



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

Le tourisme fluvestre, levier de développement territorial

Le cas du Département des Ardennes

Présenté par :

Célia Domen

Année universitaire : **2024 – 2025**

Sous la direction de : **Pierre Torrente**

Le tourisme fluvestre levier de développement territorial

Le cas du Département des Ardennes

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur/auteure. »

Remerciements

Je tiens à remercier profondément Hervé Caitucoli, mon tuteur de stage et Fanny Cornet avec qui j'ai partagé mon bureau et des discussions passionnantes qui m'ont beaucoup appris. Je remercie également toute l'équipe de l'ADT et du GEIE qui m'ont chaleureusement accueilli dans leurs locaux m'ayant fait sentir la bienvenue.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à Pierre Torrente qui a accepté de venir en appui à Florence Laparra que je tiens également à remercier pour son aide précieuse. Ils m'ont tous deux guidé et rassuré tout au long de la rédaction de ce mémoire. Je suis également reconnaissante envers le corps enseignant de l'ISTHIA dont Julie Bousquet pour leur soutien qui m'a beaucoup apporté pendant toute la durée de mon master.

Je ne saurais assez remercier Diane, ma collègue stagiaire avec qui j'ai partagé mes moments de doute, de remises en question mais aussi à qui je dois les week-ends de découvertes, de randonnée et de convivialité passés dans les Ardennes. Sans elle, ce mémoire n'aurait peut-être pas abouti.

Je remercie sincèrement ma promotion de master 2023-2025 avec qui j'ai découvert l'Ariège, les Pyrénées et la convivialité du Sud de la France. Je les remercie infiniment pour tous les moments que nous avons passés ensemble ayant rendu mon expérience fuxéenne inoubliable.

Je remercie du fond du cœur ma mère et ma grande sœur qui m'ont soutenue dans les moments les plus bas et qui m'ont poussé à aller jusqu'au bout de ce mémoire. Je remercie spécialement ma mère qui m'a chouchouté pendant ces six mois de stage. Je les remercie de croire en moi continuellement me permettant de m'épanouir pleinement.

Mes remerciements vont également à toutes les personnes ayant répondu aux enquêtes et particulièrement à ceux qui ont accepté de m'accorder une heure de leur temps pour compléter ce mémoire.

Enfin, je remercie l'ensemble de mes ami.es pour leur bonne humeur et tous les week-ends passés ensemble à profiter de l'été. Je remercie particulièrement mon amie Louka qui me supporte depuis ma première année d'études supérieures.

Sommaire

Remerciements.....	6
Sommaire.....	7
Introduction générale.....	9
Partie 1 : Entre rives et frontières : itinérance touristique et dynamiques territoriales.....	11
Introduction de la partie 1.....	12
Chapitre 1 : Tourisme et coopération transfrontalière comme vecteur de développement territorial.....	13
Chapitre 2 : Comprendre le tourisme de l’itinérance douce : définitions, dynamiques et acteurs.....	27
Chapitre 3 : Le tourisme fluvestre, vers une nouvelle forme de tourisme itinérant.	60
Conclusion de la partie 1.....	72
Partie 2 : Enjeux et acteurs du développement touristique transfrontalier dans les Ardennes.....	74
Introduction de la partie 2.....	75
Chapitre 1 : Le rôle structurant du Département et du GEIE dans le développement touristique transfrontalier des Ardennes.....	76
Chapitre 2 : Les Ardennes : diagnostic territorial et dynamiques touristiques transfrontalières.....	90
Chapitre 3 : Définition des hypothèses : le tourisme fluvestre dans les Ardennes...	113
Conclusion de la partie 2.....	123
Partie 3 : Répondre aux enjeux de l’intégration du tourisme fluvestre dans une logique d’itinérance et de développement territorial.....	124
Introduction de la partie 3.....	125
Chapitre 1 : Cadre méthodologique.....	126
Chapitre 2 : Analyse des acteurs et dynamiques du tourisme fluvestre ardennais..	133
Chapitre 3 : Plan opérationnel et réponses à l’enquête pour un tourisme fluvestre durable.....	149
Conclusion de la partie 3.....	165
Conclusion générale.....	167
Bibliographie.....	169
Table des annexes.....	175

Table des figures.....	200
Table des sigles.....	201
Table des matières.....	203

Introduction générale

Dans le cadre de l'exercice de recherche de deuxième année de Master *Tourisme et Développement*, nous avons choisi de traiter du tourisme fluvestre et de ses déclinaisons, envisagés comme leviers d'une stratégie de développement territorial durable. Inscrit dans un contexte de transition écologique, sociale et économique, le tourisme fluvestre s'inscrit dans la logique du *slow tourism*, privilégiant une découverte progressive des territoires.

L'étude se concentre sur le département des Ardennes, avec pour objectif d'évaluer dans quelle mesure l'intégration du tourisme fluvestre à l'offre d'itinérance contribue à la dynamique territoriale le long de la Meuse. Ce territoire, traversé par le plus ancien fleuve d'Europe et limitrophe de la Belgique, dispose d'un patrimoine naturel et culturel remarquable, encore partiellement connu. Historiquement marqué par une économie industrielle, le département n'a véritablement engagé des politiques de développement touristique qu'à partir des années 1980. De plus, son image a longtemps souffert dans l'opinion publique, notamment en raison d'une médiatisation centrée sur des faits divers. Aujourd'hui, l'Agence de Développement Touristique des Ardennes (ADTA) s'attache à renforcer l'attractivité du territoire par des actions de valorisation et de promotion de ses atouts.

Ce travail s'inscrit dans le prolongement d'une mission de six mois menée au sein de l'ADTA, visant à réaliser une étude de terrain sur l'offre fluviale et fluvestre. Il s'agit d'actualiser une enquête conduite en 2017 par l'ADT, intitulée *Diagnostic du tourisme fluvial en Ardennes*, et de l'enrichir d'une analyse spécifique du tourisme fluvestre.

La réflexion s'articule autour de la question centrale : « En quoi le tourisme fluvestre constitue-t-il un facteur de développement territorial ? » L'analyse des concepts mobilisés, appuyée sur un corpus pluridisciplinaire issu des sciences sociales, conduit à la formulation d'une problématique de recherche. La méthodologie adoptée repose sur une approche de recherche-action : après l'établissement d'un cadre théorique et la problématisation, des hypothèses sont formulées puis vérifiées à travers des enquêtes qualitatives et quantitatives.

Le mémoire s'organise autour de l'étude de la contribution du tourisme fluvestre au développement territorial durable en contexte transfrontalier. Dans un premier temps, il propose une définition approfondie des notions clés : itinérance, développement territorial, coopération transfrontalière et tourisme fluvestre. Dans un second temps, il confronte ces approches conceptuelles à la réalité du terrain ardennais. Une attention particulière est portée aux rôles de l'ADTA et du Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE) dans la valorisation du tourisme fluvestre. Enfin, l'étude de cas débouche sur une analyse des enjeux liés à l'intégration de cette forme de tourisme dans une stratégie globale de développement territorial durable en zone transfrontalière.

Cette réflexion se conclut par la formulation de préconisations, présentées sous forme de fiches-actions opérationnelles, visant à proposer des pistes d'amélioration concrètes pour renforcer l'attractivité et la durabilité du tourisme fluvestre dans les Ardennes.

Partie 1 : Entre rives et frontières : itinérance touristique et dynamiques territoriales

Introduction de la partie 1

Le tourisme itinérant, par nature mobile et multiscalaire, mobilise une grande diversité d'acteurs, de territoires et de pratiques. Il ne se résume pas à un simple déplacement de visiteurs d'un lieu à un autre, mais s'inscrit dans des dynamiques territoriales complexes. Il fait appel à des réseaux de coopération, à des dispositifs de planification, et à des stratégies de valorisation locale. Ce type de tourisme soulève ainsi des questions essentielles sur la manière dont les territoires s'organisent pour accueillir, orienter et fidéliser les flux touristiques, tout en intégrant des objectifs de durabilité et d'inclusivité.

Dans les espaces fluviaux et transfrontaliers, cette forme de tourisme prend une dimension singulière. Les voies navigables, longtemps dédiées au transport de marchandises et à la circulation des hommes, deviennent aujourd'hui des supports d'itinérance touristique, réinventant les liens entre mobilité, territoire et identité. Ces zones situées « entre rives et frontières » se caractérisent par des contextes riches en héritages historiques, par la nécessité de coopérations transnationales, et par des enjeux forts de développement local.

Pour appréhender ces enjeux, notre étude s'organise en plusieurs temps. Nous consacrerons d'abord un chapitre à l'analyse du tourisme en tant que levier de développement territorial durable, en tenant compte des spécificités des territoires transfrontaliers sur lesquels porte notre recherche.

Nous nous intéresserons ensuite aux formes que prend le tourisme itinérant aujourd'hui, ainsi qu'à l'évolution des pratiques touristiques associées. Cela nous permettra de mieux cerner le tourisme fluvial en tant que modalité spécifique du tourisme itinérant, et de comprendre les relations entre les acteurs impliqués dans son développement.

Enfin, nous aborderons le cœur de notre sujet : le tourisme fluvestre. Nous retracerons d'abord le rôle historique des voies navigables en France, avant d'en analyser les impacts environnementaux. Nous terminerons par une étude des usages sociaux contemporains de ces voies d'eau, afin de mieux saisir leur place dans les dynamiques territoriales actuelles.

Chapitre 1 : Tourisme et coopération transfrontalière comme vecteur de développement territorial

Le tourisme, en tant que moteur économique et social, constitue un levier de valorisation des territoires. Lorsqu'il s'inscrit dans une dynamique transfrontalière, il dépasse la logique d'attractivité pour devenir un outil stratégique de coopération entre régions limitrophes. Cette coopération favorise non seulement la mise en réseau des acteurs, mais aussi la mutualisation des ressources, la valorisation du patrimoine commun et la construction d'une identité partagée.

1. Le tourisme facteur de développement territorial durable

Le tourisme occupe aujourd'hui une place stratégique dans les dynamiques de développement territorial. Au-delà de ses retombées économiques, il peut devenir un levier structurant pour valoriser les ressources locales et renforcer l'attractivité des territoires. À condition d'être pensé dans une logique d'ancrage territorial, de gouvernance partagée et de préservation des patrimoines, le tourisme contribue à façonner des trajectoires de développement conciliant enjeux économiques, sociaux, environnementaux et culturels.

1.1 Multiplicité des formes et des pratiques touristiques

Le tourisme, tel que défini par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), est « *un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels. Ces personnes sont appelées visiteurs et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents ; le tourisme englobe leurs activités, dont certaines impliquent des dépenses touristiques.* »¹

¹ Glossaire | ONU Tourisme, <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>, consulté le 14 juin 2025.

Cette définition large souligne la diversité des pratiques touristiques. En effet, les formes de tourisme varient selon les finalités du voyage, la nature des territoires visités ou encore les attentes des visiteurs. On distingue ainsi des catégories bien établies telles que le tourisme balnéaire, le tourisme urbain, le tourisme rural ou le tourisme d'affaires. Toutefois, à ces types traditionnels s'ajoutent des formes plus récentes, souvent en lien avec des préoccupations sociales, historiques ou environnementales.

Par exemple, le tourisme de mémoire invite à la découverte de lieux porteurs d'histoire, souvent liés à des conflits ou des événements majeurs. De même, le tourisme de dernière chance concerne les destinations menacées de disparition, comme les récifs coralliens ou les glaciers, en raison du changement climatique².

Parallèlement, on observe l'essor du tourisme lent (ou Slow Tourism), une tendance émergente identifiée dès 2007 comme « la nouvelle tendance en Europe occidentale » ((Rimaud et Piriou, 2020). Ce type de tourisme s'inscrit dans une logique de ralentissement, en réaction aux impacts environnementaux du tourisme de masse et à la standardisation des expériences de voyage (Rimaud & Piriou, 2020). Il s'inspire des courants du Slow Food et du label Cittaslow, nés en Italie à la fin des années 1980.

Le mouvement Slow Food promeut les traditions culinaires locales face à la mondialisation alimentaire et à la restauration rapide, en valorisant la qualité, la diversité et l'ancrage territorial des produits (Hallem, Sahut & Hikkerova, 2020). Quant au label Cittaslow, il repose sur un modèle de développement urbain à petite échelle, encourageant les communes de moins de 50 000 habitants à préserver leur identité culturelle et gastronomique (Hallem, Sahut et Hikkerova, 2014).

Dans cette optique, le tourisme lent est défini par Babou et Callot (2009) comme « *un rythme apaisé, garant d'un ressourcement physique et psychologique, peu émetteur de CO₂, favorisant la patience, la sérénité, l'exploration approfondie et l'enrichissement culturel* ». Heitmann, Robinson et Povey (2011) insistent pour leur part sur « *le plaisir de la découverte, de l'apprentissage et du partage* ». Cette

² Le paradoxe du tourisme de la dernière chance, <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/actualites/veille/breves/le-paradoxe-du-tourisme-de-la-derniere-chance>, février 2018, consulté le 14 juin 2025.

approche privilégie les rencontres et l'immersion dans la vie locale (Hallem, Sahut et Hikkerova, 2014).

À cela s'ajoute le concept de Slow Travel, qui accorde une importance particulière au trajet lui-même, considéré comme une composante essentielle de l'expérience. Plutôt que d'être une simple étape vers une destination, le déplacement devient un moment de contemplation et de connexion avec l'environnement (Gradner, 2009 in Hallem, Sahut et Hikkerova, 2014).

Ces formes de tourisme alternatif reflète une évolution vers des pratiques plus durables, intégrant des activités en lien avec la nature, la culture, ou la solidarité. Par ailleurs, ONU Tourisme définit les activités touristiques comme « *les actions que les personnes accomplissent et les comportements qu'elles adoptent en prévision d'un voyage et pendant ce voyage en leur qualité de consommateurs* ».

Cela inclut aussi bien la planification que les transports, les loisirs, les visites, les activités sportives, l'hébergement, la restauration ou les achats effectués pendant le séjour.

1.2 Comprendre le développement territorial

La notion de développement s'est progressivement imposée dans les territoires français au cours du XXI^e siècle. Longtemps considérée comme une problématique propre aux pays en développement, elle a gagné en pertinence dans les pays occidentaux, notamment sous l'effet des crises économiques, sociales et politiques qui ont déplacé l'épicentre des enjeux de développement (Torre 2015). Ce dernier ne se limite plus à la croissance économique : il implique également des transformations sociales, culturelles et environnementales. Ainsi, les indicateurs économiques sont complétés par des critères relatifs au niveau et à la qualité de vie des populations.

Le développement territorial est composé des termes développement, expliqué ci dessus et territoire.

Le terme territoire, issu du latin territorium (dérivé de terra, la terre), désigne une étendue occupée et investie par un groupe humain. En français, il a donné naissance à des notions connexes telles que terroir ou territorialité (Baudelle, Guy, et Mérenne-Shoumaker 2011). Ce concept s'est véritablement imposé dans le champ

des sciences sociales et de l'aménagement du territoire à partir des années 1980, en lien avec une montée des préoccupations sociales et spatiales (Leloup et Maillefert 2022). Maryvonne Le Berre définit le territoire comme « *une portion de la surface terrestre, appropriée par un groupe social pour assurer sa reproduction et la satisfaction de ses besoins vitaux.* » (Paquot 2011). Le territoire apparaît ainsi comme un construit social et politique, traversé par des jeux d'acteurs et des représentations symboliques, patrimoniales ou imaginaires, souvent structurées par la langue et la culture dominantes.

Dans cette perspective, le développement territorial se présente comme un processus visant à articuler des dimensions économiques, écologiques et éthiques à l'échelle locale. Il repose sur l'implication conjointe d'une pluralité d'acteurs : collectivités territoriales, parcs naturels régionaux, associations locales, services déconcentrés de l'État, etc. La loi NOTRe de 2015 (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) a d'ailleurs renforcé le rôle des collectivités territoriales en leur transférant de nouvelles compétences, impulsant ainsi de nouvelles dynamiques d'organisation et d'action à l'échelle infrarégionale.

L'objectif central du développement territorial est de renforcer l'attractivité et la compétitivité des territoires, en valorisant leurs ressources et en mobilisant les compétences des acteurs locaux (Galochet 2013). Il s'agit, en somme, d'un processus multidimensionnel et dynamique, ancré dans l'espace, où les enjeux économiques, sociaux, environnementaux et spatiaux s'articulent pour construire des trajectoires territoriales durables (Leloup et Maillefert 2022).

Enfin, pour qu'un projet touristique durable s'inscrive dans une logique de développement territorial, cinq critères doivent être pris en compte :

- Réduction des risques climatiques ;
- Allongement de la durée des séjours ;
- Fidélisation des visiteurs au territoire ;
- Qualité des services proposés avec un bon rapport qualité/prix ;
- Complémentarité des activités.

Il est important que le projet soit toujours envisagé dans une perspective globale, intégrant les enjeux sociaux, économiques et environnementaux du territoire (Gouhenant 2024).

1.3 Développement durable

Le développement durable a été défini pour la première fois en 1987 dans le rapport Brundtland comme un « *mode de développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* »³. Cette notion a été renforcée lors de la Conférence de Rio en 1992, notamment à travers l'introduction de l'Agenda 21, qui propose un plan d'action global pour promouvoir un développement respectueux de l'environnement.

