>(26)</sup> a dès l'origine choisi une double approche : **accompagner les porteurs de projets et animer un écosystème.**

L'événementiel y joue un rôle clé. Car au-delà des dispositifs d'incubation, ce sont les **moments de rencontre** – conférences, salons, colloques, meet-ups – qui permettent de **faire émerger les idées** et d'**enclencher les coopérations.**

Dès 2017, les premières sessions publiques du Lab donnent le ton : un **lieu de dialogue** entre entrepreneurs, élus, chercheurs, professionnels du tourisme et investisseurs. L'objectif : démontrer que la lenteur peut rimer avec innovation, et que les **territoires ruraux peuvent devenir des laboratoires d'avenir.** L'événement fondateur, organisé à Troyes à l'automne 2017, marque le lancement officiel des actions d'animation du Lab et ouvre la voie à une série d'initiatives qui feront sa réputation.

## Le Lab comme catalyseur de réseaux

Au fil des ans, le Slow Tourisme Lab devient une plateforme de convergence.

Ses «promotions» successives de startups et de projets territoriaux s'accompagnent de **séminaires, de pitches publics, d'ateliers de co-construc-**

tion et de clôtures festives où se croisent financeurs, élus et entrepreneurs. Chaque cycle d'accompagnement est ponctué de temps forts: lancement officiel des promotions, **forums de l'innovation, ateliers** sur la mobilité douce ou l'hospitalité responsable.

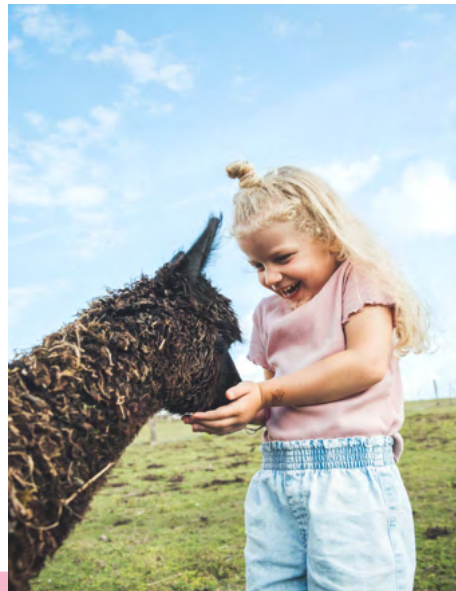
Cette **scénographie événementielle** fait du STL<sup>(26)</sup> bien plus qu'un incubateur : un **animateur de communauté**. L'un des points d'orgue de cette stratégie a été la participation active au réseau **France Tourisme Lab**, qui fédère les incubateurs du tourisme durable à l'échelle nationale. À travers des concours de l'innovation, des salons et des événements inter-lab, le Slow Tourisme Lab contribue à inscrire le slow dans les politiques d'attractivité françaises.

En avril 2022, le colloque national «**Osons le Slow Tourisme**», organisé par la DGE<sup>(10)</sup>, réunit l'ensemble de la filière. Si le STL<sup>(26)</sup> n'en est pas l'organisateur direct, il y joue un rôle moteur, en tant qu'acteur reconnu de terrain. Les débats sur la mobilité douce, les hébergements à impact positif et la structuration des filières régionales prolongent les réflexions initiées à Troyes depuis 2016. Cet événement marque l'entrée du slow tourisme dans les agendas publics, et la reconnaissance du Lab comme interlocuteur clé des territoires.

## Une décennie de rencontres, d'événements et d'expérimentations

Depuis 2016, le Slow Tourisme Lab multiplie les formats. **Meet-ups thématiques, ateliers de design de services, journées portes ouvertes, sessions de créativité territoriale, participation à des salons professionnels** : chaque rendez-vous est pensé comme une occasion d'expérimenter.

Les thématiques évoluent avec les besoins des acteurs : mobilité et intermodalité douces, transformation numérique responsable, valorisation du patrimoine vivant, tourisme industriel, hébergement atypique, culture et bien-être. Chaque année, plusieurs dizaines de porteurs de projets sont invités à confronter leurs idées à celles des territoires. Le Lab devient un **observatoire vivant des mutations touristiques**.



## Un ancrage local, une influence nationale

Le Slow Tourisme Lab agit d'abord sur son territoire d'origine. Mais son influence dépasse rapidement le cadre champenois. Grâce à ses événements, le Lab attire des acteurs de toute la France, de Belgique, de Suisse ou du Canada.

