

29 novembre 2024 - Namur

Sujet : projets (Stéphanie)

Question 1

En nous appuyant sur les projets du portefeuille Ardenne Transition Durable, quelles démarches déjà entreprises, quelles adaptations ou nouvelles initiatives pourraient être envisagées pour répondre aux défis futurs du tourisme ? défis>

<p>Démarches existantes</p>	<p>Gérer la cohabitation entre habitants et touristes > face à l'affluence des touristes. Accueil de nouveaux résidents : immigrés climatiques. Déconcentration de l'activité > gestion des flux. ATRT : 3.3 Liaisons cyclables sur des espaces de passage agricole : conflits d'usages. De plus en plus de randonnée. Corridors écologiques + aires de services végétalisées (plantation d'arbres, îlots de fraîcheur). Il faut de l'ombre sur les aires de repos.</p> <p>Étude impact : former à la résilience / adaptation de l'offre et des comportements.</p> <p>Se renouveler / former les pro du tourisme à plus de résilience : que fait-on / plan B, voire C. Quand il pleut tout l'été, que proposer à la place ? Ex : randonnée nocturne en cas de canicule Prise de conscience collective : sensibiliser aussi les clients / Proposer une alternative > que les hébergeurs soient formés à proposer des options. Manque d'activités indoor. Grottes / forts > ligne Maginot > Apprendre aux touristes que l'Ardenne c'est aussi des activités indoor / habitants > cette offre doit être connue des hôteliers.</p>
------------------------------------	--

<p>Adaptations / nouvelles initiatives</p>	<p>Former les hébergeurs > Inclusivité : faire connaître petites pépites Quelle offre alternative promouvoir Dilution des flux > la canaliser d'une autre manière Les gens se répartissent au lieu de se concentrer Bcp de musée qui parlent de la guerre (Bastogne) mais il existe aussi des petits musées / connaître les attentes des clients.</p> <p>Attention trop de touristes > encore de la marge / anticiper les aménagements. Quand il n'y a plus d'eau dans la Semois > possibilité d'aller sur la Chiers (3 opérateurs qui se ruent sur la Chiers mais flux continus qui mettent en danger l'environnement)> essayer de fixer des règles pour réduire la pression (étalement des groupes) sur l'environnement et les usagers (pêcheurs) / pas de destruction mais la faune est perturbée (opérateurs belges mais pas de retombée économique locale sur le territoire</p> <p>Continuer à développer sans augmenter la pression</p> <p>On encourage les pro à développer le tourisme 4 saisons > pour</p>
---	---

Question 2

Parmi les pistes proposées, lesquelles semblent les plus prometteuses et quel serait le défi fou pour anticiper les évolutions climatiques et sociales du territoire à court, moyen et long terme ?

<p>Initiatives choisies</p>	<p>Tourisme 4 saisons > devient le fil conducteur de la plupart des OGD Côte belge idem : plus de saison marquée mais idéalement si les pouvoirs publics commençaient à vraiment taxer les voyages en avion : flux touristiques plus importants sur l'été (« revenge tourism »).</p> <p>Retour en arrière si les transports en avion étaient moins taxés > manne financière qui pourrait être investie dans le renouvellement du réseau ferré.</p> <p>Certaines sociétés imposent dates de congés + congés scolaires Trop habitués à partir tous en même temps. Bcp de départ (destinations lointaines) au printemps au lieu de partir en été.</p> <p>Concentration attraction de gros pôle : pas assez de communication entre BWM et plus petits musées > donner envie d'aller voir plus petits musées.</p> <p>Manque de mise en réseau > pas de stratégie commune > trop de concurrence.</p> <p>Payer un forfait comme en Rep Tchèque : carte pass avec transports en commun + entrée musée > permet de découvrir activité qu'on</p>
------------------------------------	--