Ce concept repose sur sept principes fondamentaux : la protection de l'environnement, une production et une consommation responsables, la responsabilité partagée, la solidarité, la participation et l'engagement citoyen, le principe de précaution, et le principe de subsidiarité⁴. Ainsi, le développement durable implique une gestion responsable des activités humaines afin de limiter leur impact environnemental. Les pays développés assument la responsabilité principale des actions à entreprendre au niveau international pour favoriser le développement durable, prenant en compte les générations actuelles et futures (Domen 2024). La réussite de cette démarche repose sur l'engagement des acteurs privés comme publics et sur des décisions stratégiques prises à l'échelle locale pour en assurer l'efficacité.

Le développement durable s'articule autour de quatre piliers :

sur le plan économique, il vise une croissance maîtrisée qui tienne compte des limites écologiques ;

sur le plan social, il cherche à réduire les inégalités et à promouvoir une répartition équitable des richesses ;

sur le plan environnemental, il entend préserver les écosystèmes, limiter la surexploitation des ressources naturelles et favoriser les énergies renouvelables ;

sur le plan culturel, introduit en 2010, il valorise la diversité culturelle comme un levier essentiel de développement.

³ « Le Rapport Brundtland, la définition du développement durable », consulté le 15 mars 2025, <http://www.vedura.fr/developpement-durable/cadre/rapport-brundtland>

⁴ Cécile Duclaux-Monteil Ott, Ph. D. https://www.objectif2030.org/media/modules_pdf/MOOC_module-1_web_6Z30Je0.pdf, consulté le 15 mars 2025

En 2000, les Nations Unies ont défini les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD), adoptés par 189 pays. Ces objectifs portent sur la préservation de l'environnement, la promotion de l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes, la réduction de la mortalité infantile, l'élimination de l'extrême pauvreté et de la faim, l'accès universel à l'éducation primaire, l'amélioration de la santé maternelle, la lutte contre le VIH/sida, le paludisme et d'autres maladies, ainsi que la mise en place d'un partenariat mondial pour le développement. Ils traduisent une volonté collective de limiter l'impact des activités humaines sur l'environnement tout en réduisant les inégalités entre les pays.

En 2015, lors du Sommet spécial pour le développement durable, de nouveaux objectifs à l'horizon 2030 ont été adoptés : les Objectifs de Développement Durable. Ces derniers poursuivent et complètent les OMD, notamment en comblant les manques dans les domaines de la santé maternelle, néonatale et infantile. Les ODD visent à éradiquer la pauvreté et la faim, réduire les inégalités, promouvoir des sociétés pacifiques, justes et inclusives, tout en assurant une gestion durable de la planète et de ses ressources. Ils encouragent également une croissance économique durable et partagée.

Aujourd'hui, le développement durable constitue une référence centrale dans les discours politiques. Cette notion s'est progressivement imposée dans le domaine du tourisme, en réponse aux enjeux environnementaux, sociaux et territoriaux auxquels sont confrontés de nombreux espaces. Lorsqu'il est pensé et encadré de manière responsable, le tourisme peut devenir un vecteur de développement territorial durable. Il peut contribuer notamment au soutien de l'économie locale, à la valorisation des ressources culturelles et à une meilleure répartition des flux touristiques à l'échelle des territoires.

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) définit le tourisme durable comme une forme de tourisme qui « *tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux, actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* »⁵.

⁵ « Tourisme de développement durable | ONU Tourisme », consulté le 15 mars 2025, <https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>.

Cette approche favorise la création d'emplois locaux tout en mettant en valeur les spécificités culturelles et naturelles des lieux visités.

Dans les espaces ruraux, le tourisme peut participer à la revitalisation de territoires en déclin démographique, à condition de s'inscrire dans une logique d'ancrage territorial. Le développement territorial durable s'appuie sur une mobilisation ciblée de ressources, une construction collective d'un projet commun, et une gouvernance locale fondée sur l'ouverture et le partenariat. Dans cette optique, le tourisme peut devenir un outil de coopération entre acteurs publics et privés, stimulant l'innovation sociale, la structuration de filières locales et le renforcement du tissu économique. Des dispositifs tels que les Parcs naturels régionaux ou les labels territoriaux permettent d'encadrer ces initiatives dans une démarche cohérente de développement durable, adaptée aux spécificités des territoires concernés.

Toutefois, ce potentiel ne se réalise que si les effets négatifs du tourisme sont anticipés et régulés : spéculation foncière, congestion, artificialisation des sols, inégalités d'accès aux bénéfices. Le rapport de France Stratégie de 2021⁶ souligne l'importance de modèles de gouvernance territoriale inclusifs, capables de concilier croissance économique, transition écologique et justice sociale. Ainsi, l'intégration du tourisme dans des politiques locales de développement durable repose sur une vision stratégique, une évaluation des capacités d'accueil, et un suivi rigoureux de ses impacts multidimensionnels.

2. La coopération transfrontalière dans l'Union européenne

Notre étude porte sur un territoire transfrontalier dont nous allons analyser les enjeux spécifiques. Afin de mieux en saisir les dynamiques, il est nécessaire de revenir brièvement sur l'histoire de la construction européenne, qui a fortement influencé les logiques de coopération et d'intégration à l'échelle de ces espaces.

⁶ éclairer, proposer évaluer, France energie 2021 [rapport_dactivite_2021_de_france_strategie_-_juin_2022.pdf](#)

2.1 Des origines de la CEE à l'intégration économique et politique de l'Union européenne

Le 25 mars 1957, le Traité de Rome fonde la Communauté économique européenne (CEE). Dès son préambule, il affirme la volonté de renforcer l'unité économique des États membres, en assurant un développement harmonieux et en réduisant les inégalités régionales⁷.

Quelques années plus tard, en 1967, la Commission européenne crée une direction générale dédiée à la politique régionale, posant ainsi les bases d'une action communautaire en faveur de la cohésion territoriale. Puis, en 1975, cette ambition se concrétise avec la création du Fonds européen de développement régional (FEDER). Ce fonds a pour objectif de corriger les déséquilibres régionaux, notamment ceux liés au sous-emploi, à la transformation industrielle ou à la prédominance agricole (Curzi, Delecrosse, et Moyse 2016).

Parallèlement, la question de la libre circulation progresse également. En 1985, cinq pays de la CEE (Allemagne, Belgique, France, Luxembourg et Pays-Bas) signent les accords de Schengen, instaurant ainsi un espace sans frontières intérieures. Ces accords, complétés en 1990, entrent en vigueur en 1995 et assurent la libre circulation des personnes entre États signataires. Ensuite, en 1997, ils sont intégrés au traité d'Amsterdam, devenant dès lors une composante du droit communautaire⁸. En parallèle, l'intégration européenne se poursuit avec l'Acte unique européen⁹, signé en 1986 par les douze États membres (Allemagne de l'Ouest, Belgique, France, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Danemark, Irlande, Royaume-Uni, Grèce, Espagne et Portugal). Ce texte marque une relance majeure du projet européen, en posant les bases du marché intérieur à travers les quatre libertés fondamentales : libre circulation des personnes, des biens, des services et des capitaux. Dans ce cadre, l'article 130 introduit pour la première fois la notion de « cohésion économique et sociale », affirmant que l'Union doit œuvrer à un développement équilibré de l'ensemble de son territoire.

⁷ Histoire de l'Union européenne – 1945-1959 | Union européenne, https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/history-eu/1945-59_fr, consulté le 30 avril 2025.

⁸ « Comment fonctionne l'espace Schengen ? », *Touteleurope.eu*, consulté le 30 avril 2025, <https://www.touteleurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/le-fonctionnement-de-l-espace-schengen/>.

⁹ EUROPE Rédaction Toute l', 2020, *L'Acte unique européen (1986)*, <https://www.touteleurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/l-acte-unique-europeen-1986/>, 15 juin 2020, consulté le 30 avril 2025.

Quelques années plus tard, le traité de Maastricht¹⁰, entré en vigueur le 1er novembre 1993, constitue une nouvelle étape clé. Il transforme la CEE en une Union européenne structurée autour de trois piliers :

- la Communauté européenne, avec des compétences supranationales élargies ;
- la politique étrangère et de sécurité commune (PESC) ;
- la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures (JAI).

Ainsi, ce traité marque un tournant vers une intégration à la fois économique et politique.

Enfin, l'adoption de la monnaie unique, l'euro, le 1er janvier 1999, parachève l'Union économique et monétaire (UEM). Elle s'accompagne de la création d'une Banque centrale européenne (BCE), renforçant encore l'intégration économique au sein du marché unique.

2.2 La politique de cohésion européenne : une nouvelle dynamique pour les régions transfrontalières

La politique de cohésion, initialement appelée politique régionale, a émergé au sein de la CEE afin de réduire les inégalités entre les régions d'Europe. Selon ses concepteurs,

« en réduisant les disparités entre les régions, [elle] permettra d'améliorer le fonctionnement du marché intérieur et évitera que l'effacement des frontières ne produise des effets négatifs sur l'économie des régions les moins favorisées ou confrontées à des problèmes de reconversion économique. » (Curzi, Delecasse, et Moyse 2016 p8)

L'Acte Unique de 1986 consacre les traités à la politique de cohésion qui sera complétée par la stratégie de Lisbonne de 2007 en lui ajoutant une dimension territoriale¹¹.

¹⁰ « Le traité de Maastricht (1992) », [Touteurope.eu](https://www.touteurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/le-traite-de-maastricht-1992/), consulté le 30 avril 2025, <https://www.touteurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/le-traite-de-maastricht-1992/>.

¹¹ Arthur Olivier, « Qu'est-ce que la politique de cohésion de l'Union européenne ? », *Touteurope.eu* 24 septembre 2024, <https://www.touteurope.eu/l-europe-en-region/qu-est-ce-que-la-politique-de-cohesion-de-l-union-europeenne/>.

Par ailleurs, avec l'élargissement de l'Union vers l'Est, les priorités de cette politique évoluent : il ne s'agit plus seulement de réduire les écarts de développement, mais également de renforcer la compétitivité globale de l'Europe dans une économie mondialisée.

Cependant, cela ne suffit pas à faire émerger un territoire transfrontalier. Celui-ci suppose une appropriation collective, une gouvernance partagée et une vision commune du développement. Cette territorialisation se construit à travers des projets intégrés, portés par des acteurs investis autour d'intérêts convergents. Contrairement à l'« espace », notion descriptive, le « territoire » implique un projet politique et social ancré localement (Denert et Hurel 2000).

Depuis les années 2000, la politique de cohésion intègre également un objectif de coopération territoriale, notamment grâce aux programmes Interreg (Curzi, Delecosse, et Moyse, 2016 p8), qui soutiennent :

- la coopération transfrontalière entre régions limitrophes,
- la coopération transnationale à l'échelle de grands espaces,
- la coopération interrégionale, favorisant l'échange de bonnes pratiques entre les régions européennes.

Cette approche repose donc sur une gouvernance multi-niveaux, associant institutions européennes, États, collectivités locales et acteurs socio-économiques. Comme le souligne l'OCDE (Organisation de Coopération et Développement économiques) : « *une bonne coopération entre ces niveaux de gouvernement favorise la réussite des politiques et ainsi le développement régional* ». ¹²

Ensuite, afin de renforcer cette coopération, les groupements européens de coopération territoriale (GECT) ont été créés comme outil juridique permettant aux collectivités de porter des projets transfrontaliers et de mettre en œuvre des programmes financés dans le cadre de la politique de cohésion. Ils constituent ainsi : « *l'organe de coopération le plus abouti [...] pour porter une stratégie d'intégration territoriale* » (Marcori 2011 in Curzi, Delecosse, et Moyse 2016 p17).

¹² « Gouvernance multi-niveaux », consulté le 20 mai 2025, <https://www.oecd.org/fr/themes/gouvernance-multi-niveaux.html>.

Pour la période 2021-2027, environ 379 milliards d'euros (soit près d'un tiers du budget total de l'UE) sont ainsi alloués à la politique de cohésion¹³, répartis entre quatre grands fonds :

- Le FEDER, qui finance des projets dans les domaines des transports, du numérique, de l'innovation, des PME ou de l'environnement ;
- Le Fonds social européen (FSE), qui soutient l'emploi, la formation professionnelle et l'inclusion sociale ;
- Le Fonds de cohésion, destiné exclusivement aux États membres dont le revenu est inférieur à 90 % de la moyenne européenne, pour des projets d'infrastructures, de transports ou d'énergie ;
- Le Fonds pour une transition juste (FTJ), créé en 2021, pour accompagner les territoires touchés par la transition écologique, notamment sur le plan social et économique.

Dans une perspective de réduction des disparités régionales, la politique de cohésion de l'Union européenne constitue un levier essentiel pour soutenir le développement des territoires, en particulier dans les régions transfrontalières.

3. Dynamiques transfrontalières : identités, pratiques et enjeux touristiques

Les pratiques transfrontalières se distinguent des pratiques nationales. En effet, les habitants des zones frontalières développent une identité propre, façonnée par leur position géographique. C'est dans ce contexte que les identités transfrontalières deviennent des enjeux de développement potentiellement touristiques.

3.1 Les identités transfrontalières comme enjeu de développement

L'ouverture des frontières en Europe a profondément modifié les dynamiques frontalières, en facilitant la mobilité des personnes, des biens et des services. Dans certains cas, elle réduit le "temps de passage" et intègre les zones limitrophes dans

¹³ OLIVIER Arthur, 2024, *Qu'est-ce que la politique de cohésion de l'Union européenne ?*, <https://www.touteleurope.eu/l-europe-en-region/qu-est-ce-que-la-politique-de-cohesion-de-l-union-europeenne/>, 24 septembre 2024, consulté le 20 mai 2025.

une continuité fonctionnelle. Ces espaces deviennent alors des lieux d'échange et de coopération, structurés par les interactions quotidiennes (Hamez, 2020).

La construction de ces territoires repose sur des relations durables entre institutions, collectivités et société civile. Elle s'incarne dans des périmètres modulables, selon les enjeux à traiter : gestion des ressources, offre de services, développement économique ou culturel. La frontière devient un vecteur d'organisation territoriale plutôt qu'une ligne de séparation. Les coopérations transfrontalières, en transcendant les limites administratives, engendrent un espace relationnel nouveau, façonné par des pratiques communes et un sentiment d'appartenance partagé (Dayez, Leloup, Verger, 2007).

Vivre en zone frontalière révèle une tension entre ouverture vers l'extérieur et besoin d'ancrage. Les habitants, par leurs usages et pratiques, transforment ces zones en espaces de vie concrets. Ces territoires deviennent ainsi des systèmes d'interdépendance dynamiques, pouvant évoluer vers une forme de gouvernance partagée (Simi, 2020). Ces identités transfrontalières hybrides, construites à la croisée de deux cultures ou plus, renforcent la cohésion sociale au sein de ces espaces complexes et facilitent la gouvernance partenariale. Markus Perkmann (2003), dans son étude sur les eurorégions, montre que la volonté de coopérer va au-delà des identités partagées telles que la culture, la langue ou l'histoire (Durà, Berzi, et Noferini 2019 p 10).

3.2 Usages sociaux et pratiques différenciées de la frontière : entre contrainte et ressource touristique

Les mobilités transfrontalières désignent les déplacements liés à l'emploi, aux achats ou aux loisirs, impliquant le passage d'une frontière nationale. Dans les zones frontalières de l'Europe, ces mobilités sont devenues fréquentes, presque des banalités (Belkacem et al. 2022).

Cette répétition du passage d'un État à l'autre façonne un rapport singulier à l'espace frontalier, ancré dans le quotidien. Les classes populaires sont souvent les premières à investir ces mobilités, en tirant profit des différentiels économiques ou réglementaires (alcool, tabac, fêtes, santé), développant ainsi des pratiques

transfrontalières tactiques plutôt qu'un véritable « habitus transnational » au sens cosmopolite (Clément 2022 p172).

Comme le souligne Grimson (2002), « *ce qui se passe d'un côté de la frontière affecte nécessairement l'autre côté* » : les échanges sociaux, commerciaux ou culturels participent d'un système dynamique d'influences réciproques (Simi 2020). Ainsi, dans le Nord Est de la France, sortir en Belgique pour consommer ou faire la fête est une pratique transmise entre générations, particulièrement dans les milieux populaires.

Cette familiarité avec la frontière s'exprime aussi par une connaissance fine des différences pratiques : variation des prix, contrôle policier, habitudes locales. Même si les jeunes générations n'ont pas connu les postes de douane ni les monnaies nationales, elles restent socialisées à des repères matériels et symboliques de l'État, perceptibles dans leur quotidien (Clément 2022).

Enfin, si l'intégration européenne semble avoir atténué la perception des frontières, ces dernières n'ont pas disparu pour autant. Elles réapparaissent sous des formes « allégées » mais persistantes, notamment au moment de s'installer dans le pays voisin, ou lors d'interactions institutionnelles plus formelles. Pour les classes populaires, ce n'est pas tant l'effacement de la frontière qui prévaut que la capacité à en jouer, à la négocier, à l'intégrer comme un élément structurant de leur mobilité.

Dans le domaine du tourisme, la frontière représente à la fois un frein et un levier. D'un côté, elle peut constituer un obstacle en raison de barrières symboliques, administratives ou linguistiques. Les acteurs locaux, en particulier les petites structures, se heurtent souvent à des cadres réglementaires divergents, à un manque de coordination des systèmes de transport ou encore à l'absence de plateformes de réservation transfrontalières¹⁴.

Par ailleurs, la distance spatiale et temporelle entre deux points situés de part et d'autre de la frontière peut compliquer la mise en œuvre de projets touristiques conjoints, en raison des temps de trajet ou des faibles interconnexions.