Cette ouverture renforce son **rôle de tremplin pour les territoires ruraux en quête de modèles plus durables et inclusifs**. Son action événementielle reste son meilleur outil de diffusion : chaque rencontre est une pièce d'un puzzle collectif qui redessine le futur du tourisme. La programmation s'enrichit chaque année de cycles thématiques sur la mobilité, la finance responsable et l'adaptation climatique.

Le Lab développe également des **formats hybrides**, mêlant présentiel et numérique, pour toucher de nouveaux publics et réduire l'empreinte carbone de ses événements.

Les événementiels du Slow Tourisme Lab, la création du SEF<sup>(23)</sup> en 2024 en est le meilleur exemple, contribuent à tisser une maille supplémentaire dans le réseau des acteurs du slow tourisme. C'est cette **culture de la mise en relation** – entre startups et collectivités, investisseurs et territoires, jeunes entrepreneurs et institutions – qui fait du Lab un **accélérateur de confiance**. Et un acteur de crédit et de référence pour **proposer des événements à la mesure des territoires, de leurs ressources et de leurs ambitions**.



JEAN-LUC BOULIN

# Témoignage

Les FIT<sup>(1)</sup> est une association née de la rencontre de passionnés du tourisme du **Québec et de France**. La première rencontre a eu lieu en **2012**. Depuis, chaque année, hors pandémie, des experts des deux pays, rapidement rejoints par d'autres experts venus de Suisse et Belgique, se réunissent dans l'un des quatre pays, **mettent en commun leurs réflexions et leurs expériences pour accompagner un certain nombre de territoires ou d'équipements dans leur stratégies**. Des valeurs communes les réunissent, très liées à celles du slow tourisme : la durabilité, la transparence, le partage et la solidarité.

Les FIT<sup>(1)</sup> 2024 ont été accueillies pendant trois jours, du 9 au 11 octobre, au Château de Vaux dans l'Aube, suite à une proposition formulée en 2022 par Christelle Sundermann, pour travailler sur le slow tourisme, sous le thème générique du «**voyage agricole**». Les objectifs des FIT<sup>(1)</sup> sont de poser des problématiques puis d'appliquer la technique de design de services dite du «double diamant». Cette méthode permet de découper le processus de conception en **quatre étapes pour, successivement, découvrir, définir, développer puis enfin délivrer le projet**.

Ce cycle est itératif, toutes les idées émises dans le cadre du défi de conception sont développées, prototypées et

testées afin de ne conserver que les meilleures propositions, et d'être plus perspicace dans la recherche de solutions. Durant la période des FIT<sup>(1)</sup>, le «double diamant» permet d'élargir la réflexion sur la thématique puis d'en recentrer les principaux éléments pour arriver à formuler des préconisations. C'est ce qui a été fait dans l'Aube.

Les travaux avaient été défrichés auparavant par l'équipe du Slow Tourisme Lab, en compagnie d'experts locaux. Des témoignages de professionnels de l'Aube ont été recueillis, de telle sorte que la vingtaine d'experts des FIT<sup>(1)</sup> disposaient d'éléments pour travailler sur les thèmes unanimement retenus. A savoir les **représentations des imaginaires du monde rural, le voyage vers la ruralité, l'adaptation des zones rurales, sur le modèle le plus à même à répondre aux besoins des acteurs ruraux ainsi que l'accompagnement vers un modèle touristique frugal**.

Précédemment, les résultats des FIT<sup>(1)</sup> étaient rendus sous forme de conférence ouverte au plus grand nombre. Les FIT<sup>(1)</sup> 2024 dans l'Aube ont inventé un format : la restitution lors du premier **Slow Economic Forum**, devant un petit groupe de personnes invitées, au total une quarantaine venus de l'Aube et de la Région Grand-Est. Quatre **grands témoins** sont venus également réagir en direct, challenger les experts et donner des avis particulièrement éclairés. L'interaction y fut très intéressante, d'autant que les travaux des FIT<sup>(1)</sup> se sont déroulés en présence de Giulia David, une formidable facilitatrice graphique, qui a croqué l'ensemble des réflexions.

Ces fresques ont aidé d'ailleurs les experts à mieux structurer leurs pensées.