	<p>n'aurait pas découvert si on n'avait pas le pass. Ex. : City pass Bouillon Eurosace center + Durbuy = exemples qui fonctionnent</p> <p>Idée d'offrir des réductions à celui qui vient en mobilité douce : en lien avec adhérents de la marque Ardenne > ici on offre (réduction ou autre). Train + entrée réduite dans les attractions et musées.</p> <p>Prévoir plus de bus du TEC durant l'été.</p> <p>Renforcer la communication sur les réseaux de transport public. Pb le train devient de plus en plus cher et parfois plus long</p> <p>Itinéraires de gare en gare / train et sac à dos : fonctionne bien en été</p> <p>Billet de train forfait en été en Allemagne.</p>
<p>Défi fou</p>	<p>Surtaxer les avions > et utiliser taxe pour renflouer les réseaux de trains.</p> <p>Créer des pass avec transport</p> <p>Abonnement type netflix pour les attractions + transports.</p> <p>Attention SNCB va supprimer le tarif famille nombreuse. Parkings payants dans les gares Transports en commun cher.</p> <p>Renationaliser les transports publics</p> <p>4 saisons : Vacances scolaires en Wallonie : réduction des vacances été de 2 semaines > étalement de la saison (6 semaines au lieu de 8).</p> <p>6 ou 7 semaines de cours + 2 semaines de de vacances</p> <p>Sauf Noël qui ne bouge pas</p> <p>Système de zones en France</p>

Question 3

À partir des initiatives retenues, comment les acteurs touristiques pourraient-ils être sensibilisés et mobilisés pour participer activement à la transition écologique du tourisme ardennais à long terme ?

<p>Actions de sensibilisation</p>	<p>Hébergeurs regrettent que les attractions ne soient pas ouvertes en octobre + chasse Pas de tourisme d'octobre à mars Pour le côté hébergeur</p>
--	---

	<p>Pb : Sites touristiques ; pas assez de client pour embaucher pour le hors saison (bcp de sites sont gérés par collectivités : service public)</p> <p>Sensibiliser les sites touristiques gérés par les collectivités dans logique de service public : ouvrir toute l'année.</p> <p>Comment faire en sorte que les attractions soient rentables toute l'année ?</p> <p>Constat d'étalement de la saison sur le namurois Saison = avril – fin septembre Il y 10 ans = juillet août très marqué</p> <p>Plus de courts séjours plus souvent</p> <p>Est-ce qu'on a envie de faire du tourisme en basse saison ?</p> <p>Avantage fiscal pour les entreprises qui ouvrent hors saison.</p>
<p>Actions de mobilisation</p>	<p>Synergie : groupement d'employeur / tous les mêmes besoins au même moment.</p> <p>Avoir au moins 1 restaurant ouvert : que les restaurants s'accordent sur leurs jours d'ouverture pour en avoir au moins 1 ouvert > faire comme les boulangeries.</p> <p>Réinstaurer le dialogue entre les professionnels et les associations = mentalités de + en + individualistes. + concilier la vie de famille</p> <p>De + en + qui envisagent de fermer le weekend Les jeunes qui ne veulent plus travailler le weekend</p> <p>Même chose pour les événements = pas tout le même weekend</p> <p>Assurer le suivi derrière (ex des sentiers de randonnée pas entretenus)</p>

Sujet : projets (Joël)

Question 1

En nous appuyant sur les projets du portefeuille Ardenne Transition Durable, quelles démarches déjà entreprises, quelles adaptations ou nouvelles initiatives pourraient être envisagées pour répondre aux défis futurs du tourisme ? défis>

Démarches existantes	Club Ardenne Ecotourisme : diagnostic, bilan développement durable Ambassadeurs de l'Ardenne. Faire connaître les portraits et spécificités de l'Ardenne.
Adaptations / nouvelles initiatives	ATLAB <ul style="list-style-type: none">- Monitoring d'étude d'impact dans le temps- Proposition de nouveaux aménagements cyclables aux pouvoirs subsidiaires- Adapter des techniques et modes de gouvernance de gestion des pistes cyclables- Structure des offres de logements et des pistes cyclables- Réseau des laboratoires innovants- Mieux communiquer sur le tourisme local- Mesure de l'empreinte carbone de l'acte touristique- Amplifier l'échelle géographique (redéploiement) les projets ATD- Mise en réseau des territoires- Décloisonner les projets touristiques et amplifier les réseaux (santé, mobilité)- Augmenter l'accessibilité (cf. modèle Street Co)