Enfin, les différences de fonctionnement entre institutions et organismes des deux côtés constituent un autre défi, en effet « *il faut essayer de mettre en place une gouvernance et surtout un mode de travail, un peu unique pour essayer d'avancer*

¹⁴ *The Unseen Barriers to Seamless Cross-Border Travel in the EU* | EU Tourism Platform, <https://transition-pathways.europa.eu/articles/unseen-barriers-seamless-cross-border-travel-eu?utm> consulté le 30 avril 2025.

*efficacement sur la mise en œuvre des actions »*¹⁵. De l'autre côté, la frontière représente une ressource culturelle et marketing. Elle suscite la curiosité des visiteurs attirés par l'« ailleurs proche », facilite l'émergence de circuits bi-nationaux ou d'événements transfrontaliers¹⁶. Elle permet également de valoriser un patrimoine partagé, dans une logique de complémentarité : gastronomie, paysages, langue ou histoire¹⁷. Dans ce cadre, la frontière devient un levier de différenciation touristique, qui alimente des stratégies de développement local, à condition qu'elles s'ancrent dans les pratiques concrètes des habitants et qu'elles bénéficient d'un soutien institutionnel adapté.

En conclusion, le tourisme, qu'il soit dit alternatif ou plus traditionnel, constitue un levier de développement territorial dès lors qu'il génère des retombées économiques locales tout en respectant les équilibres environnementaux et les dynamiques sociales du territoire.

Dans ce contexte, la coopération transfrontalière, soutenue notamment par la politique de cohésion de l'Union européenne, joue un rôle clé. Elle permet de dépasser les barrières nationales pour co-construire des projets communs dans les domaines économique, environnemental ou social. Des programmes comme INTERREG offrent un cadre et des financements concrets pour développer un tourisme durable à l'échelle des régions frontalières.

Les usages et représentations de la frontière varient selon les milieux sociaux, mais celle-ci reste un repère structurant du quotidien. Toutefois, malgré les bénéfices de la coopération, sa mise en œuvre peut se heurter à des difficultés pratiques liées à la divergence des cadres administratifs, juridiques et culturels entre les pays concernés. Cela impose la création de formes de gouvernance adaptées et partagées pour faire émerger une véritable dynamique territoriale transfrontalière.

¹⁵ entretien exploratoire effectué en mai 2025 avec un expert du GEIE (Annexe D)

¹⁶ *Tourisme transfrontalier : une évidence, mais pas si simple à mettre en œuvre*, <https://www.banquedesterritoires.fr/tourisme-transfrontalier-une-evidence-mais-pas-si-simple-mettre-en-oeuvre>, 15 avril 2016, consulté le 30 avril 2025.

¹⁷ entretien exploratoire effectué en mai 2025 avec un expert du GEIE (Annexe D)

Chapitre 2 : Comprendre le tourisme de l'itinérance douce : définitions, dynamiques et acteurs

Dans un contexte de transition écologique et de recherche de nouvelles formes de mobilité, l'itinérance douce et le tourisme lent suscitent un intérêt croissant, tant de la part des voyageurs que des territoires. Ces pratiques, centrées sur la lenteur, la proximité et la durabilité, s'inscrivent en rupture avec les logiques traditionnelles du tourisme de masse. Elles englobent une diversité de modes de déplacement – à pied, à vélo, à cheval ou encore par voie fluviale – et participent à redéfinir les rapports entre tourisme, espace et temporalité.

Ce chapitre vise dans un premier temps à clarifier les notions d'itinérance douce tout en présentant les principales formes que prend le tourisme itinérant. Il s'agira ensuite d'analyser le lien entre ces pratiques et les dynamiques de développement territorial, en mettant en lumière les transformations qu'elles induisent. Enfin, l'évolution récente de l'offre et de la demande dans ce secteur sera abordée, ainsi que le rôle des acteurs institutionnels, dont la coordination s'avère essentielle pour structurer et accompagner ce modèle touristique en plein essor.

1. Cadrage conceptuel: tourisme fluvestre et tourisme itinérant

Pour bien cerner notre sujet, il convient de poser un cadre conceptuel autour des notions de tourisme fluvestre et de tourisme itinérant. Ces deux formes de tourisme, souvent complémentaires, s'inscrivent dans une logique de mobilité douce et de valorisation des territoires traversés. Comprendre leurs spécificités permet de mieux appréhender les enjeux liés à leur développement en contexte transfrontalier.

1.1 Le tourisme itinérant

L'itinérance englobe les termes "itinéraire" et "errance". L'itinéraire est une voie matérielle empruntée par les individus pour se déplacer d'un lieu à un autre et l'errance constitue l'action d'aller là et là sans s'établir nulle part (Bosc 2022). L'itinéraire doit être doté d'une signalétique homogène et continue ainsi que mettre en valeur les points d'intérêt touristiques tout au long du parcours.

Le tourisme itinérant repose sur le déplacement d'un lieu à un autre, en traversant villages et vallées selon des itinéraires définis, avec un hébergement et un accueil adapté à chaque étape. Selon le sociologue Jean Corneloup, le terme d'itinérance est un néologisme apparu initialement dans une perspective sociale pour décrire la situation de personnes en difficulté d'intégration, avant de s'étendre au domaine du tourisme¹⁸. Aujourd'hui, cette notion qualifie « *un déplacement d'au moins deux nuits passées dans des hébergements différents.* »

Par ailleurs, il explique que « *les itinérances apportent une ouverture sur la vie sociale et une possibilité de réenchanter les pratiques et les imaginaires de nos campagnes* »¹⁹. Cette vision met en lumière les enjeux du tourisme itinérant et s'inscrit dans une dynamique de découverte.

D'après Corneloup, l'itinérance implique le choix d'un mode et d'une forme de déplacement adaptés. Elle établit une relation particulière avec la nature, les autres, la culture et la symbolique des lieux, en fonction du projet de voyage et des expériences vécues en chemin. Se perdre, affronter des aléas météorologiques ou logistiques fait partie intégrante de l'expérience itinérante, marquée par une certaine imprévisibilité. Cette approche se retrouve dans des pratiques du quotidien comme la chasse, la cueillette de champignons, la randonnée ou encore la course nature. Le tourisme itinérant s'appuie sur un imaginaire fort, où l'accroche thématique joue un rôle clé dans l'attractivité de l'offre.

Les touristes itinérants privilégient les périodes hors affluence, en particulier les ailes de saison. Environ la moitié des randonneurs et cyclistes empruntant les chemins français ou les véloroutes européennes choisissent ces périodes moins fréquentées. Ces voyageurs recherchent des hébergements marchands offrant un niveau de service élevé, avec des équipements adaptés comme un garage à vélo, un kit de réparation, des paniers-repas ou encore un accès à internet²⁰. Les profils de voyageurs sont variés. La majorité des pratiquants est autonome en effet, seulement 5 à 10 % d'entre eux font appel à des intermédiaires. Cette tendance s'explique par

¹⁸ *ibid.*

¹⁹ Corneloup Jean, "l'itinérance une pratique récréative en mouvement" Cahier Espaces 112, avril 2012, file:///C:/Users/Hp/Downloads/l-itinerance-pratique-recreative-mouvement.pdf

²⁰ Faure Muriel, "l'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre" revue Espaces 340, février 2018, file:///C:/Users/Hp/Downloads/revue-espaces-tourisme-loisirs-visite-lieux-alternatifs-patrimonialisation-tourisme-itinerant-doux.pdf

la volonté de maîtriser son budget, notamment pour des séjours plus longs. La flexibilité est un autre élément central : environ 20 % des cyclistes modifient leur itinéraire en cours de voyage.

Néanmoins ce secteur rencontre cependant plusieurs défis. Il reste difficile de s'affranchir du schéma hebdomadaire, et la dépendance à la météo génère une incertitude pour les hébergeurs. Selon Christophe Revéret, il y a une différence entre les prestataires souhaitant faire de la clientèle itinérante une priorité et ceux qui considèrent cette activité comme un complément. La structuration de l'offre repose sur les premiers, tandis que les seconds interviennent principalement en solution de repli lorsque les premiers ne peuvent répondre à la demande. De plus, les territoires, bien qu'organisant leur propre offre, peinent à proposer des démarches de commercialisation en formule tout compris²¹.

1.2 Les différentes formes d'itinérance

Le tourisme itinérant constitue un enjeu stratégique pour la destination France, porté par un engouement croissant pour les modes de voyage doux tels que la marche, le vélo, le cheval ou la navigation fluviale.

À titre d'exemple, la France ambitionne de devenir la première destination mondiale du tourisme à vélo d'ici 2030. Parallèlement, la Fédération française de la randonnée souhaite faire de la pratique pédestre un levier clé pour développer les sports de nature, renforcer le lien social et accompagner la transition écologique.

1.2.1 Le tourisme équestre

Le tourisme équestre est une forme à part entière de tourisme itinérant. Le Comité National de Tourisme Équestre (CNTE), acteur majeur du secteur, estime que plus d'un million de cavaliers français le pratiquent, et souligne l'intérêt croissant d'une clientèle internationale. Avec plus de 2 500 établissements et associations, 350

²¹ Révéret Christophe, "Construire et mettre en marché une offre de tourisme itinérant, pas si facile..." revue Espaces 340, février 2018
file:///C:/Users/Hp/Downloads/revue-espaces-tourisme-loisirs-visite-lieux-alternatifs-patrimonialisation-tourisme-itinerant-doux.pdf

centres de tourisme équestre labellisés, et un réseau impressionnant de 80 000 km de sentiers, la randonnée à cheval connaît aujourd'hui un véritable essor²².

Pourtant, cette offre reste encore relativement confidentielle, surtout connue des passionnés et spécialistes. Selon les professionnels du secteur, le tourisme équestre pourrait devenir un levier économique à condition de mieux répondre aux attentes d'un public plus large. Le CNTE précise d'ailleurs que deux tiers des pratiquants ont un niveau technique avancé, et que l'équitation est une activité de loisirs particulièrement prisée par les classes moyennes et les cadres²³.

Depuis 2000, le CNTE œuvre à la promotion du tourisme équestre au sein de la Fédération Française d'Équitation. En 2015, il a lancé une démarche de labellisation des grands itinéraires équestres pour renforcer leur attractivité à l'échelle nationale et européenne. Le label permet de valoriser des routes à thématique historique, culturelle ou transfrontalière.

Le CNTE a également mis en place plusieurs labels visant à structurer l'offre :

- Le label "Centre de Tourisme Équestre", qui identifie les établissements spécialisés dans les promenades, randonnées ou séjours à cheval.
- Le label "Cheval Étape", qui s'adresse aux structures capables d'accueillir des chevaux et poneys pour une nuit, en hébergement intérieur ou extérieur.

Depuis 1961, la Fédération Française d'Équitation organise l'Équirando, le plus grand rassemblement européen de tourisme équestre. Cet événement réunit chaque année entre 1 500 et 2 000 cavaliers venus de toute la France et d'Europe, à l'occasion d'un bivouac de trois jours. Les participants, appelés "Équirandins", rejoignent le lieu de rassemblement à cheval après une randonnée d'approche. Certains préparent leur itinéraire plusieurs semaines, voire plusieurs mois à l'avance, incarnant l'esprit du tourisme équestre itinérant.

²²Faure Muriel, "l'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre" revue Espaces 340, février 2018,

²³ la fédération française d'équitation, le tourisme équestre en France, 2022 [plaquette-web-tourisme-equestre-en-france-2022.pdf](#)

1.2.2 La randonnée en canoë

La pratique de la randonnée en canoë sur les rivières et lacs de France suscite un intérêt croissant. Face à cette demande, les acteurs professionnels du secteur s'organisent progressivement, et de nombreux sites proposent désormais des offres en itinérance. Cette forme de déplacement doux s'annonce comme l'une des plus porteuses pour les années à venir, sous réserve d'un encadrement adéquat par les opérateurs touristiques et les collectivités territoriales, notamment à travers la mise en place d'itinéraires aménagés, balisés et sécurisés²⁴.

Plusieurs structures proposent des séjours en canoë, incluant des options d'hébergement ou de bivouac, généralement entre les mois d'avril et d'octobre. À titre d'exemple, Canoë France ou encore le tour opérateur "Le Club Chilowé" commercialisent des expériences en itinérance, mettant en avant la liberté offerte par ce mode de déplacement. D'autres tours opérateurs comme travelbase²⁵ proposent des formules combinées, appelées "packrafts", mêlant randonnée pédestre et navigation, destinées à un public plus sportif. Ces aventures sont encadrées par des guides professionnels, afin de garantir un niveau de sécurité pour les participants.

Toutefois, les activités touristiques liées aux sports d'eaux vives sont particulièrement exposées aux aléas climatiques. L'augmentation des températures, la modification des débits des cours d'eau, l'élévation du niveau de la mer ou encore la fréquence accrue des inondations constituent autant de facteurs susceptibles d'impacter la sécurité des pratiquants ainsi que la viabilité économique des prestataires. En période de sécheresse ou lors de fortes chaleurs, la pratique de la randonnée en canoë peut devenir difficile, voire impossible. Ces événements tendent à se répéter de manière plus fréquente, soulignant une fragilité croissante de cette activité face au changement climatique²⁶.

²⁴ Faure Muriel, "l'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre" revue Espaces 340, février 2018,

²⁵ *Packraft et rando dans les Ardennes avec Travelbase*, <https://travelbase.fr/trip/le-packraft-trail-ardennes/>, consulté le 23 avril 2025.

²⁶ « Changement climatique et sports de nature : comment s'adapter ? » Consulté le 23 avril 2025. <https://www.sportsdenature.gouv.fr/changement-climatique-et-sports-de-nature-comment-sadapter>

Dans ce contexte, les professionnels sont amenés à adapter leur offre. Cela peut passer par une diversification des parcours, l'intégration de segments pédestres le long des berges afin de limiter l'impact sur les milieux aquatiques, ou encore la proposition d'itinéraires plus courts et moins exigeants physiquement. Ces ajustements visent à maintenir l'attractivité de l'activité tout en répondant aux enjeux de durabilité environnementale et de confort pour les usagers²⁷.

1.2.3 Le tourisme à vélo : le cas de la Loire à vélo

L'offre cyclotouristique française s'articule aujourd'hui autour de trois types d'aménagements distincts. D'une part, les véloroutes constituent des itinéraires linéaires destinés aux cyclistes sur moyennes et longues distances, pouvant avoir une portée départementale, régionale, nationale ou européenne. Selon l'association Vélo & Territoires, ces infrastructures doivent être continues, jalonnées, sécurisées et adaptées à la pratique cycliste pour permettre la traversée des villes et relier efficacement les régions entre elles. D'autre part, les voies vertes sont définies par l'article R. 110-2 du Code de la route comme des routes exclusivement réservées à la circulation des véhicules non motorisés, des piétons et des cavaliers. Enfin, les boucles cyclables forment des circuits balisés et sécurisés dont le point de départ et d'arrivée coïncident, généralement conçues pour une pratique à la journée permettant la découverte de sites d'intérêt touristique²⁸.

Cette offre structurée est le fruit d'un développement récent. En effet, dans les années 1990, le tourisme à vélo demeurait embryonnaire en France, contrastant fortement avec l'Allemagne et les Pays-Bas où cette pratique était déjà largement développée. À cette époque, la France constituait une destination de cyclotourisme prise uniquement par les tours opérateurs, l'itinérance restant réservée aux "aventuriers" expérimentés²⁹.

Dès 1998, les départements ont entrepris le développement d'itinéraires cyclables pour répondre à plusieurs enjeux territoriaux. Premièrement, la réutilisation

²⁷ « Rafting, canyoning, kayak... comment les activités d'eaux s'adaptent au réchauffement climatique - Le Parisien ». Consulté le 23 avril 2025. <https://www.leparisien.fr/environnement/rafting-canyoning-kayak-comment-les-activites-deaux-sadaptent-au-rech-auffement-climatique-05-07-2022-S67FQWQPJF4RCFCAZOULCOUBM.php>.

²⁸ Développer le tourisme à vélo dans les territoires, 2021 https://www.velo-territoires.org/wp-content/uploads/2021/10/TAVTERR_misejour.pdf, consulté le 4 mars 2025

²⁹ Camille Thomé "La France à vélo, une destination en construction" revue Espaces n°340 février 2018

d'infrastructures désaffectées, notamment les voies ferrées et canaux abandonnés, offrait de nouvelles opportunités d'aménagement. Deuxièmement, la nécessité de gérer la pression touristique littorale incitait les collectivités à proposer des alternatives de mobilité. Troisièmement, la promotion de la mobilité douce via les voies vertes s'inscrivait dans une démarche environnementale émergente³⁰.

L'adoption du Schéma national des véloroutes et voies vertes en comité interministériel d'aménagement du territoire en 1998 a formalisé ces initiatives pionnières dispersées sur le territoire. Ce schéma a notamment permis d'obtenir des financements structurels via les contrats de plan État-Région, donnant une dimension institutionnelle au développement cyclotouristique. Parallèlement, la loi de 1996 sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie avait préalablement renforcé cette dynamique en imposant l'intégration d'aménagements cyclables dans tous les projets de voirie. Le schéma national français a connu une expansion à travers trois actualisations successives. Initialement établi en 1998 avec 13 000 kilomètres d'itinéraires, il a été étendu à 19 500 kilomètres en 2010, puis à 26 115 kilomètres en 2023. Actuellement, en 2025, le réseau comprend 59 itinéraires nationaux, dont 10 Eurovélo, totalisant 25 900 kilomètres de véloroutes³¹.