Cet évènementiel a été organisé de main de maître par le Slow Tourisme Lab. A la fois par l'incroyable accueil réservé à la délégation d'experts dans cette unité de lieu qu'est le Château de Vaux, **un équipement assez grandiose qui a offert trois jours «extraordinaires»**, c'est-à-dire hors du monde. Pas de distraction, un focus complet sur les travaux avec une restauration auto-gérée qui a permis d'aller plus loin dans les échanges. La délégation a pu y travailler ardemment, y manger, y dormir et bien sûr faire honneur à ce liquide à bulles local, propre à l'Aube, qui a participé à l'atmosphère laborieuse et festive.

Un an plus tard, les FIT<sup>(1)</sup> regardent avec une certaine nostalgie cette édition auboise, à la fois par la qualité des travaux (notamment sur la nécessité de travailler les imaginaires du tourisme rural), par les opportunités offertes de travailler dans d'autres territoires de la Région Grand Est (comme les Ardennes) mais aussi par l'hospitalité auboise qui s'est avérée ne pas être un vain mot !

*« Ce livre blanc est en quelque sorte la suite des FIT 2024. Il permet d'aller plus loin dans les réflexions et d'en offrir des illustrations pragmatiques. »*

Jean-Luc Boulin



**JEAN-LUC BOULIN**  
Co-président, Francophonies  
de l'innovation touristique



# Portrait

À seulement 22 ans, en 2015, Édouard Guyot décide de se lancer dans une aventure hors norme : racheter et sauver le **château de Vaux, joyau du 18<sup>e</sup> siècle** au cœur de l'Aube. Passionné de monuments historiques depuis l'enfance, il baigne dans une famille où la restauration du patrimoine est une seconde nature. Ses parents ont acquis le château de Saint-Fargeau (Yonne) dès 1975 et créé un spectacle historique qui attire chaque été 50.000 spectateurs. Son oncle, quant à lui, est à l'origine du fameux chantier médiéval de **Guédelon**, dans la Bourgogne voisine. Avec ses frères et sœurs, Édouard a grandi entre pierres anciennes, chantiers et projets familiaux autour de châteaux achetés, restaurés, puis revendus.

La rencontre avec Vaux se fait presque par hasard. En visite près du lac d'Orient, il tombe sous le charme de la demeure, alors propriété d'une association parisienne accueillant des enfants handicapés. Mise en vente pour **500.000 €, avec un parc de 60 hectares**, la bâtisse est dans un état préoccupant. Treize offres bancaires refusées plus tard, Édouard parvient enfin à décrocher un prêt et ouvre le site au public seulement trois mois après l'acquisition. Les 25.000 premiers visiteurs, séduits par l'Escape Game installé sur place, contribuent à financer les remboursements.

Le chantier est vaste : **3 millions d'euros** de gros œuvre pour remettre toiture, portes, fenêtres et pierres en état, retirer 130 étais et sauver le bâtiment. Classé Monument historique,



**CHÂTEAU DE VAUX**

[www.chateau-vaux.com](http://www.chateau-vaux.com)



**ÉDOUARD GUYOT**

Propriétaire  
Accompagné depuis 2017

Vaux bénéficie d'aides publiques (plan de relance, loto du patrimoine, Région Grand Est) couvrant un tiers des dépenses. Après 3 ans et demi de travaux, le château renaît.

Aujourd'hui, **Vaux vit toute l'année**. De Pâques à la Toussaint, il accueille visiteurs et événements : mariages, réceptions, séminaires, gîtes de groupes (une centaine de couchages), et un grand festival Chasse et campagne qui attire 10.000 personnes. Chaque billet d'entrée donne droit à une ardoise symbolique, souvenir de la restauration. Le site génère environ 100.000 € de chiffre d'affaires, pour 90.000 € de charges. La fiscalité reste allégée grâce aux réinvestissements.

Depuis dix ans, le château coche toutes les cases du slow tourisme rural et familial : **authenticité, lien avec la nature, ancrage local**. À l'entrée, un **restaurant éphémère**, ouvert de mai à septembre, sert une cuisine **locavore** à base de produits du jardin ou provenant d'un rayon de moins de 10 km. Vignerons, artisans et acteurs locaux sont associés aux événements.

Les projets ne manquent pas : nouveaux événements autour de la nature, balades en forêt, découverte de la faune sauvage, visites immersives avec chevaux ou chasse à courre. Pour Édouard, Vaux a un rôle à jouer bien au-delà de sa fonction touristique : il incarne un **mode de vie, une ruralité assumée et fière**, où cohabitent nature, patrimoine et hospitalité.