Question 2

Parmi les pistes proposées, lesquelles semblent les plus prometteuses et quel serait le défi fou pour anticiper les évolutions climatiques et sociales du territoire à court, moyen et long terme ?

Initiatives choisies	Mesure empreinte carbone de l'acte touristique (communauté de producteurs locaux, défis marchés, récompense Mode de gouvernance et opérationnalisation de la gestion des voies vertes Implication des PBS Décloisonnement des projets touristiques (santé / culture / mobilité)
Défi fou	Développer et permettre un tourisme accessible à tous

Question 3

À partir des initiatives retenues, comment les acteurs touristiques pourraient-ils être sensibilisés et mobilisés pour participer activement à la transition écologique du tourisme ardennais à long terme ?

Actions de sensibilisation	Empreinte carbone : <ul style="list-style-type: none"> - Charte du voyageur - Nudges et marketing basé sur les biais positifs et incitation indirecte - Adaptation de la communication sur le poids carbone (très technique) Gouvernance voies lentes <ul style="list-style-type: none"> - Création de marchés d'entretiens par les acteurs spécifiques (PBS)
Actions de mobilisation	Empreinte <ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les autorités publiques en montrant le gain économique et pour la santé - « partir loin tout près ça rend mieux » - Construction tourisme local via des témoignages, tendances - Accompagnement des acteurs Gouvernance voies lentes <ul style="list-style-type: none"> - Ouvrir une place aux structures PBS dans la gouvernance publique du tourisme Décloisonnement <ul style="list-style-type: none"> - Reconnexion : tourisme / santé / culture / mobilité

Projets : Caroline

Existants	Adaptation	Initiatives – 4 saisons
Ardenne Ecotourisme TVB Impact carbone acte touristique Cohabitation habitants Nouveaux arrivants climatiques	Gouvernance Combo offres mobilités et services Mieux communiquer en local Décloisonner Former Diluer les flux et anticiper	Problème de calendrier scolaire et chasse Manque d'offres à l'année et soucis de rentabilité Mise en réseau et stratégie commune Pass type AMAP Problème du prix du train – inclusion mobilité Gouvernance voies lentes

Sujet : offres (Valérie)

Question 1

Quels types d'innovations pourraient être développés pour améliorer l'expérience des visiteurs dans l'Ardenne de manière durable (selon les 3 piliers du DD : social, environnemental et économique) ?

Type d'innovation	Culturelle S'usage Digitale / marketing Sociale
--------------------------	--

Piliers du développement durable	<p>Social :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zone de quiétude (prioritaire) : sensibiliser les enjeux environnementaux et concilier usages touristiques et environnement (ex : Vosges et Quiétude attitude – région Grand Est) - Social plus inclusif (sélection à faire pour le succès) <p>Environnemental :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Travel Trek : camionnette électrique pour aller chercher les touristes, protobox avec mail coordonnés à récupérer. Les touristes ne se déplaçaient plus sur les salons. Frigo reprennent produits du terroir pour dégustation.
---	--

Question 2

En se basant sur les innovations proposées précédemment, comment pourrions-nous les adapter pour répondre aux spécificités locales (à l'échelle d'un micro territoire) et aux attentes des visiteurs (dans les personae de l'ADT) ?