Cette progression s'accompagne d'une reconnaissance internationale croissante. La France s'impose désormais comme la deuxième destination mondiale pour le tourisme à vélo, derrière l'Allemagne, enregistrant plus de 9 millions de séjours cyclistes annuels. En outre, l'engouement pour cette pratique ne cesse de croître, comme l'atteste l'augmentation de 28% du trafic cyclable en 2020 malgré la crise sanitaire. Cette tendance se confirme dans les intentions de pratique, puisque 52% des Français affirment être plus attirés par le cyclotourisme qu'auparavant³².

³⁰ Camille Thomé "La France à vélo, une destination en construction" revue Espaces n°340 février 2018

³¹ « Schéma national - Vélo & Territoires », <https://www.velo-territoires.org/> (blog), consulté le 3 juillet 2025, <https://www.velo-territoires.org/schemas-itineraires/schema-national/>.

³² vélo & territoires "développer le tourisme à vélo dans les territoires" 2021 https://www.velo-territoires.org/wp-content/uploads/2021/10/TAVTERR_misejour.pdf

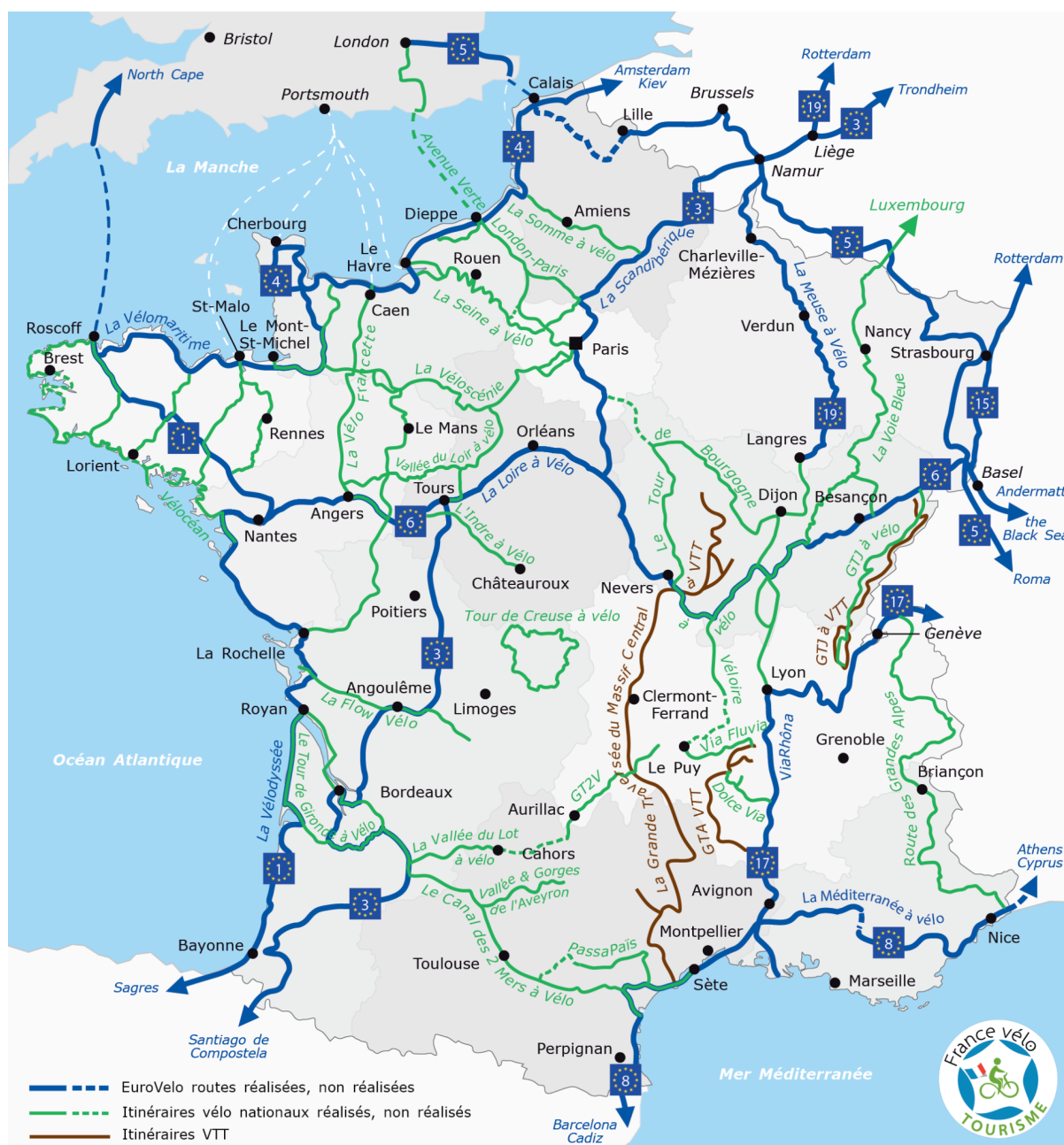


Figure 1 : Schéma des itinéraires cyclables en France

source : France Vélo Tourisme, 2021

Le cyclotourisme recouvre une grande diversité de profils, qu'il s'agisse de pratiquants itinérants, sportifs, utilitaires ou simplement en quête de loisirs.

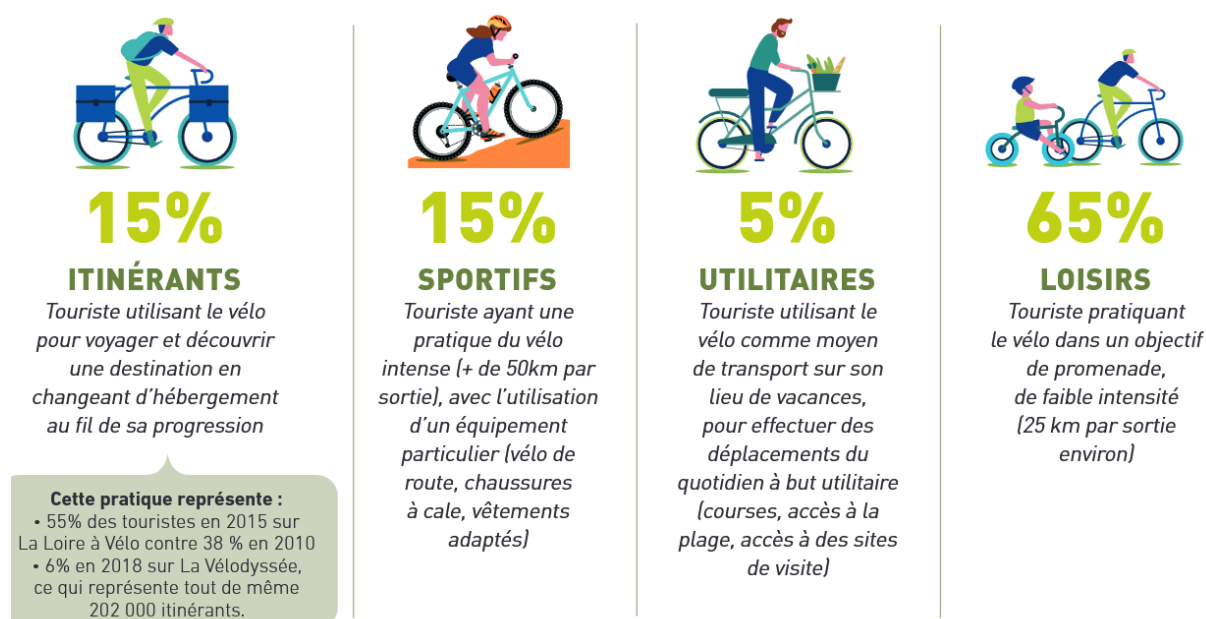


Figure 2 : Les différents profils des touristes à vélo

source : vélo & territoires "développer le tourisme à vélo dans les territoires" 2021
https://www.velo-territoires.org/wp-content/uploads/2021/10/TAVTERR_misejour.pdf

En ce qui concerne les profils des pratiquants, l'analyse révèle une segmentation claire des cyclotouristes selon leurs motivations et leurs capacités physiques. Les cyclistes de loisirs représentant 65% des pratiquants en 2021 parcourent en moyenne 27 kilomètres par jour et pratiquent cette activité de manière conviviale, 34% d'entre eux évoluant en contexte familial. En revanche, les cyclistes sportifs, 15% des pratiquants, couvrent environ 60 kilomètres quotidiennement, tandis que les cyclotouristes itinérants, 15% des pratiquants, parcourent en moyenne 65 kilomètres par jour, 24% pratiquant en famille et 37% en couple. Les femmes représentent 41% des touristes à vélo, et 42% des cyclotouristes ont entre 45-65 ans, tranche d'âge généralement associée à un pouvoir d'achat plus élevé. Cette clientèle privilégie les hébergements marchands.

Quant à l'impact économique, le cyclotourisme se révèle particulièrement avantageux pour les territoires d'accueil. Un touriste à vélo dépense en moyenne 68 euros par jour sur le territoire, soit 13 euros de plus que les autres catégories de touristes³³.

³³ Le tourisme à vélo | Direction générale des Entreprises, <https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-dactivite/tourisme/le-tourisme-velo>, consulté le 10 avril 2025.

À cet égard, l'itinéraire cyclable de La Loire à Vélo, long de 900 kilomètres, constitue un cas d'étude particulièrement révélateur. En 2022, cet itinéraire a attiré 1,8 million de cyclistes, générant 54,5 millions d'euros de retombées économiques pour les régions traversées. L'évolution des retombées illustre la dynamique positive du secteur : les dépenses quotidiennes sont passées de 68 euros en 2010 à 80 euros en 2015. Il convient de noter qu'environ 21% des cyclistes sont des touristes itinérants qui, bien qu'ils ne représentent qu'un quart des pratiquants, génèrent plus d'un tiers des retombées économiques³⁴. Toutefois, malgré ces résultats encourageants, plusieurs défis persistent. D'une part, l'insuffisance d'équipements de base constitue une préoccupation récurrente, notamment concernant les toilettes, les points d'eau et les poubelles. D'autre part, le manque de services d'assistance et de réparation représente également une lacune importante, de même que la rareté des lieux conviviaux le long des parcours. Ces déficits s'inscrivent dans une problématique plus large de coordination territoriale, le cyclotourisme itinérant nécessitant une coordination entre de nombreux acteurs publics et privés.

Malgré ces obstacles, l'infrastructure développée pour le cyclotourisme génère des externalités positives bénéficiant à l'ensemble des cyclistes. Cette approche intégrée permet aux territoires de tirer parti de l'accueil des cyclotouristes, particulièrement les destinations moins fréquentées. Au-delà de l'itinérance, le cyclotourisme englobe désormais le VTT à assistance électrique, les pratiques cyclosporives et les boucles locales, constituant une passerelle vers l'écomobilité quotidienne.

1.2.4 Le tourisme pédestre, le cas du GR34

Jean Loiseau, architecte et archiviste à la Banque de France, a parcouru des milliers de kilomètres en France et à l'étranger avec une ambition de partager au plus grand nombre sa passion pour les espaces naturels. C'est sous son impulsion qu'est né, en 1947, le Comité national des sentiers de grande randonnée (CNSGR), chargé de concevoir un réseau d'itinéraires balisés à travers le territoire. En 1955, le premier topo-guide, consacré au Tour du Mont-Blanc, est publié à 2 000 exemplaires³⁵. Petit à petit, un véritable réseau se construit, atteignant aujourd'hui

³⁴ La Loire à Vélo, étude de fréquentation et de retombées économiques 2022, région Centre Val de Loire [Synthese-ETUDE-LAV-2024.pdf](#)

³⁵ Severine Ikkawi, les sentiers de grande randonnée, soixante-dix ans d'itinérance, 2018, revue espaces 340 file:///C:/Users/Hp/Downloads/sentiers-grande-randonnee-soixante-dix-ans-itinerance.pdf

226 000 km de sentiers balisés, dont la moitié en GR®, reconnaissables grâce au marqueur blanc et rouge, devenu le signe officiel de balisage.

Rapidement, la randonnée ne se limite plus à une activité de loisir : elle devient un levier de développement local. Autour des sentiers se structurent des hébergements, des commerces et des services comme le portage des bagages ou la location d'ânes, contribuant ainsi à l'essor du tourisme vert.

En 1978, le CNSGR devient la Fédération Française de la Randonnée Pédestre (FFRandonnée), marquant un tournant décisif avec son passage sous la tutelle du ministère des Sports. Dès lors, ses missions s'élargissent : au-delà du balisage et de l'entretien des itinéraires, elle se consacre à la sécurité des randonneurs, à la formation d'animateurs et à l'assurance des pratiquants³⁶.

En 2025, la France possède un réseau de sentiers balisés de 226 000 km, dont plus de 115 000 km de sentiers de Grande Randonnée (GR)³⁷ et 110 000 km d'itinéraires de promenade et randonnée³⁸. À cela s'ajoutent des parcours emblématiques comme les GR de Pays³⁹.

³⁶ Severine Ikkawi, les sentiers de grande randonnée, soixante-dix ans d'itinérance, 2018, revue espaces 340
file:///C:/Users/Hp/Downloads/sentiers-grande-randonnee-soixante-dix-ans-itinerance.pdf

³⁷ Les sentiers de Grande Randonnée, connus sous le nom de GR®, sont des itinéraires conçus pour des randonnées de plusieurs jours, voire plusieurs semaines

³⁸ Les sentiers de Promenade et Randonnée (PR) sont conçus pour des sorties plus courtes, allant de quelques heures à une journée maximum

³⁹ Les GR® de Pays sont des itinéraires en boucle, permettant d'explorer une région typique sur plusieurs jours

RÉSEAU NATIONAL DES ITINÉRAIRES GR® ET GR® DE PAYS



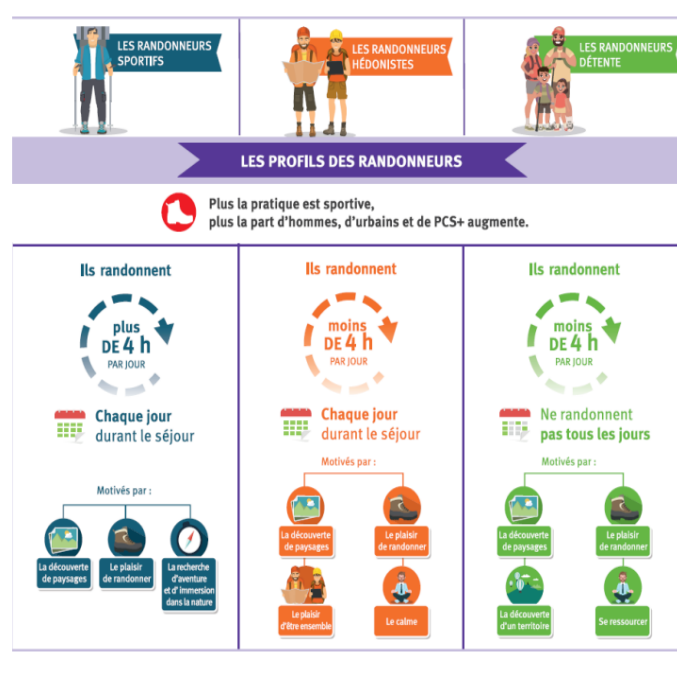
©Fédération française de la randonnée pédestre - mai 2020 - reproduction interdite

Figure 3 : Réseau national des itinéraires Gr et GR de pays

source : Fédération Française de la Randonnée Pédestre, 2024

L'intérêt pour la randonnée continue d'augmenter. En 2018, on estimait à 20 millions le nombre de marcheurs, qu'ils soient réguliers ou occasionnels, dont 2 millions d'itinérants. Trois ans plus tard, en 2021, ce chiffre est passé à 27 millions. Selon une étude réalisée en 2020, 42 % des Français pratiquent la randonnée, preuve de son ancrage dans les habitudes de loisirs. Par ailleurs, une étude économique menée sur le chemin de Compostelle a révélé qu'un randonneur y dépense en moyenne 45 euros par jour, confirmant ainsi l'impact économique de cette activité⁴⁰.

La randonnée s'impose comme la première activité sportive pratiquée par les Français en vacances. Cette tendance dépasse les frontières françaises, comme en témoigne la Wallonie, où 41,1 % des séjours marchands des Belges intègrent des randonnées. De même, une enquête auprès des Européens révèle que 35 % des Français, 65 % des Allemands et 51 % des Néerlandais ont effectué un séjour ces cinq dernières années dont la principale motivation était la randonnée pédestre⁴¹.



Etude réalisée en partenariat avec la Fédération française de la randonnée pédestre, les Comités régionaux du tourisme Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté et Occitanie, Gironde Tourisme ainsi que les Contrats de destination Massif des Vosges et Voyage dans les Alpes.

Figure 4 : Les profils des randonneurs

source : Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre, communiqué de presse Atout France, 2019 https://www.atout-france.fr/sites/default/files/imce/cp_etude_randonnee_pedestre.pdf

⁴⁰ interview de séverine ikkawi, directrice des relations extérieures de la FFR en septembre 2023 <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/randonnee-et-tourisme-quels-enjeux>

⁴¹ La randonnée pédestre en Ardennes, levier de développement touristique, ADT, 2020 <https://www.ardennes.com/app/uploads/sites/2/2024/05/etude-la-randonnee-pedestre-en-ardennes-adta-decembre-2020.pdf>

Les profils de randonneurs peuvent être classés en trois grandes catégories : les randonneurs détente, les hédonistes et les sportifs. Tandis que les sportifs sont souvent motivés par la performance, les deux premiers profils accordent une importance particulière à la sécurité des sentiers, au niveau de difficulté annoncé, à la qualité du balisage, ainsi qu'à la présence d'une offre touristique adaptée notamment en matière d'hébergement et de restauration tout au long de leur itinéraire.