ENGAGEMENT 10

# Réunir et sublimer

La transformation du secteur passe par **la rencontre et la coopération**. Conférences, ateliers, meet-ups, forums d'innovation : chaque événement est conçu comme un espace d'**expérimentation collective**.

On y croise des porteurs de projets, des élus, des investisseurs, des hébergeurs, des acteurs de la mobilité ou de la culture. Ensemble, ils inventent de **nouvelles façons de voyager, d'habiter ou d'accueillir**.

Pour les territoires, ces **temps de dialogue** sont essentiels : ils révèlent les **initiatives locales**, encouragent les **alliances public-privé**, ouvrent la voie à des **projets partagés** et à une économie plus durable.

Pour les **entreprises**, ils offrent un **terrain d'essai grandeur nature**, où se construisent les **solutions de demain**.

Réunir et fédérer, c'est créer et sublimer **la confiance nécessaire à l'innovation touristique**.

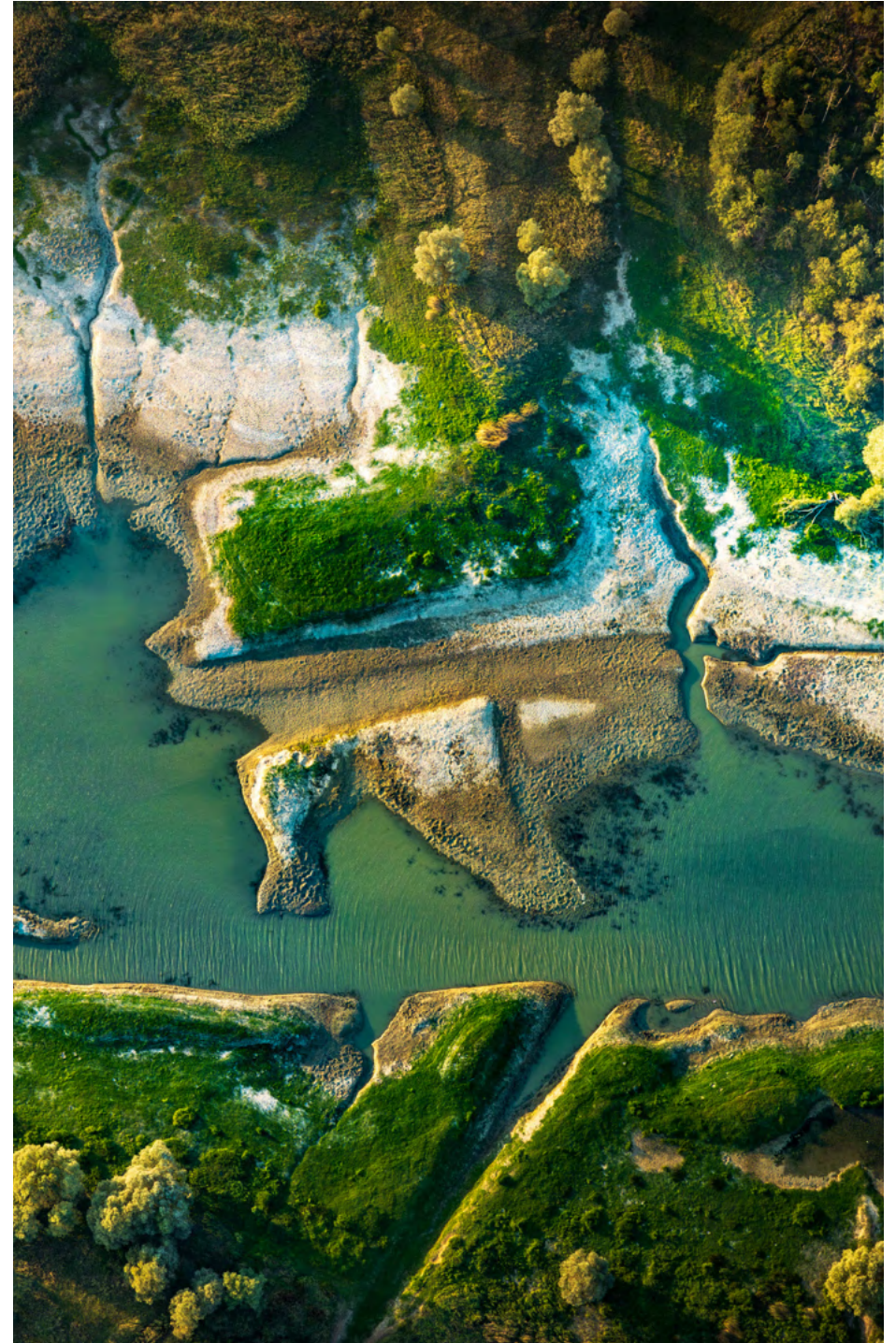
C'est aussi **ancrer les transitions** dans le **concret** : celui des territoires vivants, des partenaires engagés, des projets qui se rencontrent et s'additionnent.