Profil visiteur	<p>Touriste avec un animal (tendance pet et dog friendly) Famille Colos : facteur touristique – cibler davantage les offres Classes vertes et école : profil identitaire</p>
Innovations proposées	<p>Développement d'un SADI (intervention physique, maraudage) Signalisation des itinéraires Accueil physique et implication des citoyens, ambassadeurs (formations importantes : à qui proposer quoi ?) Orientation des sites web par projet, par profil digital pour envoyer une offre personnalisée Attention aux algorithmes : trop utilisées – volonté d'avoir une réponse personnalisée (vigilance accueil : qui fait quoi ? qui a besoin de quoi ?)</p>

Spécificités locales	<ul style="list-style-type: none"> - Logement et itinéraires cyclo pour les familles - Bâtiments classe vertes - Cyclotourisme : famille (attention aux portions de voies cyclables favorables aux familles – sécurité : revêtement, voiturette enfants) - Catalogue des offres et mieux les cibler selon les profils - Mieux traiter chaque profil, fructifier l'info du site web à l'accueil - Importance de la formation du personnel : qui fait quoi - Regrouper les activités par profil : formule d'activités (pré sélection adaptée type filtres famille : budget limité, choix à faire, éviter les mauvaises surprises tarifaires) – packages 3 attractions all inclusive - Faire le lien avec les évènements du territoire, important dès l'arrivée sur le site (évènements organisés dans la région) - Partenariat avec opérateurs plus précarisés - Meilleure signalétique au départ des transports en commun - Co mieux : application pour mesure son empreinte carbone - Aviation : réduire ton impact (taxe) vers changement d'habitudes
-----------------------------	--

Question 3

Avec les idées retenues, quels partenariats pourraient être mobilisés pour transformer ces innovations en réalité et sous quelle forme de gouvernance ?

Type de partenariat	<ul style="list-style-type: none"> - Séjours digital : conseils en séjour - Innovation social : maison de quartier avec association privée avec financement public - Innovation technologique : vacances que vous correspondent mais qui pourraient vous surprendre (effet surprise et découverte)
----------------------------	---

Formats du partenariat	<ul style="list-style-type: none"> - Départ en vacances pour les maisons de quartier (tout inclus, prix réduit) permettre aux personnes qui ne partent pas de partir - Effets réseaux sociaux : sortir des algo (oser sortir du cadre : accessibilité découverte, perte de diversité culturelle, confronter les habitudes) = défier les algorithmes. - Jeunes du quartier qui offices de guides (montrer leur quotidien) ex Naples (éducateurs, asso de personnes à besoins spécifiques) - Visiter la ville la plus moche de Belgique et sortir de son quartier (ex : Marseille, Charleroi) - Réalité virtuelle pour les lieux vulnérables (ex : Grand site de la Crypte – Bastogne war museum) - Rendre les sites accessibles pour tous - QR code : nécessite d’être sur place (mais autonome) - Transgénérationnel, interactif et social - Eviter que les gens consultent chez eux - Excursions transgénérationnelles : écoles avec personnes âgées - Laisser une trace de son passage pour les prochains visiteurs (livre d’or numérique) – ex musée Anvers d’art contemporain
-------------------------------	--

Offres : Caroline

Innovation	Proposition	Partenaires
Usages Plurielle Développement durable (quiétude attitude, travel trek avec navette, tiny house) Famille, colos, classe verte	SADI transfrontalier Profil digital	Maison de quartier et jeunes guides Défier les algorithmes Découvrir le moche (tourisme banal, ex du latourex et tourisme expérimental) Technologie pour lieux menacés Transgénérationnel

Sujet : habitants (Ryan)

Question 1

Comment impliquer les habitants dans les projets touristiques ?