Par ailleurs, les motivations à l'origine de la pratique de la randonnée s'articulent autour de quatre grands axes : le contact avec la nature, le partage et les retrouvailles, la découverte, ainsi que la recherche de bien-être et de santé. Ces différentes attentes influencent fortement le choix de la destination.

En effet, trois critères principaux entrent en jeu dans la sélection d'un lieu de randonnée : la beauté des paysages, la diversité des sentiers et le climat. Toutefois, les préférences peuvent varier selon les types de randonneurs. Ainsi, l'attractivité d'une destination ne repose pas uniquement sur la qualité de ses sentiers, mais également sur les services associés, tels que l'accueil ou la gastronomie.

Enfin, l'étude menée par Atout France en 2019 dans trois pays (France, Pays-Bas et Allemagne) révèle une surreprésentation des hommes et des catégories socio-professionnelles supérieures (CSP+) parmi les pratiquants. En outre, les randonneurs apparaissent en moyenne plus jeunes que la population nationale de leurs pays respectifs⁴².

Parmi les itinéraires emblématiques, le GR34, également appelé « chemin des douaniers » se distingue particulièrement. Long de 2 000 km, il longe les côtes bretonnes et a accueilli près de 9 millions d'usagers en 2018, dont 60 % étaient des touristes. Cette fréquentation a généré 24 millions d'euros de retombées économiques directes et 202 millions d'euros d'impacts économiques globaux pour les territoires traversés. Pour la majorité des pratiquants, le GR34 est perçu comme

⁴² Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre | Atout France, <https://www.atout-france.fr/fr/actualites/les-clienteles-du-tourisme-de-randonnee-pedestre>, consulté le 30 avril 2025.

une balade de loisirs (67 %), tandis que 26 % le considèrent comme une activité sportive, et 4 % comme un véritable parcours d'itinérance sur plusieurs jours⁴³.

Les excursionnistes représentent 40 % des pratiquants, dont 97 % sont des Bretons qui fréquentent régulièrement le sentier, souvent à raison d'une fois par semaine. Pour 36 % de la clientèle touristique, la possibilité de randonner est un critère très important dans le choix de leur séjour, ce qui confirme le rôle du GR34 comme atout touristique majeur pour la région. Les Français constituent 90 % des usagers de cet itinéraire. La durée moyenne de séjour des randonneurs est d'environ 10 jours, ce qui dépasse la moyenne des touristes en Bretagne. En moyenne, un visiteur venu pour randonner sur le GR dépense 52 euros par jour.

Parmi l'ensemble des pratiquants, les 4 % d'itinérants se distinguent par un profil plus jeune et une pratique de la randonnée sur de plus longues distances. Ils séjournent environ 9 jours en Bretagne et, dans 94 % des cas, choisissent un hébergement marchand. Leur dépense moyenne atteint 61 euros par jour, dont environ 5,5 euros sont dépensés directement le long de l'itinéraire.

En somme, qu'il soit cyclotouriste ou randonneur, itinérant ou non, ce type de visiteur dépense en moyenne davantage que l'ensemble des touristes. Il séjourne également plus longtemps sur le territoire, contribuant ainsi de manière significative à l'économie locale et aux retombées économiques des destinations traversées.

1.2.5 Le tourisme fluvial

L'exploitation touristique des voies d'eau françaises s'enracine dans une longue histoire d'aménagement hydraulique, depuis l'utilisation primitive des cours d'eau naturels jusqu'à la création systématique de canaux artificiels à partir du XVI^e siècle. Cette expansion du réseau fluvial, qui culmine au XIX^e siècle, trouve son inspiration européenne dans des réalisations emblématiques comme le canal du Midi, qui inspire notamment Francis Egerton, futur duc de Bridgewater, lors de son Grand Tour. De retour en Angleterre, ce dernier fait construire en 1765 le premier canal britannique, marquant un tournant décisif dans l'essor des voies navigables européennes (Damien 1999).

⁴³Synthèse de l'étude GR®34 - sentier des douaniers, <https://www.calameo.com/tourisme-bretagne/read/0000013153c2f2153fa27>, consulté le 15 avril 2025.

Paradoxalement, ce réseau fluvial, initialement conçu pour le transport marchand, ne bénéficie pas d'une modernisation suffisante au XXe siècle pour maintenir sa compétitivité face aux modes de transport concurrents. Cette obsolescence relative ouvre cependant la voie à une reconversion touristique qui ne s'amorce véritablement qu'à partir des années 1960, succédant aux pratiques informelles de quelques passionnés et riverains qui préfiguraient, sans en avoir conscience, les prémices du tourisme fluvial moderne (Damien, 1999).

Aujourd'hui, le réseau navigable français s'étend sur 8 500 km de fleuves, rivières et canaux. Voies navigables de France (VNF) en gère 6700 km se composant d'un réseau à grand gabarit (environ 2 400 km), adapté à la navigation commerciale de bateaux transportant plus de 1 000 tonnes, et d'un réseau à petit gabarit (dit freycinet), parcouru par des péniches de 250 à 350 tonnes⁴⁴.

L'offre touristique fluviale⁴⁵ se compose de :

- bateaux-promenades proposant des croisières sans hébergement, d'une durée allant de quelques heures à une journée complète, souvent axées sur un thème (nature, gastronomie, patrimoine).
- paquebots fluviaux, longs de 80 à 135 mètres, offrant des croisières avec hébergement pour 50 à 200 passagers. Ils naviguent sur les grands axes (Rhin-Moselle, Seine-Oise, Rhône-Saône, Garonne-Dordogne) et présentent un fort potentiel transfrontalier.
- péniches-hôtels, issues de la reconversion d'anciennes péniches de commerce, accueillent entre 4 et 50 passagers dans un confort équivalent à un hôtel 4 étoiles.
- bateaux de location (ou pénichettes), de moins de 15 mètres, permettant une navigation autonome sur le réseau freycinet. Environ 1 300 unités sont réparties sur plus de 60 bases en France, générant chaque année 600 000 journées/passagers.

⁴⁴ 2 réseaux, <https://www.vnf.fr/vnf/accueil/qui-sommes-nous-vnf/2-reseaux/>, consulté le 12 mars 2025.

⁴⁵ Produits touristiques, <https://www.vnf.fr/vnf/accueil/tourisme-fluvial/offre-touristique-fluviale/>, consulté le 12 mars 2025.

- plaisance privée, regroupant les pratiques individuelles de navigation de loisir à bord de bateaux motorisés, habitables ou non, nécessitant un permis fluvial. La durée des séjours peut varier de quelques heures à plusieurs mois.

Les croisières avec hébergement, comme les paquebots fluviaux ou péniches-hôtels, attirent majoritairement une clientèle senior, souvent anglo-saxonne et aisée. Toutefois, on observe un rajeunissement progressif, notamment sur les paquebots, avec l'arrivée de familles et d'un public plus actif. Les péniches-hôtels, autrefois centrées sur une clientèle américaine, ont diversifié leur offre après 2001 et la crise de 2008⁴⁶.

Les bateaux-promenades accueillent un public varié (familles, groupes, touristes français et étrangers). La location de bateaux sans permis séduit surtout une clientèle étrangère (deux tiers des cas), composée de familles et de seniors, tandis que la plaisance privée concerne 42 % de Français. On note aussi l'arrivée croissante de touristes venus de destinations lointaines (Australie, Afrique du Sud, Nouvelle-Zélande)⁴⁷.

Toutes ces clientèles partagent le goût pour un tourisme lent axé sur le patrimoine culturel et gastronomique, mais avec des attentes différentes : les familles recherchent des activités ludiques, tandis que les seniors privilégient calme et immersion dans la nature.

1.2.6 Le tourisme de loisirs nautiques

Le tourisme de loisirs ou nautisme léger regroupe un large éventail d'activités récréatives, touristiques et sportives pratiquées sur des embarcations légères. Il se distingue par une grande diversité de clientèles, allant des locaux aux touristes en passant par les visiteurs occasionnels. Les supports de pratique sont variés, incluant la voile, le canoë-kayak, le paddle ou encore l'aviron. Les motivations diffèrent également : certains cherchent simplement à profiter d'une sortie sur l'eau, tandis que d'autres souhaitent découvrir un territoire depuis un point de vue aquatique, pratiquer un sport ou encore s'inscrire dans une démarche d'itinérance. Les sites de

⁴⁶ Direction générale des entreprises, études économiques, les meilleures pratiques internationales du tourisme fluvial, février 2018
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/Publications/2018/dossiers-dge/2018-02-tourisme-fluvial_3.pdf

⁴⁷ *ibid.*

pratique sont tout aussi diversifiés, englobant les voies d'eau, les fleuves et les rivières, et les modes de pratique peuvent être encadrés ou autonomes⁴⁸.

D'un côté, les activités dites classiques et traditionnelles, souvent encadrées, connaissent une stagnation, voire un déclin. De l'autre, les pratiques autonomes ou locatives, se développent fortement. Parmi celles-ci, le paddle est le produit qui enregistre la plus forte croissance, tant sur le littoral qu'en eaux intérieures, principalement sous forme de location ou de pratique libre. Par ailleurs, une tendance se dessine avec l'essor des offres en milieu urbain permettant d'attirer de nouveaux pratiquants.

En somme, qu'il s'agisse de randonnée pédestre, de cyclotourisme, de tourisme équestre, de navigation fluviale ou de canoë, le tourisme itinérant constitue un levier de développement territorial. Lorsqu'il est combiné aux activités nautiques, il donne naissance à une forme de tourisme fluvestre, même si ces pratiques restent le plus souvent indépendantes. Une approche capable de mutualiser les besoins et attentes de ces différents profils de visiteurs, permettrait non seulement d'améliorer l'offre touristique, mais aussi d'accroître l'attractivité des territoires traversés.

2. L'évolution de l'offre et des pratiques du tourisme itinérant

Face à une demande touristique de plus en plus exigeante en matière de qualité, de nombreuses initiatives ont émergé pour encadrer et valoriser les pratiques du tourisme itinérant. Parmi elles, la création de nouveaux concepts d'hébergement ou la mise en place de labels spécifiques qui visent à garantir un certain niveau de prestation, à rassurer les usagers, et à promouvoir le tourisme fluvestre.

2.1 Évolution des attentes et nouveaux comportements des clientèles itinérantes

Les études menées en France et en Europe mettent en évidence une homogénéisation progressive des pratiques touristiques en matière d'itinérance douce. Qu'il s'agisse d'un randonneur, d'un cyclotouriste ou d'un plaisancier, les

⁴⁸ Direction générale des entreprises, études économiques, les meilleures pratiques internationales du tourisme fluvial, février 2018
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/Publications/2018/dossiers-dge/2018-02-tourisme-fluvial_3.pdf

motivations sont similaires : immersion dans des paysages naturels, recherche de lenteur, désir de rupture avec le quotidien⁴⁹.

L'un des traits marquants de l'évolution de la demande est l'élévation continue du niveau d'exigence des clientèles. Les voyageurs attendent désormais un haut niveau de prestation à chaque étape du parcours : hébergements confortables et bien situés, restauration de qualité mettant en avant les produits locaux, services adaptés (transfert de bagages, accès aux soins, location de matériel spécialisé, etc.). L'expérience globale du voyage devient centrale. L'itinérance n'est plus perçue comme une simple activité de plein air, mais comme un moment de reconnexion à soi, aux autres et à l'environnement. Cela positionne l'hébergement non plus comme une fonction logistique, mais comme un levier stratégique de satisfaction et de différenciation. L'ambiance, le confort, l'accueil, la dimension humaine et locale deviennent des critères déterminants⁵⁰. Le pratiquant recherche également la fluidité, il faut que ce soit simple et rapide d'effectuer un achat. Enfin, l'accessibilité à l'itinéraire devient un critère important, en effet 80% des Français vivant en aires urbaines sont habitués aux modes de transport urbains.

Le profil des clientèles évolue, les itinérants accordent une importance particulière à la sécurité des sentiers, au niveau de difficulté annoncé, au balisage et à la présence d'une offre touristique adaptée, notamment en matière d'hébergement et de restauration, tout au long de leur itinéraire. La distance entre les étapes et le type d'hébergement proposé à la nuitée joue également un rôle dans la préparation de l'itinéraire⁵¹.

Un intérêt croissant se manifeste chez les jeunes adultes et les familles. Cette jeunesse découvre la randonnée à travers des formats plus informels, souvent partagés sur les réseaux sociaux⁵².

La transformation numérique⁵³ joue également un rôle structurant dans l'évolution de la demande. Les comportements d'information, de réservation et de partage ont changé : les touristes préparent leur séjour grâce aux blogs, aux forums spécialisés

⁴⁹ Brochier Christian, Le chemin de Stevenson dans les Cévennes, les secrets d'un succès, revue Espaces n°340, 2018

⁵⁰ Steiner Julia, le Massif central prépare l'avenir de son offre d'itinérance, revue Espaces n°340, 2018

⁵¹ Farama Julien, l'itinérance non motorisée au défi du marketing, revue espaces 340, 2018

⁵² « Les jeunes fréquentent de plus en plus les sentiers, selon TF 1 - Fédération Française de la Randonnée Pédestre », consulté le 1 juillet 2025, [Les jeunes fréquentent de plus en plus les sentiers, selon TF 1 - Fédération Française de la Randonnée Pédestre](#)

⁵³ Faure Muriel, l'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre, revue espaces 340, 2018

et aux plateformes communautaires. La possibilité de consulter des traces GPS, de réserver un hébergement en quelques clics ou de suivre les retours d'expérience d'autres voyageurs transforme la manière d'anticiper et de vivre son voyage. Cette intermédiation numérique crée une autonomie nouvelle, mais aussi une attente de réactivité et de personnalisation de la part des acteurs du tourisme.

Enfin, la durée des séjours influence les logiques de choix. Plus l'itinérance est courte, plus la clientèle est issue du bassin de proximité⁵⁴. Cette dynamique s'inscrit dans le développement du tourisme de proximité, accentué par les effets de la crise sanitaire, qui a conduit de nombreux Français à redécouvrir les itinérances locales.

2.2 Une offre en mutation au service des nouvelles attentes des voyageurs

Depuis quelques années, le tourisme itinérant connaît une transformation significative, portée par l'émergence de nouveaux opérateurs et l'adaptation des offres aux nouvelles attentes des voyageurs.

Des groupes hôteliers comme Accor ont développé des nouveaux concepts, à l'image de la marque Jo&Joe, qui combine les caractéristiques de l'hôtellerie classique, de l'auberge de jeunesse et de la location entre particuliers. Cette offre vise principalement les jeunes adultes, en proposant des hébergements flexibles et des espaces collectifs favorisant les interactions sociales. Ces initiatives principalement concentrées dans les métropoles et stations touristiques peinent encore à irriguer les zones rurales pourtant traversées par de nombreux itinéraires de randonnée ou de cyclotourisme⁵⁵.

Parallèlement, les acteurs de l'équipement touristique diversifient leurs gammes de produits, donnant naissance à des marques à forte identité communautaire, qui deviennent de véritables marqueurs sociaux. L'offre de bivouac, par exemple, se structure autour de la location de tentes ou d'équipements sur site, afin de répondre à une demande croissante de confort.

Selon Julien Farama (2018), l'articulation fluide des services à chaque étape du parcours représente l'un des enjeux majeurs pour soutenir le développement du tourisme itinérant. Cela suppose la mobilisation coordonnée de l'ensemble des acteurs du territoire : hébergeurs, restaurateurs, offices de tourisme, loueurs de

⁵⁴ Farama Julien, l'itinérance non motorisée au défi du marketing, revue espaces 340, janvier février 2018

⁵⁵ Faure Muriel, l'itinérance douce, un tourisme à fort pouvoir attractif, mais complexe à mettre en oeuvre, revue espaces 340, 2018

matériel, transports publics... Une telle coordination permettrait d'optimiser l'accueil des clientèles itinérantes. L'évolution de l'offre passe par l'amélioration des équipements (toilettes, points d'eau, abris...) et la diversification des types d'hébergement présents sur l'itinéraire afin de répondre aux attentes des pratiquants⁵⁶.

Enfin, l'offre touristique itinérante s'inscrit dans une logique d'économie collaborative et d'économie de l'usage. L'économie de l'usage repose sur l'accès temporaire à un bien ou un service, selon le principe « utiliser sans posséder ». Cette approche privilégie la mutualisation des ressources (hébergements partagés, location d'équipements de randonnée, transports en commun ou partagés, etc.)⁵⁷. Par exemple, la location de matériel à l'étape, les plateformes de mise en relation entre voyageurs et hébergeurs locaux, ou encore les espaces collectifs dans les hébergements constituent des services d'économie de l'usage.

Dans ce contexte de diversification des pratiques et de développement de l'économie de l'usage, la lisibilité et la qualité de l'offre deviennent des enjeux importants pour le tourisme itinérant. Pour répondre à ces attentes, plusieurs dispositifs de labellisation ont été mis en place afin de structurer, valoriser et garantir l'adéquation des services aux besoins spécifiques des clientèles itinérantes.

2.3 Les labels comme leviers de structuration du tourisme itinérant

2.3.1 Le label Accueil Vélo

Le label Accueil Vélo⁵⁸ est un repère créé par France Vélo tourisme permettant aux cyclistes d'identifier facilement les établissements et lieux adaptés au tourisme à vélo. Créée en 2008 en Centre-Val de Loire, cette marque nationale est attribuée aux prestataires situés le long des itinéraires cyclables touristiques. En 2024, ce sont près de 7775 établissements qui portent ce label.