Le Slow Tourisme Lab en a fait son moteur.





# Équipes et ressources du Slow Tourisme Lab





### Équipe expérimentée

en tourisme durable, accompagnement territorial et innovation

### Méthodologie éprouvée

adaptée à la diversité des destinations

### Veille proactive

sur les dispositifs de financement, appels à projets et tendances

### Outils personnalisés

tableaux de bord, matrices de sélection, trames de diagnostic

### Accompagnement des porteurs de projets

sur le territoire

### Organisation d'événements

adaptés à la destination

## Une équipe pour vous accompagner...



DIRECTRICE

### Christelle Sundermann

Ingénieure en génie électrique et IHEDN, Christelle Sundermann dirige l'Agence départementale Aube en Champagne Attractivité qui porte un bureau des congrès, le Slow Tourisme Lab et un pôle d'hospitalité résidentielle.

Christelle est passionnée et investie dans l'innovation, dans l'entrepreneuriat et le tourisme durable. Après avoir dirigé le réseau RETIS<sup>(21)</sup> (réunissant technopoles, incubateurs, centres d'innovation, pôles de compétitivité), Christelle siège au conseil d'administration de l'Agence Nationale des Chèques Vacances, au comité stratégique national de Data-tourisme et est vice-présidente du Moovjee (Mouvement pour les jeunes et étudiants entrepreneurs).

[christelle.taillardat@aube.fr](mailto:christelle.taillardat@aube.fr)



EXPERT

### Brice Duthion

Docteur en géographie, spécialiste des mobilités et de l'aménagement du territoire, Brice Duthion est expert associé au Slow Tourisme Lab. Il intervient auprès de nombreux acteurs publics et privés dans ses domaines d'expertise, l'innovation, l'attractivité, l'identité des territoires. Enfant de la campagne, Brice a travaillé sur de nombreux sujets liés à l'environnement et à la ruralité. Il a été enseignant dans de grands établissements nationaux. Il a également été élu local et co-fondateur de réseaux nationaux et francophones dans le tourisme.

[brice.duthion@gmail.com](mailto:brice.duthion@gmail.com)



RESPONSABLE

### Grégory Davaillaud

Spécialiste des données, du marketing, de la communication et des systèmes d'informations, Grégory Davaillaud est responsable du Slow Tourisme Lab. A ce titre, il accompagne les startups et les porteurs de projets touristiques durables dans leur développement et l'accès au marché. Grégory représente le Slow Tourisme Lab dans le réseau France Tourisme Lab, le réseau national des incubateurs et accélérateurs de l'innovation touristique en France. Il développe une appétence pour l'actualité de l'innovation et assure une veille précieuse sur le sujet.

[gregory.davaillaud@aube.fr](mailto:gregory.davaillaud@aube.fr)

...et plus de 15 experts mobilisables.

# Les 10 actions du plan «Slow France»





ACTION 01

## Fédérer et valoriser

### Créer une plateforme nationale du Slow Tourisme

Rassembler les initiatives dans une base de données commune, animée par le Slow Tourisme Lab pour partager les bonnes pratiques et cartographier les offres.

ACTION 02

## Inventer et soigner

### Lancer un programme de soutien à la création d'offres éco-tranquilles

Financer les projets pilotes dans la ruralité qui associent: bien-être, culture, patrimoine, gastronomie.

ACTION 03

## Raconter et hybrider

### Proposer un appel à projet pour raconter les territoires

Créer des partenariats avec les acteurs de la culture et du patrimoine (ministère de la Culture, Atout France, Petites Cités de Caractères, Grands Sites de France ...) pour raconter l'histoire, les paysages, les habitants ...