Format d'implication	Projets participatifs : <ul style="list-style-type: none">- <u>Produits touristiques</u><ul style="list-style-type: none">○ Ex. Création d'une balade à décors → citoyens sont invités à créer les décors sur le parcours (OT de Couvin)○ Balades de jardins ouverts- <u>Participation citoyenne dans la construction de projets touristiques</u><ul style="list-style-type: none">○ Ex. des budgets participatifs → citoyens peuvent intervenir/donner leur avis sur les budgets (et donc les projets) touristiques de leur région. (Charleville).○ Ex. Barcelone → plateforme collaborative où les citoyens proposent des projets sur toutes types de thématiques (dont le tourisme). Les projets sont soumis à un vote citoyen et la ville se met à leur mise en œuvre.○ Recensement de la population sur le type de tourisme/touriste qu'ils souhaitent avoir sur leur territoire (ex. Norway Tourism).○ (Proposition) Evaluation citoyenne d'initiatives ou de projets existants par les habitants locaux ainsi que par les territoires avoisinants → pourquoi pas le faire de manière transfrontalière ?- <u>Participation citoyenne dans la promotion de leur région</u><ul style="list-style-type: none">○ Les Greeters → un local va faire guide touristique (peut être contentieux par rapport aux vrais guides)○ Capsules vidéo → les locaux parlent de leur région (ce qu'ils aiment, sur la culture locale, etc.)- <u>Implication des habitants via la communication</u><ul style="list-style-type: none">○ Marketing : ciblage direct des citoyens dans la communication touristique. Viser de manière consciente les citoyens dans la communication en plus des touristes.- <u>Autre</u><ul style="list-style-type: none">○ Vitrine d'artisanat/du terroir local local sur les aires d'autoroute → capter les gens qui passent sur le territoire○ Initiatives citoyennes d'accueil des touristes ex. Welcome to my garden → Des jardins mis à disposition pour les voyageurs-ses lent-es.
-----------------------------	---

Sujet : habitants (Jeremy)

Question 1

Comment impliquer les habitants dans les projets touristiques ?

Format d'implication	<ul style="list-style-type: none">- Intérêt et offres touristiques servent aux habitants- Informer et sensibiliser via les collectivités de proximité (maison rurale)- Etre présent sur les lieux prisés des habitants- Tourisme durable crée peu d'emplois en local- Trouver le bon canal de communication- Réseau d'associations, écoles (enfants très prometteurs), mouvement jeunesse <p>On demande jamais l'avis aux habitants Ca dépend des projets Avant d'impliquer – il faut informer avec des formats innovants et pas de concertation peu mobilisatrice Les habitants ne savent pas ce qui se passe sur leur territoire Assises territoriales : la population ne se déplace pas Importance de la pérennité des projets pour l'acceptation</p>
-----------------------------	---

Question 2

Dans quels projets du portefeuille, les habitants peuvent être associés ?

Projet retenu	<p>AITIMI :</p> <ul style="list-style-type: none">- Offres cyclables aussi pour les habitants- Réseau de points nœuds : mobilité du quotidien- Voies vertes pensées uniquement sur la mobilité touristique et pas sur le quotidien- Mobilité immersive – aller vers les habitants <p>ATRT</p> <ul style="list-style-type: none">- Expérimentation des offres pour les habitants <p>AGL</p> <ul style="list-style-type: none">- Aménagement de sentiers pour PMR contre VTT (habitants, greeters)
----------------------	---

Question 3

Comment valoriser les habitants dans la structuration des expériences touristiques ?

<p>Actions de valorisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Habitant est un capital d'authenticité pour une transition - Ambassadeurs - Acteurs – constructeurs des offres touristiques - Enjeu social ++ : partir près et valoriser le local car le frein financier au court séjour - Dire qu'il est le premier usager des services touristiques - Pression sur les habitants et rupture car augmentation du prix du foncier avec gites et locations type Airbnb - Montrer que le développement touristique fait aussi vivre son territoire et maintien des emplois - Wallonie : grands projets concertés par les habitants (aménagement) - Habitants : plus value pour le touriste (bons tuyaux)
---------------------------------------	--