Pour être labellisé, un prestataire doit d'abord se situer à moins de cinq kilomètres d'un itinéraire cyclable balisé, puis répondre aux exigences du référentiel Accueil

⁵⁶ Brochier Christophe, le Chemin de Stevenson dans les Cévennes, les secrets d'un succès, revue Espaces 340, 2018

⁵⁷ *L'économie de la fonctionnalité* | Ministères Aménagement du territoire Transition écologique, <https://www.ecologie.gouv.fr/politiques-publiques/leconomie-fonctionnalite>, consulté le 22 avril 2025.

⁵⁸ "Accueil vélo, un label au service des touristes", Eliane Patriarca, février 2024
file:///C:/Users/Hp/Downloads/accueil-velo-label-service-touristes.pdf

Vélo, adaptées à son activité. Cela inclut des équipements spécifiques comme un abri sécurisé pour les vélos, un kit de réparation, ainsi que des informations et conseils sur les circuits à proximité.

Le label Accueil Vélo est aujourd'hui le plus largement diffusé en France. Cette situation s'explique par la stratégie nationale de développement du tourisme à vélo, qui incite un nombre croissant de structures touristiques à obtenir cette labellisation afin de répondre à une demande en forte progression.

2.3.2 Le Label Rando Accueil⁵⁹

Créé en 2001, le label national Rando Accueil a pour objectif d'identifier les établissements touristiques proposant un hébergement adapté aux besoins des randonneurs, qu'ils se déplacent à pied, à vélo, en VTT, à cheval, à ski ou en raquettes. Il vise à garantir la présence de services spécifiques répondant aux attentes de ces publics.

Rando Accueil est géré par l'association pour le développement du label Rando Accueil et a pour missions d'accompagner les porteurs de projet et les candidats à la labellisation à travers des actions de conseil et d'assistance, d'organiser et de promouvoir l'offre touristique, ainsi que d'assurer la labellisation et le contrôle des établissements.

Le site internet Rando Accueil dédié permet aux hébergeurs de présenter leur offre à un public ciblé, principalement composé de pratiquants d'activités de pleine nature. Rando Accueil reste peu représenté à l'échelle nationale, et particulièrement dans la région Grand Est, où l'on ne recense qu'un seul hébergement labellisé. À titre de comparaison, le seul secteur de Strasbourg compte une soixantaine d'établissements certifiés Accueil Vélo, un label plus largement diffusé.

2.3.3 Le label Pavillon Bleu⁶⁰

Créé par Teragir, association d'éducation au développement durable reconnue d'intérêt général en 1985, le Pavillon Bleu valorise chaque année les communes et les ports de plaisance qui mènent de façon permanente une politique de

⁵⁹ Espace Rando Accueil, https://www.rando-accueil.com/index.php?form=menu_ra, consulté le 5 mars 2025.

⁶⁰ Le label, <https://pavillonbleu.org/le-label/>, consulté le 5 mars 2025.

développement touristique durable. Les ports de plaisance labellisés sont des lieux où la protection de l'environnement est une priorité. Les plaisanciers ont accès à des systèmes de récupération des eaux usées des bateaux mais aussi à des zones de récupération des déchets spéciaux. Tout comme les communes, les ports de plaisance Pavillon Bleu peuvent proposer des activités environnementales pour sensibiliser plaisanciers et visiteurs à la fragilité du milieu.

Ces initiatives de labellisation de l'offre mettent en évidence la volonté de développer le tourisme itinérant sous toutes ses formes faisant partie intégrante du tourisme fluvestre. En effet les ports et haltes à la fois labellisés pavillon bleu et accueil vélo disposent des services nécessaires pour les plaisanciers comme pour les cyclotouristes.

3. Les acteurs clés du tourisme itinérant en France

Les acteurs institutionnels tels qu'Atout France, l'ADEME ou encore Voies Navigables de France (VNF) jouent un rôle clé dans le développement du tourisme itinérant et fluvestre, notamment en soutenant le financement des projets.

L'analyse se concentrera, d'une part, sur les institutions impliquées dans la promotion du tourisme à vélo et de randonnée, et d'autre part, sur l'action spécifique de VNF en matière de valorisation des voies navigables sur le territoire.

3.1 France vélo tourisme⁶¹

France Vélo Tourisme est une association créée en 2012 qui rassemble des acteurs institutionnels et des représentants d'entreprises. Son objectif est de structurer et développer le tourisme à vélo en France en mettant en avant les itinéraires cyclables et les services labellisés Accueil Vélo, en lien avec les territoires et les professionnels du secteur.

L'association se présente comme étant « au service du développement du tourisme à vélo » et s'engage à :

- organiser et structurer l'offre nationale du tourisme à vélo.
- produire des contenus spécialisés, notamment des textes et des données cartographiques.

⁶¹ « Qui sommes-nous ? », consulté le 3 mars 2025, <https://www.francevelotourisme.com/qui-sommes-nous>.

- concevoir des sites internet pour promouvoir cette offre en France et à l'étranger.
- développer et valoriser la marque Accueil Vélo.
- mettre en avant les services et produits liés au tourisme à vélo.
- diffuser ces contenus auprès des clientèles françaises et internationales.

3.2 ADN Tourisme⁶²

ADN Tourisme, créé en 2020, est le fruit du regroupement des trois fédérations historiques du tourisme institutionnel : Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions. Aujourd'hui, la fédération représente 1 200 structures et 14 200 salariés, affirmant son rôle clé dans le développement et la structuration du secteur touristique en France.

Ses missions s'articulent autour de différents axes :

- représenter les organismes de tourisme à tous les niveaux territoriaux ;
- défendre les intérêts collectifs de ses adhérents et assurer leur représentation en tant que syndicats d'employeurs, conformément au code du travail ;
- animer et fédérer le réseau des acteurs du tourisme à travers une approche territoriale et humaine ;
- accompagner les mutations, les transformations et les projets structurants du secteur
- innover pour anticiper et préparer l'avenir du tourisme.

En tant qu'acteur institutionnel majeur, ADN Tourisme s'investit dans le développement du tourisme itinérant. Par exemple, la fédération a co-organisé la Conférence nationale du tourisme à vélo 2024.

3.3 Atout France⁶³

Atout France est l'agence nationale chargée de promouvoir le tourisme en France et de renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination. Sa mission principale est de faire de la France une référence mondiale en matière de tourisme durable d'ici 2030. L'Agence œuvre en collaboration avec un collectif de partenaires,

⁶² Nos missions, <https://www.adn-tourisme.fr/qui-sommes-nous/missions/>, consulté le 3 mars 2025

⁶³ « Ambitions & Missions | Atout France », consulté le 3 mars 2025, <https://www.atout-france.fr/fr/missions>.

comprenant plus de 1 200 acteurs du secteur touristique, à la fois publics et privés. Ces acteurs sont mobilisés autour d'une feuille de route visant à transformer le secteur touristique français en le rendant plus durable et inclusif.

Atout France met en œuvre diverses actions pour soutenir le développement du tourisme, à travers plusieurs domaines d'expertise :

- Elle fournit des dispositifs de veille et de prospective qui permettent aux professionnels du secteur touristique d'anticiper les tendances et d'adapter leur offre.
- Elle accompagne le déploiement d'innovations afin de renforcer la compétitivité des offres touristiques françaises et d'améliorer l'expérience client.
- Atout France organise des formations, conférences et propose des outils destinés à renforcer les compétences des professionnels du secteur.
- Atout France accompagne la création de nouvelles offres touristiques, en particulier celles visant à être plus durables, ainsi que pour la transformation ou réhabilitation d'infrastructures existantes.
- L'Agence gère les classements des hébergements, l'immatriculation des opérateurs de voyages et la mise en place de labels qualité afin de contribuer ainsi à améliorer la satisfaction des visiteurs.
- Atout France élabore des stratégies marketing, mène des actions de communication et d'influence, et conseille ses partenaires pour renforcer la visibilité et la commercialisation des destinations françaises, tant au niveau national qu'international.

L'Agence joue un rôle actif dans la transformation du secteur en anticipant les évolutions et en proposant des solutions aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux actuels.

En 2025, l'Agence concentre ses efforts sur trois priorités principales :

- la capitalisation, visant à renforcer les projets et initiatives déjà entreprises dans le cadre du plan Destination France et des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, afin de soutenir la compétitivité de l'offre touristique française ;

- l'héritage, qui consiste à pérenniser les acquis des événements majeurs, en mettant l'accent sur un tourisme responsable, inclusif et innovant ;
- la croissance, qui vise à accroître les investissements et améliorer la performance de la destination France.

La feuille de route stratégique 2025 d'Atout France définit ces orientations et les actions à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs, contribuant ainsi à façonner le tourisme de demain en France.

3.4 Vélo & Territoires⁶⁴

Vélo & Territoires (devenu récemment le réseau vélo & marche) est une association créée en 1999 pour les territoires, avec pour mission de développer la pratique du vélo sur l'ensemble du territoire français. Elle rassemble un réseau de plus de 400 adhérents engagés pour faire de la France la première destination mondiale du vélotourisme et pour assurer un équilibre territorial dans le développement des infrastructures cyclables.

Sa stratégie repose sur plusieurs objectifs :

- développer 100 000 km de nouvelles infrastructures cyclables structurantes ;
- faire du vélo un mode de transport à part entière ;
- atteindre 12 % de part modale dans les déplacements ;
- quadrupler les financements dédiés au vélo ;
- positionner la France comme leader mondial du tourisme à vélo.

L'association se veut une structure de référence pour les collectivités, en les accompagnant dans le développement des politiques cyclables. Son engagement se traduit par plusieurs missions clés :

- fédérer et animer un réseau de collectivités pour promouvoir la cause du vélo
- outiller, inspirer et accompagner les acteurs locaux dans la mise en place de solutions adaptées ;
- représenter et défendre les intérêts des collectivités engagées dans le développement du vélo ;

⁶⁴ Présentation - Vélo & Territoires, <https://www.velo-territoires.org/lassociation/presentation/>, consulté le 3 mars 2025.

- mesurer et objectiver l'impact des politiques cyclables afin de convaincre et d'accélérer la transition vélo.



Les 461 collectivités adhérentes

161 communes, 183 EPCI, 76 départements, 14 régions.

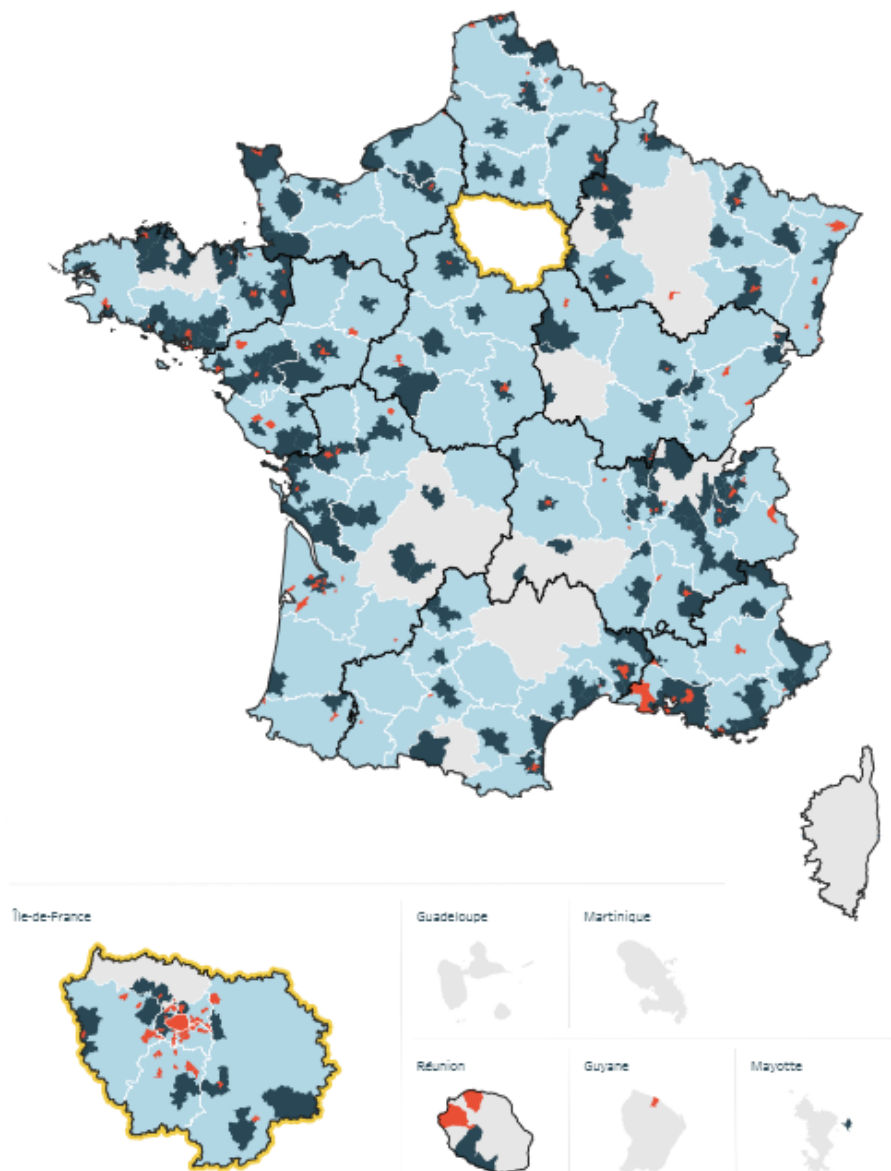


Figure 5 : Les 461 adhérents de Vélo & marche

source : Vélo & Territoires, 2025

Le développement du tourisme à vélo en France repose sur une stratégie nationale visant à structurer, promouvoir et renforcer son attractivité en s'appuyant sur un réseau d'itinéraires de qualité. Dans cette perspective, un collectif d'une cinquantaine d'organismes privés et publics, sous la supervision de Vélo & territoires, a co-construit pendant deux ans la stratégie du tourisme à vélo, Destination France Cap vers 2030. Lorsque ce travail collectif fut dévoilé en 2024, ce sont 120 organismes de divers horizons qui leur ont apporté leur soutien⁶⁵.

L'accessibilité et l'intermodalité sont des priorités avec une meilleure information sur les solutions de transport et l'amélioration de l'emport des vélos dans les transports collectifs, comme en témoignent les 49 784 places vélo vendues dans les Intercités et TGV en 2023.

Ensuite, l'un des objectifs est d'atteindre 20 000 établissements labellisés Accueil Vélo d'ici 2030 contre 8500 en 2025 et de développer des solutions d'hébergement adaptées aux besoins des cyclotouristes et aux spécificités des territoires.

La professionnalisation des acteurs du tourisme et du vélo avec des formations dédiées et une sensibilisation du jeune public sont également essentielles pour une stratégie viable.

Par ailleurs, un dispositif de prévention des risques climatiques et de gestion de crise doit être mis en place pour garantir la résilience du secteur.

Le Tour de France constitue un atout de premier plan, diffusé dans 190 pays et suivi par plus de 4 millions de téléspectateurs en moyenne sur France TV, une opportunité pour promouvoir la destination France à vélo.

Enfin, France Vélo Tourisme doit devenir la marque de référence du tourisme à vélo en s'appuyant sur un réseau structuré comprenant 21 grands itinéraires, 1 000 boucles cyclables, 300 sites et bases VTT ainsi que des cols mythiques et parcours gravel. L'ensemble de ces mesures vise donc à faire de la France la première destination touristique à vélo d'ici 2030.

⁶⁵ *Stratégie nationale du tourisme à vélo - Vélo & Territoires*, <https://www.velo-territoires.org/politiques-cyclables/tourisme-a-velo/strategie-nationale-tourisme-a-velo/>, consulté le 3 mars 2025.

3.5 La Fédération française de la randonnée

Aujourd'hui, la Fédération Française de la Randonnée joue un rôle majeur dans l'organisation et le développement de la randonnée pédestre en France. Déléataire du ministère des Sports, elle définit les normes de pratique et veille à la préservation des sentiers. Son action repose sur un vaste réseau de 115 comités régionaux et départementaux, rassemblant 3 500 associations et clubs locaux, et sur l'engagement de plus de 8 000 baliseurs qui veillent à l'entretien des chemins.

Ses principales missions s'articulent autour de plusieurs axes :

- « *Organiser, développer et promouvoir la randonnée sous toutes ses formes : randonnées familiales, sportives, itinérantes, Randos Challenges®, Randos Santé®, marche nordique, longe-côte ;*
- *Aménager et entretenir le réseau des GR®, GR® de Pays et PR en assurant le balisage, la numérisation et la valorisation des itinéraires ;*
- *Représenter les randonneurs et défendre leurs intérêts auprès des pouvoirs publics.*
- *Contribuer à la protection de l'environnement, à travers la préservation des sentiers et des paysages ;*
- *Former des animateurs, baliseurs-collecteurs, aménageurs et dirigeants associatifs ;*
- *Informer et sensibiliser le public via ses sites web, ses publications, les topoguides, le magazine Passion Rando et la newsletter Balises »⁶⁶.*

Avec un nombre d'adhérents en progression depuis 20 ans, la FFRandonnée occupe aujourd'hui une place importante parmi les 103 fédérations sportives agréées par le ministère des Sports. Elle se classe au 20^e rang en nombre de licenciés, au 3^e rang des fédérations de sports de nature.