ACTION 04

## Transporter et mailler

### Financer les hubs de proximité et les outils numériques pour les derniers kilomètres

Investir dans les «derniers kilomètres»: hubs multimodaux, navettes événementielles. Soutenir les outils numériques de covoiturage, d'autopartage et de micro-logistique.

ACTION 05

## Mobiliser et solidariser

### Créer un réseau des acteurs du Slow Tourisme

Incluant les agriculteurs, viticulteurs, artisans, bénévoles, élus ou associations sportives et les former à l'accueil, à la médiation et à la durabilité.

ACTION 06

## Mesurer et mobiliser

### Créer un observatoire national du Slow Tourisme

Définir des indicateurs en partenariat avec Atout France, ADEME <sup>(1)</sup>, ministère de la Culture ... qui mesurent l'impact social, écologique et économique du Slow Tourisme (sur les territoires, le bien-être des habitants, ...).

ACTION 07

## Légitimer et converger

### Créer un scoring de destination slow

Qui illustre la vision commune Slow Tourisme du territoire, qui mesure la coopération des écosystèmes qui composent l'offre, les mobilités, la cohérence des initiatives locales.

### Créer un fonds d'investissement du Slow Tourisme

Composé d'investissement de fonds d'impact sur le long terme qui n'attend pas de rentabilité à court terme, de mécénat de personnes qui tirent un intérêt à l'activité, et qui valorise l'engagement citoyen par le bénévolat.

ACTION 08

## Financer et sécuriser

### Déployer l'accompagnement des destinations à l'échelle nationale

En s'appuyant sur les ressources déjà développées par le Slow Tourisme Lab

ACTION 09

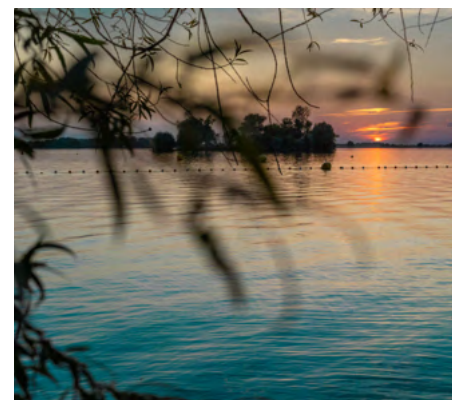
## Accompagner et transformer

### Faire du Slow Economic Forum un rendez-vous national

Organiser ce rendez-vous avec l'ensemble des parties prenantes de la France de la francophonie sous le haut patronage du ministère du Tourisme.

ACTION 10

## Réunir et sublimer



En soutenant ces dix actions, la France peut bâtir un tourisme du temps long, qui crée de la valeur tout en respectant les ressources. Le slow tourisme n'est pas un luxe: c'est une manière de faire mieux, ensemble, durablement.

*Ces 10 actions trouveront leurs acteurs, financeurs et maîtres d'œuvre en fonction de leurs compétences et de l'échelon territorial pertinent.*



# Glossaire

**(1) ADEME**

Agence de transition écologique

**(2) ADT**

Agence Départementale du Tourisme

**(3) AG2R**

AG2R La Mondiale (groupe de protection sociale et d'assurance)

**(4) AMI**

Appel à manifestation d'intérêt

**(5) ANCV**

Agence nationale pour les chèques-vacances

**(6) ATD**

Acteurs du tourisme durable (association professionnelle du tourisme durable)

**(7) ATLAB**

Ardenne tourisme lab (plateforme, laboratoire d'innovation touristique)

**(8) BCG**

Boston Consulting Group (cabinet de conseil en stratégie)

**(9) BTP**

Bâtiment et travaux publics

**(10) DGE**

Direction générale des entreprises (administration du Ministère de l'Économie)

**(11) FIT**

France ingénierie touristique (association nationale d'ingénierie touristique)

**(12) FTI**

France tourisme ingénierie (dispositif d'ingénierie porté par la Banque des Territoires)

**(13) GAEC**

Groupement agricole d'exploitation en commun

**(14) IGN**

Institut national de l'information géographique et forestière

**(15) KPI**

Key Performance Indicator (indicateur clé de performance)

**(16) MaaS**

Mobility as a Service (offre de mobilité intégrée, «mobilité servicielle»)

**(17) MSA**

Mutualité sociale agricole

**(18) OSM**

OpenStreetMap (base de données cartographiques collaboratives)