Habitants : Caroline

Constats	Formats	Pistes et projets
<p>Habitant = capital authenticité pour un territoire Montrer l'intérêt du tourisme aux habitants Pas de concertation Fierté timide (green hushing) Formats n'incitent pas les habitants à s'impliquer Travailler l'acceptabilité</p>	<p>Intégrer les offres dédiées Plateformes Evaluation citoyenne Ambassadeurs greeters : portraits Habitant à considérer comme touriste</p>	<p>Enquête (ex Fribourg) Anticiper les conflits d'usage (surtourisme, antitourisme) Mobilité et tourisme solidaire</p>

Synthèse et analyse

Sujet projets

Idées principales	Benchmark	Enjeux	Freins	Leviers et opportunités
Tourisme 4 saisons	Allemagne (forfaits été), Belgique (City Pass)	Réduction des pics estivaux, rentabilité hors saison	Calendriers scolaires, manque de demande hors saison	Incidations fiscales, campagnes locales, adaptation des offres pour toutes les saisons
Décloisonnement des projets touristiques	Modèle AMAP, intégration santé/mobilité/culture	Cohérence stratégique, diversification des offres	Manque de coordination, concurrence entre acteurs	Création de synergies via des comités participatifs et une gouvernance partagée
Mesure de l'empreinte carbone	Charte du voyageur, nudges, outils de sensibilisation	Réduction de l'impact environnemental, sensibilisation des touristes	Complexité technique, manque de compréhension des outils	Développement d'outils simples et pédagogiques, intégration dans les offres locales
Gouvernance des voies lentes	République Tchèque (pass transport/activités)	Développement des mobilités douces, entretien des infrastructures	Ressources limitées pour l'entretien, manque d'implication des acteurs	Appels à projets locaux, implication des PBS dans la gouvernance

Communication et inclusion locale	Pass type AMAP, campagnes locales	Valorisation des initiatives locales, engagement des habitants et touristes	Manque de visibilité, coût des campagnes	Développement de passes combinés, renforcement de la marque Ardenne, mise en réseau des acteurs locaux
--	-----------------------------------	---	--	--

Sujets offres

Catégorie	Idées principales	Benchmark	Enjeux (en lien avec le portefeuille)	Freins et leviers
Innovations technologiques	Applications mobiles pour réservation, visites en réalité augmentée, IA pour recommandations, capteurs IoT pour gestion des infrastructures.	Vosges – Quiétude attitude, gestion numérique des flux touristiques (réduction des encombrements).	Intégration des nouvelles technologies dans les services locaux.	Freins : Coût de développement, adoption technologique lente.
				Leviers : Accessibilité numérique croissante, partenariats technologiques.
Innovations d'usage	"Payez ce que vous voulez", packages personnalisés, signalétique améliorée, offres adaptées aux profils (familles, cyclotourisme, classes vertes).	Modèles de tarification flexible dans d'autres régions (ex. : visites guidées à prix libre).	Répondre aux besoins diversifiés des visiteurs tout en améliorant leur satisfaction et fidélité.	Freins : Complexité logistique, adaptation des offres à chaque profil.
				Leviers : Formation du personnel, outils numériques pour personnalisation.

Innovations sociales	Tourisme participatif, ateliers artisanaux, ambassadeurs locaux formés, implication des citoyens dans l'accueil et la promotion.	Initiatives collaboratives en Bretagne (tourisme participatif, ateliers locaux).	Renforcer l'identité locale et l'engagement des habitants dans le tourisme durable.	Freins : Manque d'engagement initial, formation nécessaire.
-----------------------------	--	--	---	--

Sujets habitants

Catégorie	Idées principales	Benchmark	Enjeux	Freins
Impliquer les habitants	- Projets participatifs : co-construction d'itinéraires, balades thématiques.	- Couvin : Balades avec décors créés par les citoyens.	- Renforcer le sentiment d'appartenance des habitants.	- Manque d'information sur les projets.
		- Charleville : Budgets participatifs pour des projets touristiques.	- Créer des projets inclusifs et durables.	- Formats de concertation peu attractifs.
		- Barcelone : Plateforme collaborative pour projets locaux.	- Réduire les tensions entre habitants et touristes.	- Faible mobilisation.
Associer aux projets	- Projets de mobilité et d'infrastructures : offres cyclables, sentiers adaptés.	- AITIMI : Réseau cyclable pour usage quotidien et touristique.	- Mobilité durable intégrée.	- Infrastructure pensée uniquement pour les touristes.
	- Expérimentation locale.	- AGL : Sentiers pour PMR et habitants.	- Anticiper les conflits d'usage (ex : VTT vs PMR).	- Manque de consultation locale.