Le plan fédéral 2021-2028 de la FFRandonnée s'inscrit dans la démarche suivante : faire de la randonnée un levier majeur pour le développement des sports de nature, le renforcement du lien social et la transition écologique. Il repose sur trois grands axes stratégiques.

⁶⁶ Nos missions - Fédération Française de la Randonnée Pédestre, <https://www.ffrandonnee.fr/la-federation/qui-sommes-nous/nos-missions>, consulté le 5 mars 2025.

Faire de la FFRandonnée un acteur clé des sports de nature

La FFRandonnée souhaite consolider son rôle dans le développement des sports de nature, tant en France qu'en Europe. Pour cela, elle s'engage à :

- protéger et valoriser les itinéraires balisés en assurant leur pérennité et leur reconnaissance en tant qu'équipements sportifs ;
- renforcer et moderniser le réseau des sentiers, notamment grâce aux outils numériques et aux partenariats avec les acteurs territoriaux ;
- encourager la diversification des lieux de pratique, en intégrant les sentiers urbains, périurbains et côtiers.

Cultiver un esprit fédéral fort et partagé

Pour dynamiser son réseau et renforcer son attractivité, la FFRandonnée souhaite :

- mettre en lumière les clubs et leur expertise, en valorisant leur rôle auprès du grand public et en facilitant leur accès ;
- développer de nouveaux clubs, y compris sous des formes innovantes (clubs éphémères, clubs virtuels, communautés de pratique) ;
- encourager une gouvernance participative, en intégrant davantage les acteurs locaux ;
- s'appuyer sur la formation pour professionnaliser les clubs, structurer les compétences et accompagner la montée en expertise des bénévoles et encadrants.

Faire de la FFRandonnée un acteur social et environnemental majeur

La fédération affirme son engagement en faveur d'un développement durable et inclusif de la randonnée en :

- contribuant à l'offre touristique, en intégrant les itinéraires de randonnée dans une dynamique de valorisation des territoires ;
- développant une approche numérique pour mieux diffuser et promouvoir l'offre de randonnée ;
- s'impliquant dans la transition écologique ;

- favorisant le bien-être et la santé, en renforçant l'accessibilité de la randonnée à tous les publics, notamment dans le cadre des mobilités actives et du sport-santé ;
- encourageant la marche comme mode de déplacement.

A travers ce plan fédéral la FFRandonnée affirme sa volonté de faire de la randonnée un pilier des sports de nature, un vecteur de lien social et un facteur clé de la transition écologique.

3.6 Voie navigable de France : acteur moteur du tourisme fluvial

L'organisation institutionnelle des voies navigables françaises connaît une transformation fondamentale au milieu du XIXe siècle, matérialisant le passage d'un modèle libéral à une intervention publique directe. Jusqu'en 1860, le développement du réseau fluvial s'articule autour du « régime des concessions », système décentralisé où l'initiative privée porte la création et l'exploitation des canaux (Beyer, 2016).

L'émergence concurrentielle du chemin de fer bouleverse cet équilibre en révélant les limites du modèle concessionnaire face aux exigences d'aménagement territorial à grande échelle. Confronté au retard structurel du réseau fluvial par rapport à l'expansion ferroviaire, l'État opère en 1860 un basculement vers la gestion publique directe, s'appropriant ainsi un secteur stratégique pour l'aménagement du territoire national (*ibid.*).

Le renforcement de l'intervention de l'État dans la gestion des voies navigables se matérialise en 1912 par la création d'un établissement public à caractère industriel et commercial, l'Office National de la Navigation (ONN). Cette institution marque une étape clé dans la structuration du réseau fluvial national, avec pour ambition de doter le pays d'un dispositif de gestion comparable à ceux déjà en place en Europe. Toutefois, cette dynamique se heurte à des facteurs historiques et économiques majeurs : les deux guerres mondiales, la désindustrialisation progressive du nord du pays et, à partir des années 1980, les politiques publiques privilégiant le rail au détriment du fluvial. Ces évolutions affaiblissent durablement ce secteur, réduisant peu à peu le transport par voie d'eau à une fonction secondaire dans le système de

transport français (Laporte 2024). En 1991, l'ONN se transforme en VNF, marquant l'émergence d'un opérateur unifié responsable de l'essentiel du réseau fluvial national.

Cette mutation institutionnelle s'inscrit dans une dynamique de revalorisation du transport fluvial, désormais appréhendé comme composante des politiques de mobilité durable. VNF incarne ainsi la convergence entre héritage hydraulique historique et impératifs contemporains de transition énergétique, positionnant le fluvial comme alternative aux modes de transport carbonés.

En 2012, sa transformation en établissement public administratif (EPA) a permis d'unifier la gestion des voies navigables en regroupant près de 4 300 agents dédiés à la voie d'eau. Depuis, les services de navigation de l'État sont devenus les directions territoriales de VNF, assurant une gestion coordonnée du réseau sur l'ensemble du territoire. Aujourd'hui VNF gère 6700 km de réseau, 40 000 hectares de domaine public et 4000 ouvrages d'art.

VNF intervient dans le transport fluvial, le tourisme, les loisirs nautiques et la préservation du patrimoine fluvial. L'établissement assure également la gestion de l'eau en équilibrant les différents usages, tels que l'alimentation en eau potable, l'irrigation, les besoins industriels et la prévention des inondations. Il est également impliqué dans des actions liées à la préservation de la biodiversité et au développement des énergies renouvelables, notamment à travers un réseau de micro-centrales hydroélectriques.

Pour résumer, les trois principales missions de VNF sont :

- développer la logistique fluviale durable ;
- concourir à l'aménagement des territoires et au développement touristique ;
- assurer la gestion globale de l'eau.

Afin de répondre à ses missions VNF dispose d'un réseau partenarial privé comme public très dense :

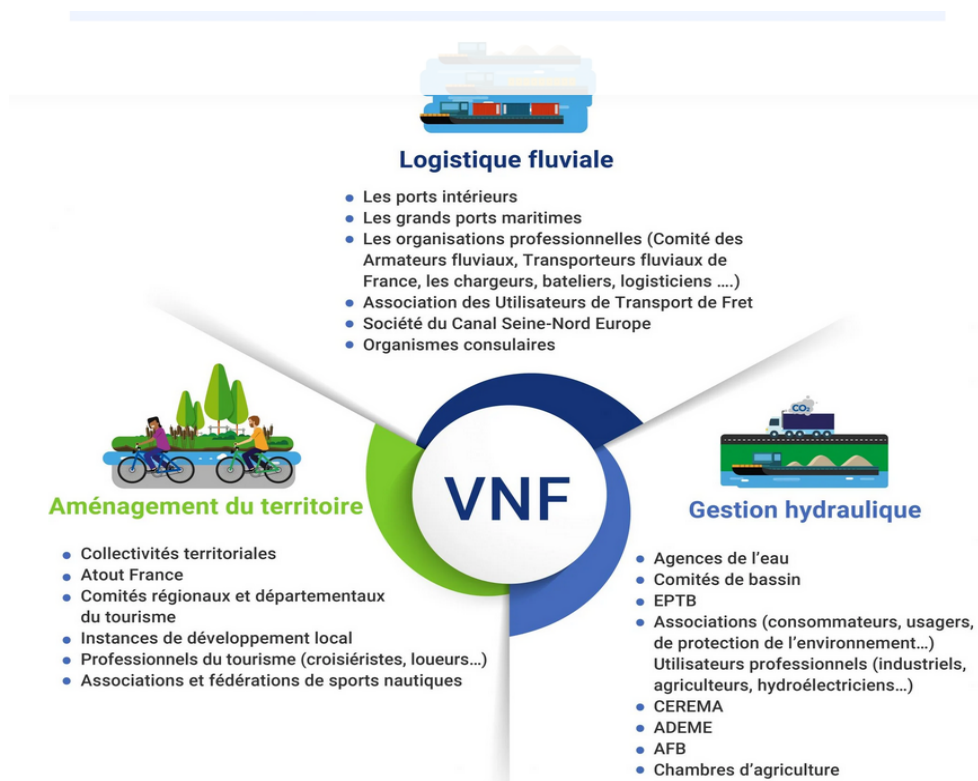


Figure 6 : L'environnement institutionnel national de VNF

source : VNF, 2024⁶⁷

Ce schéma illustre le rôle central de VNF dans le secteur fluvial en France. L'établissement collabore avec Atout France, ainsi qu'avec diverses organisations professionnelles du transport fluvial. Il travaille également en partenariat avec l'ADEME, un acteur clé du financement public en matière de transition écologique.

Les acteurs institutionnels forment un réseau collaboratif, visant à atteindre l'objectif d'Atout France : faire de la France la première destination mondiale du tourisme durable d'ici 2030. Pour réussir à positionner la France en tête des destinations de tourisme durable, une collaboration étroite et une coordination renforcée entre les différents acteurs du secteur sont essentielles.

⁶⁷ <https://www.vnf.fr/vnf/accueil/qui-sommes-nous-vnf/nos-partenaires/notre-ecosysteme/>

Chapitre 3 : Le tourisme fluvestre, vers une nouvelle forme de tourisme itinérant

Les rivières, canaux et plans d'eau offrent un vaste espace dédié à la détente et aux loisirs, propice à une grande diversité d'activités.

Selon VNF « Le tourisme fluvestre englobe toutes les activités qui s'organisent sur une voie d'eau (croisière, bateau promenade, location de bateaux, plaisance privée, aviron, kayak...) ou sur les espaces terrestres situés à proximité immédiate d'une voie d'eau (tourisme à vélo, randonnée pédestre, roller, balade équestre, pêche, etc.) que ces deux activités soient combinées ou pratiquées de façon indépendante.

»⁶⁸

Sur l'eau, des activités comme l'aviron, le canoë-kayak, et le paddle présentent un fort potentiel de développement. Selon une enquête menée en 2020 par le Centre Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC) pour VNF, 22 % des Français n'ont encore jamais pratiqué l'une de ces activités, ce qui témoigne d'une marge de progression pour développer le secteur.

Pour améliorer l'offre de services et répondre aux attentes des cyclotouristes, VNF soutient le label Accueil Vélo. Ce label garantit un accueil de qualité et des services adaptés tout au long des itinéraires cyclables. Il est d'ailleurs intéressant de noter que 91 % du réseau fluvial géré par VNF est situé à moins de 5 km d'une véloroute, facilitant ainsi la synergie entre le tourisme fluvial et le cyclotourisme. De plus, en 2024, 5685 km du schéma national des véloroutes est situé à proximité immédiate du réseau navigable dont 1956 km d'EuroVelo⁶⁹.

1. Dynamiques économiques et touristiques des espaces fluviaux

Longtemps perçus comme des infrastructures naturelles de circulation et de peuplement, les fleuves et canaux ont joué un rôle central dans la structuration des territoires. Leur usage a évolué au fil des siècles, passant de supports économiques et industriels à des espaces aujourd'hui réinvestis par des logiques touristiques,

⁶⁸ Millet Frédéric, Le tourisme "fluvestre" une approche globale de l'itinérance sur et le long des fleuves et canaux, revue espace n°340, 2018
file:///C:/Users/Hp/Downloads/tourisme-fluvestre-approche-globale-itinerance-long-fleuves-canaux.pdf

⁶⁹ Chiffres clés du tourisme à vélo 2024, France vélo tourisme

environnementales et culturelles. Dans un contexte de transition écologique et de redéfinition des mobilités, les voies navigables représentent des leviers de développement durable et d'attractivité locale.

1.1 Genèse et essor des voies navigables : un outil de structuration territoriale

Dès le XVI^e siècle, les fleuves et rivières sont perçus comme des éléments structurants du territoire. Leur rôle historique est fondamental : ils constituent des axes de peuplement, de circulation, et des ressources essentielles pour l'agriculture et le commerce. Les premières civilisations se sont installées le long des vallées fluviales, tirant profit de la fertilité des sols et de l'accessibilité offerte par ces axes naturels (Thbaut 1979). Toutefois, ces espaces fluviaux étaient aussi redoutés pour leur instabilité et leur dangerosité.

À partir du XVI^e siècle, les premiers canaux artificiels viennent compléter les voies d'eau naturelles. Le canal de Briare (1642), puis le canal du Midi (1681), marquent les débuts d'une véritable politique d'aménagement fluvial, visant à fluidifier les échanges intérieurs (Woessner, 2006). Cette dynamique s'intensifie avec la création de l'École des Ponts et Chaussées (1748) puis de l'École du Génie de Metz (1794), formant les ingénieurs chargés d'encadrer et de rationaliser le développement du réseau (Laporte 2024).

Au XIX^e siècle, l'intervention de l'État devient plus décisive. Le plan Becquey (1820) initie une première grande phase de travaux publics pour structurer les canaux, en lien avec l'industrialisation croissante, notamment dans le Nord-Est (Beyer, 2016). Le plan Freycinet, en 1879, renforce cette stratégie avec un programme de modernisation des infrastructures de transport, estimé à 4,5 milliards de francs. Bien qu'il n'ait pas permis la création de nombreux canaux, il a soutenu l'essor industriel (Pautet 2023 p199). Toutefois, la montée en puissance du rail marginalise progressivement la navigation fluviale, qui peine à suivre en raison de financements limités et d'une compétitivité en baisse.

Ce déclin s'accroît au XX^e siècle, notamment à partir des années 1970, avec l'essor du transport routier, plus économique et mieux adapté aux nouvelles logiques

de production et de distribution. Les fleuves et canaux sont peu à peu écartés des stratégies de développement urbain, perdant leur rôle central.

Face à cette marginalisation, certaines voies d'eau entament une reconversion vers les usages de loisirs. Le canal du Midi incarne cette transition : autrefois axe commercial majeur, il devient progressivement une destination touristique prisée, jusqu'à son inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO en 1996 (Woessner, 2006). Cette mutation reflète un mouvement plus large de valorisation du patrimoine fluvial.

Aujourd'hui, les voies navigables françaises sont perçues comme des systèmes territoriaux, façonnés par les enjeux économiques, politiques et techniques de chaque époque (Beyer, 2016). Elles symbolisent un héritage à la fois industriel et culturel.

Parallèlement, à travers les contrats canaux, VNF et les collectivités territoriales réinvestissent les canaux dans des logiques d'aménagement touristique. Ces contrats visent à coordonner les offres pour renforcer l'attractivité locale, à la fois pour les touristes itinérants et les habitants. Ils constituent ainsi un levier de valorisation patrimoniale et de développement durable⁷⁰.

En somme, les fleuves et canaux occupent une place centrale dans l'organisation des territoires : comme corridors de transport, espaces de loisirs, et supports de requalification urbaine et environnementale.

1.2 Complémentarité des acteurs et des pratiques dans le tourisme fluvestre

Les cours d'eau ont structuré l'aménagement des territoires selon des ambitions marchandes, des contraintes et des imaginaires. L'émergence du fluvestre pousse à renouveler l'offre des destinations, à faire évoluer la perception que les individus ont des territoires⁷¹.

Le tourisme fluvestre a une capacité d'adaptation et n'est pas enfermé dans une case spécifique. Ainsi, on constate la place que prend le tourisme fluvestre, tant par son impact sur l'aménagement des territoires que par l'opportunité de

⁷⁰ « Canaux et vélo, le duo pour un séjour dépaysant », VNF (blog), consulté le 24 juin 2025, <https://www.vnf.fr/vnf/accueil/tourisme-fluvial/vivre-et-bouger-au-bord-de-leau/canaux-et-velo-le-duo-pour-un-sejour-depaysant/>.

⁷¹ Millet Frédéric, "Le tourisme fluvestre, une approche globale sur et le long des fleuves et canaux" revue espace 340, 2018 tourisme-fluvestre-approche-globale-itinerance-long-fleuves-canaux.pdf

développement qu'il représente. Le tourisme fluvestre concernant les activités sur et au bord de voie d'eau, prend en considération l'ensemble de l'espace dans lequel il s'intègre (Laporte 2024 p60). Ainsi, il met en tourisme la totalité des espaces disponibles permettant l'émergence d'une diversité d'offres. Le tourisme fluvestre s'inscrit dans une logique de valorisation des espaces fluviaux, en encourageant la complémentarité et la diversification des usages touristiques.

Le fleuve est appréhendé comme un élément structurant et différenciateur, porteur d'attractivité et de qualité de vie, et reconnu comme un espace emblématique pour les habitants⁷². Les politiques d'aménagement des espaces fluvestres s'inscrivent dans un cadre marqué par des dimensions sensibles, symboliques et identitaires (Ballouche et al 2015). L'imaginaire associé aux cours d'eau et aux paysages riverain demeure profondément ancré et multiforme (Bonin 2007 p4)

Cependant, la valorisation des canaux requiert des ressources techniques et financières importantes, ainsi qu'une gestion rigoureuse. Elle peut être freinée par des problématiques d'entretien, de gouvernance ou encore par des conflits d'usage, liés à la multiplication des pratiques sur et autour de l'eau (Chaboche et Dournel 2021). La cohabitation entre usagers suppose des aménagements adaptés pour limiter les tensions et garantir la sécurité.

Par ailleurs, les études croisées de VNF et d'Altermodal (2009)⁷³ révèlent des profils similaires entre les clientèles du tourisme fluvial et du vélotourisme : principalement des personnes de plus de 40 ans, souvent issues de catégories socio-professionnelles élevées, avec un fort pouvoir d'achat. Cette clientèle, majoritairement européenne (notamment allemande, britannique, belge et néerlandaise), recherche des expériences mêlant confort, nature et authenticité, et fait preuve d'une forte fidélité.