**(19) PME**

Petites et moyennes entreprises

**(20) PNR**

Parc naturel régional

**(21) RETIS**

Réseau des territoires et des technopoles pour l'innovation et la synergie

**(22) RSE**

Responsabilité sociétale des entreprises

**(23) SEF**

Slow Economy Forum

**(24) SIT**

Système d'information touristique

**(25) SNELAC**

Syndicat national des espaces de loisirs, d'attractions et culturels

**(26) STL**

Slow Tourisme Lab

**(27) TPE**

Très petites entreprises

**(28) UQAM**

Université du Québec à Montréal

**(29) WWOOF**

Worldwide Opportunities on Organic Farms (réseau de volontariat dans les fermes biologiques)



# Remerciements



Ce livre blanc du Slow Tourisme Lab n'aurait pu voir le jour sans le soutien constant, la confiance et l'engagement de nombreux partenaires, institutions et acteurs du territoire.

Nous tenons à remercier le Département de l'Aube et son président Philippe Dallemagne, pour la confiance qu'il accorde à notre structure et pour son soutien à nos engagements en faveur du développement de l'attractivité du territoire.

Nos remerciements vont également à l'ancien président du Département, Philippe Pichery, dont l'appui indéfectible à la démarche d'innovation et de transition touristique portée par Aube en Champagne Attractivité et le Slow Tourisme Lab a permis d'enclencher une dynamique pionnière au service d'un tourisme plus durable et plus humain, en partenariat permanent avec YSchools et la Technopole de l'Aube.

Nous exprimons toute notre gratitude au Conseil d'administration d'Aube en Champagne Attractivité, qui a soutenu dès l'origine la création et la consolidation du Slow Tourisme Lab, affirmant ainsi la volonté collective de faire du territoire aubois un laboratoire d'innovation et d'expérimentation touristique reconnu à l'échelle nationale et européenne.

Nous remercions l'ensemble des acteurs touristiques nationaux, notamment la DGE<sup>(10)</sup> et ADN Tourisme qui, par leurs travaux, ont aidé à structurer les initiatives Slow Tourisme en France.

Nos remerciements s'adressent également à toutes les personnes qui ont contribué à la conception, à la rédaction et à la mise en forme de ce livre blanc, collaborateurs, experts, partenaires et acteurs institutionnels, dont l'implication a permis de donner vie à cette publication.

Nous remercions chaleureusement l'ensemble des startups et entrepreneurs accompagnés au sein du Slow Tourisme Lab, qui ont accepté de partager leurs parcours et leurs expériences. Par leurs initiatives, leurs expérimentations et leur créativité, ils participent chaque jour à valoriser l'esprit d'innovation responsable qui anime notre territoire et à en faire une référence en matière de tourisme durable.

Nous tenons aussi à saluer l'ensemble des acteurs du tourisme aubois — hébergeurs, restaurateurs, sites de visite, offices de tourisme et prestataires — qui, chaque jour, accueillent avec professionnalisme, bienveillance et passion des visiteurs venus du monde entier. Leur capacité à s'approprier l'ADN de l'hospitalité «à la slow» et à le faire rayonner à travers leurs pratiques contribue à incarner pleinement les valeurs que nous défendons : authenticité, respect du temps, et ancrage dans le territoire.

## Crédits photos

©Studio OG

pages 20, 26, 31, 50, 61, 63, 64, 65, 72, 95, 99, 105, 106,  
108, 115, 119, 121, 127, 129, 131, 134, 137, 139, 145

©Prisma Studio, Tom Berna

couverture et pages 7, 11, 21, 22, 23, 39, 40, 44, 53, 71,  
75, 79, 89, 96, 102, 107, 141, 143

©Le Bonheur des Gens

pages 4, 42, 140, 141

©ARTGE Pierre Defontaine

pages 6, 16, 85, 111, 125, 130

©Clara Ferrand

pages 37, 67

©Olivier Douard

pages 43, 83

©Nigloland

page 100

©Home Camper

page 77 (haut)

©Best Jobers

page 77 (bas)



Slow Tourisme Lab  
est une marque de l'agence  
Aube en Champagne Attractivité

**AUBE EN CHAMPAGNE**  
**attractivité**

Livre blanc «Les 10 ans du Slow Tourisme Lab»

Rédaction en chef : Didier Leprince  
Equipe rédactionnelle : Christelle Sundermann, Grégory Davaillaud, Brice Duthion  
Création graphique : Alexia Grandclaude  
Décembre 2025