Résumé

Catégorie	Synthèse des constats	Exemples inspirants (benchmarks)	Enjeux globaux	Freins communs
Articulation Projets-Offres-Habitants	Les projets touristiques, les offres innovantes et l'implication des habitants doivent converger pour une gestion durable et inclusive des territoires. Les initiatives doivent être pensées pour maximiser leur impact transversal.	Allemagne (tourisme 4 saisons), Bretagne (tourisme participatif), Vosges (gestion numérique des flux).	Créer une cohérence stratégique entre les initiatives, les services proposés, et l'engagement citoyen.	Manque de coordination entre acteurs, cloisonnement des projets, faible adoption des innovations par les habitants.
Saisonnalité et diversification	Développer des offres attractives hors saison tout en impliquant les habitants pour valoriser leur territoire et répondre aux attentes des visiteurs.	Belgique (City Pass), Couvin (balades citoyennes).	Réduction des pics estivaux, diversification des flux et des offres, engagement des habitants dans la transition.	Calendriers scolaires rigides, offres peu adaptées aux attentes locales, faible mobilisation des habitants.
Transition écologique et innovation	La mesure de l'empreinte carbone et l'adoption d'innovations technologiques et sociales sont clés pour répondre aux enjeux de durabilité, tout en renforçant l'adhésion des habitants.	Bretagne (charte du voyageur), Vosges (IoT pour gestion des flux), Barcelone (plateforme collaborative).	Intégrer des pratiques durables dans les projets et les offres tout en sensibilisant les visiteurs et les habitants.	Complexité technique, coût des innovations, manque de compréhension des outils par les habitants et les petits acteurs.
Mobilité et accessibilité	Favoriser les mobilités douces et l'accessibilité pour tous en impliquant les habitants et en adaptant les infrastructures aux besoins locaux et touristiques.	République Tchèque (pass transport + activités), AITIMI (réseau cyclable).	Développer des infrastructures partagées et inclusives pour répondre aux attentes des visiteurs et des habitants.	Ressources limitées pour l'entretien, infrastructures pensées principalement pour les touristes.

Communication et inclusion	Renforcer la visibilité des initiatives locales et inclure les habitants dans la promotion et l'accueil pour créer un sentiment d'appartenance et une identité territoriale forte.	Bretagne (ateliers locaux), Charleville (budgets participatifs).	Valoriser les initiatives locales et réduire les tensions entre habitants et touristes.	Manque de visibilité des projets, faible attractivité des formats de concertation, coût élevé des campagnes de communication.
-----------------------------------	--	--	---	---

Analyse transversale :

1. Enjeux communs :

- La **cohérence stratégique** entre projets, offres et habitants est cruciale pour éviter le cloisonnement et maximiser l'impact des initiatives.
- Les défis liés à la **transition écologique** et à la **diversification des flux** nécessitent des approches intégrées impliquant tous les acteurs.

2. Freins majeurs :

- **Manque de coordination** entre les différents acteurs du territoire (public, privé, habitants).
- **Complexité technique** et coût des innovations, freinant leur adoption.
- **Faible mobilisation** des habitants dans les projets et les offres.

3. Leviers clés :

- **Gouvernance partagée** et implication citoyenne dès la phase de conception.
- **Outils numériques** pour personnaliser les offres et renforcer la transparence.
- **Valorisation des initiatives locales** via des campagnes ciblées et des passes combinés.