Le concept « boat and bike » (Millet, 2018) illustre parfaitement cette complémentarité entre navigation et mobilité douce. Il permet aux voyageurs d'alterner navigation à bord d'un bateau et excursions à vélo, combinant ainsi confort, autonomie et découverte active du territoire.

⁷² LYON Grand, *Au fil de la ville : les fleuves, la fluidité en permanence* | Millénaire 3, https://millenaire3.grandlyon.com/ressources/2005/au-fil-de-la-ville-les-fleuves-la-fluidite-en-permanence?utm_source=twitter&utm_medium=social, consulté le 24 juin 2025.

⁷³ Millet Frédéric, "Le tourisme fluvestre, une approche globale sur et le long des fleuves et canaux" revue espace 340, 2018 tourisme-fluvestre-approche-globale-itinerance-long-fleuves-canaux.pdf

Cette dynamique contribue à renforcer l'attractivité économique des territoires traversés. Comme le soulignent Fabry, Zeghni et Bourret (2018), elle peut inciter à l'implantation de nouveaux résidents, stimuler des projets culturels, éducatifs ou de loisirs, et favoriser la requalification des berges. Les usages des espaces bordant les canaux sont multiples : itinérance douce, détente, mais aussi activités industrielles et de services.

Par ailleurs, la croissance de la plaisance génère des retombées économiques concrètes, notamment en matière d'emploi. Elle mobilise un large éventail de métiers, des gestionnaires de ports aux entreprises de maintenance nautique, en passant par la restauration, le commerce de proximité, ou encore les prestataires de services numériques et culturels.

2. Le tourisme fluvestre, entre transition écologique et vulnérabilités climatiques

À la croisée des enjeux environnementaux et des transformations territoriales, le tourisme fluvestre est considéré comme une forme de tourisme portée par l'aspiration à des mobilités douces, à un rythme de voyage plus lent. Ce renouveau, accentué par la crise sanitaire, s'inscrit dans une logique où le fleuve devient à la fois un vecteur de développement durable et un espace de loisirs à revaloriser.

Cependant, cette dynamique s'accompagne de tensions : d'un côté, des opportunités stratégiques en matière de transport, de tourisme et d'innovation écologique, de l'autre, une forte exposition aux risques liés au changement climatique. Crues, sécheresses, canicules ou érosion fragilisent autant les infrastructures que les usages. Cette sous partie propose ainsi d'analyser le tourisme fluvestre dans son ambivalence : un levier de transition verte confronté à des vulnérabilités croissantes.

2.1 Le réseau fluvial entre renouveau stratégique et défis environnementaux

Le tourisme fluvestre a connu un regain d'intérêt à la suite de la crise sanitaire du COVID-19. Inscrit dans les principes du slow tourism, il encourage la découverte des territoires à un rythme lent.

Le développement d'activités récréatives le long des voies d'eau contribue au bien-être et à la qualité de vie. Toutefois, la proximité avec l'eau expose riverains et visiteurs aux risques d'inondation, et peut fragiliser les milieux rivulaires et la biodiversité des berges.

L'eau et les espaces fluviaux ont vu leurs imaginaires évoluer au fil des époques. Aujourd'hui perçus comme facteurs de qualité de vie, le fluvial porte également des notions de durabilité.

Après une période de déclin, les politiques publiques récentes encouragent un retour vers ce mode de transport, considéré comme plus durable, moins énergivore et plus silencieux que la route. En effet, le fret fluvial est en moyenne cinq fois moins polluant qu'un transport équivalent par camion. En 2023, le bassin de la Seine a transporté plus de 18 millions de tonnes de marchandises, évitant environ 724 000 trajets de poids lourds⁷⁴. De plus, entre 2023 et 2024, le transport fluvial de fret a progressé de 2,9 %, atteignant 43,7 millions de tonnes. Si les secteurs traditionnels (céréales, matériaux) déclinent, les segments industriels comme la chimie et la métallurgie progressent⁷⁵. Dans ce contexte, VNF encourage activement le développement du fret fluvial.

Le transport fluvial affiche le taux d'accident le plus bas parmi les grands modes de transport (Guimbaud 2021). En parallèle le développement du tourisme fluvial permet aux plaisanciers d'accéder aux centres villes par la voie d'eau en évitant d'engorger le trafic routier.

Cependant, le tourisme sur la voie d'eau présente plusieurs défis, selon Guimbaud (2021), de nombreux plaisanciers rejettent leurs eaux usées dans l'eau puisque 90% des plaisanciers privés ne disposent pas du système de traitement des eaux usées sur leur bateau. Pour résoudre le problème, VNF mise sur l'accompagnement à la transition énergétique des bateaux et unités fluviales et au développement des services à quai et équipements respectueux de l'environnement. De plus, la gestion des déchets devient une priorité selon les associations Surfrider Fondation Europe et Rivages propres 70 à 80% des déchets qui se retrouvent en mer proviennent des terres et transitent par les cours d'eau, canaux et fleuves. VNF a donc engagé une

⁷⁴ « Les chiffres clés du transport fluvial - Bassin de la Seine », VNF (blog), consulté le 19 juin 2025, <https://www.vnf.fr/vnf/chiffres-cles-fret-bassin-seine/>.

⁷⁵ Enjeux du réseau navigable, VNF, dossier de presse 2024-2025, DP-VNF Fret-tourisme-investissements-les-enjeux-du-reseau-navigable-2024-2025.pdf

campagne de communication avec l'association Vacances propres pour sensibiliser les touristes à garder leur déchet. Mais la réussite de ces actions suppose aussi un engagement actif des collectivités locales, notamment dans le traitement des déchets et l'aménagement des infrastructures⁷⁶.

En outre, la France a lancé en 2024 une stratégie nationale fluviale⁷⁷ visant à moderniser les infrastructures, renforcer l'intermodalité, soutenir le verdissement des flottes (par des aides à la conversion énergétique et l'installation de bornes électriques sur les quais), et développer des projets d'envergure comme le canal Seine-Nord Europe. Ce dernier, en connectant la région parisienne aux grands ports du Nord (Anvers, Rotterdam), ambitionne de doubler les capacités de fret d'ici 2030 et de repositionner la France dans les grands corridors logistiques européens⁷⁸.

VNF souhaite faire du tourisme fluvial une véritable filière écotouristique. L'organisme encourage le développement d'une flotte électrique performante afin de limiter l'impact environnemental de la navigation de loisirs. Pour cela, VNF mise sur le secteur de la location. En partenariat avec les loueurs Nicols et Les Canalous, VNF a ainsi lancé une expérimentation avec deux bateaux de location électriques sur le canal de la Marne au Rhin et la Sarre. Cette initiative s'inscrit dans une dynamique plus large visant à moderniser et rendre plus écologique le tourisme fluvial en France. Grâce au succès de ces bateaux électriques, Nicols développe un second modèle de bateaux de plaisance locatif 100 % électrique. Long de 13 mètres, il peut accueillir jusqu'à six passagers et fonctionnera grâce aux bornes de recharge déjà installées sur les canaux de la Sarre et de la Marne au Rhin. Sa propulsion électrique permettra d'éviter l'émission de 16 kg de CO₂ par heure de navigation.

En 2024, les principaux opérateurs de bateaux de location en France ont initié une transition, vers l'utilisation du HVO, un biocarburant à base d'huile végétale. Ce carburant permet de réduire jusqu'à 87 % les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble de son cycle de vie par rapport au gazole⁷⁹.

⁷⁶ Millet Frédéric, "Le tourisme fluvial, une approche globale sur et le long des fleuves et canaux" revue espace 340, 2018 tourisme-fluvial-approche-globale-itinerance-long-fleuves-canaux.pdf

⁷⁷ « Transport fluvial : lancement d'une stratégie nationale partagée », VNF (blog), 20 février 2024, <https://www.vnf.fr/vnf/transport-fluvial-lancement-dune-strategie-nationale-partagee/>.

⁷⁸ « L'essentiel du Canal », Canal Seine-Nord Europe (blog), consulté le 24 juin 2025, <https://www.canal-seine-nord-europe.fr/l'essentiel-du-canal/>.

⁷⁹ VNF, la transition du tourisme fluvial s'accélère, dossier de presse 2024 <https://www.vnf.fr/vnf/app/uploads/2024/07/DP-Tourisme-2024.pdf>

Dans la démarche de développement durable, VNF a mis en place le Plan d'Aide à la Modernisation et à l'Innovation (PAMI)⁸⁰, visant à accompagner les acteurs du domaine dans leurs projets de transition. Ce programme repose sur plusieurs axes :

- L'amélioration de l'efficacité énergétique des bateaux et la réduction des émissions polluantes, avec une incitation à l'utilisation d'énergies alternatives ;
- le soutien au développement et à l'adaptation du secteur pour répondre aux évolutions des attentes touristiques et économiques.

À ce jour, le PAMI a mobilisé plus de 11 millions d'euros de subventions, avec la participation de partenaires tels que l'ADEME, Compagnie nationale du Rhône, HAROPA Port et la région SUD. Ces fonds ont permis d'accompagner une centaine de bateaux, notamment à travers des études de faisabilité et des projets de motorisation hybride ou électrique. Parmi les projets soutenus, la compagnie Vedettes de Paris a bénéficié d'un financement de 1,7 million d'euros, dont 500 000 euros cofinancés par l'ADEME, afin de moderniser plusieurs de ses bateaux, dont le Paris Trocadéro, Parisiena, Paris Montparnasse et Paris Montmartre, en intégrant des motorisations électriques.

2.2 Vulnérabilité du tourisme fluvestre face au changement climatique

Les effets du changement climatique se traduisent désormais par une intensification et une multiplication des événements extrêmes : érosion du trait de côte, épisodes de pluies torrentielles, canicules, sécheresses prolongées ou encore incendies. Autrefois exceptionnels, ces phénomènes deviennent récurrents et affectent directement les pratiques touristiques de plein air, notamment le tourisme fluvestre, souvent exposés à des conditions météorologiques instables.

Les territoires littoraux apparaissent particulièrement vulnérables. L'érosion des côtes provoque des effondrements de chemins côtiers, mettant en péril plusieurs itinéraires cyclables majeurs. La Vélodyssée, par exemple, a été confrontée à d'importants incendies dans le bassin d'Arcachon en 2022. D'autres itinéraires, tels que la ViaRhôna ou la Véloscénie, sont régulièrement impactés par des crues et

⁸⁰Plan d'aides à la modernisation et à l'innovation de la flotte (PAMI), <https://www.vnf.fr/vnf/accueil/beneficier-de-solutions-en-faveur-de-la-transition-energetique-du-secteur-fluvial/comment-financer-un-projet-de-verdissement-de-la-flotte-fluviale/pami/>, consulté le 17 mars 2025.

inondations, obligeant les acteurs locaux à recourir à des dispositifs d'adaptation comme les Plans Communaux ou Intercommunaux de Sauvegarde et les PAPI (Programmes d'Actions de Prévention des Inondations)⁸¹.

Plus largement, l'ensemble des formes de tourisme fluvestre, qu'elles soient nautiques ou terrestres, sont affectées. Les fortes chaleurs altèrent l'expérience touristique par la raréfaction de l'eau, la qualité de l'air et la baisse du confort thermique. Certaines activités de loisirs sur l'eau deviennent même temporairement impraticables du fait de l'assèchement de canaux ou de rivières, notamment en période estivale⁸².

Face à ces enjeux, les pouvoirs publics ont amorcé une réponse nationale. Le Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques (MSJOP)⁸³ a ainsi élaboré le Plan National d'Adaptation au Changement Climatique pour le Sport à l'horizon 2030 (PNACC Sport 2030). Ce plan vise à anticiper les effets du changement climatique sur la pratique sportive, y compris les activités de nature, en s'appuyant sur cinq axes stratégiques :

- protéger la population ;
- assurer la résilience des territoires, des infrastructures et des services essentiels ;
- adapter les activités humaines ;
- préserver le patrimoine naturel et culturel ;
- mobiliser les acteurs publics et privés.

Il comprend 51 mesures concrètes, dont certaines concernent directement le tourisme fluvestre : renaturation des espaces urbains, adaptation des formes de tourisme culturel, nautique, littoral ou de montagne, et protection des sites naturels face aux aléas climatiques. Ces dispositifs devront être renforcés à l'échelle locale pour préserver la viabilité et l'attractivité de ces pratiques touristiques dans un contexte de transition climatique.

⁸¹ « Le tourisme à vélo à l'épreuve du changement climatique - Vélo & Territoires », <https://www.velo-territoires.org/> (blog), consulté le 11 juillet 2025, <https://www.velo-territoires.org/actualite/2024/12/11/le-tourisme-a-velo-a-lepreuve-du-changement-climatique/>.

⁸² « Adapter les pratiques sportives au changement climatique - Fédération Française de la Randonnée Pédestre », consulté le 11 juillet 2025, <https://www.ffrandonnee.fr/s-informer/actualites/adapter-les-pratiques-sportives-au-changement-climatique>.

⁸³ « Présentation du plan national d'adaptation au changement climatique », s. d. ministre de la Transition écologique, de l'Énergie, du Climat et de la Prévention des risques, consulté le 11 juillet 2025 [Présentation du plan national d'adaptation au changement climatique](#)

3. Les espaces fluviaux urbains : entre attachement territorial et évolution des usages récréatifs

L'évolution des espaces fluviaux urbains révèle une transformation progressive des relations entre les habitants et leur environnement aquatique. Loin d'être de simples axes de transport, les cours d'eau en ville ont connu des usages multiples, oscillant entre lieux de labeur, de loisir, de danger ou de plaisir. Ces espaces font l'objet d'une réappropriation croissante, nourrie par un attachement affectif, symbolique et identitaire. Comprendre ces dynamiques suppose de revenir sur l'histoire sociale des loisirs fluviaux et sur les formes contemporaines de mobilisation autour de la restauration des berges, révélatrices de nouvelles attentes citoyennes vis-à-vis du cadre de vie et des espaces publics partagés.

3.1 Évolution historique des loisirs fluviaux et construction des identités territoriales

Le tourisme fluvestre s'inscrit dans une longue histoire d'appropriation sociale des espaces fluviaux. Cette forme de tourisme, qui englobe autant les activités nautiques que la fréquentation des berges aménagées, trouve ses racines dans les transformations urbaines et sociales qui ont redéfini le rapport des populations aux cours d'eau. Comprendre les dynamiques contemporaines du tourisme fluvestre nécessite ainsi d'analyser les processus d'attachement territorial et l'évolution historique des usages récréatifs des espaces fluviaux urbains.

Les cours d'eau constituaient jusqu'au début du XX^e siècle des espaces centraux de la vie urbaine, conjuguant fonctions laborieuses et récréatives où les berges accueilleraient autant les activités professionnelles que les pratiques de sociabilité populaire, des bains publics aux festivités nautiques organisées par les autorités, s'inscrivant dans la transformation des loisirs (Wypychowski 2018). L'émergence du canotage parisien dans les années 1830, ancêtre des loisirs nautiques modernes, s'inscrit dans cette quête bourgeoise d'évasion périurbaine héritée de l'Ancien Régime, transformant la Seine et la Marne en corridors d'accès vers des espaces perçus comme paradisiaques par opposition à la ville (Delaive 1998). Cette découverte progressive des territoires riverains par les citadins génère une

économie locale spécialisée dans l'accueil récréatif, structurée autour des guinguettes et cabarets qui proposent restauration, divertissements et hébergement aux excursionnistes dominicaux, préfigurant ainsi les premiers loisirs de masse décrits par Corbin (Sohn 1999).

Ces espaces fluviaux, façonnés par le regard métropolitain, deviennent progressivement des territoires disputés entre usagers professionnels et récréatifs, illustrant les conflits d'usage des espaces nécessitant à partir des années 1960 une régulation spatiale des différentes pratiques nautiques. Malgré la persistance des représentations anxiogènes liées aux risques d'inondation, de pollution, les rivières urbaines conservent leur puissance attractive demeurant des espaces convoités où s'articulent tensions entre utilité collective et appropriations particulières (Barraud et Germaine 2017).

Développer les espaces fluviaux participe à l'émergence et à la revivification des identités locales. Il y a ainsi une appropriation des ressources territoriales, où la mobilisation et l'appropriation des biens matériels et immatériels, contribuent à l'identification territoriale de la commune (Guibert et Paul, 2013)

3.2 L'attachement contemporain aux espaces fluviaux : de la dégradation à la restauration participative

L'attachement à l'espace fluvial désigne le lien affectif, identitaire et fonctionnel qu'une personne ou une communauté entretient avec un cours d'eau et ses abords. Ce lien repose sur l'expérience vécue du lieu, les usages quotidiens, les souvenirs personnels ou collectifs, ainsi que l'image que les individus associent à la rivière. Selon le concept de place attachment de Scannell et Gifford, l'attachement au lieu englobe plusieurs dimensions : l'identité liée au lieu (place identity), la dépendance fonctionnelle (place dependence), et le sentiment d'appartenance sociale (social bonding) ((Raymond, Brown et Weber 2010). Cet attachement peut favoriser la participation aux projets de gestion ou de restauration des milieux fluviaux (Verbrugge et van den Born, 2018).

Par ailleurs, les fleuves constituent de véritables espaces de vie, façonnant des traditions, des métiers et une organisation sociale propre (Laporte 2024). L'attachement au lieu fluvial résulte d'un processus d'appropriation émotionnelle où

se conjuguent fréquentation récurrente et identification personnelle à l'espace fluvial, fondé sur des expériences sensorielles et des souvenirs significatifs (Ripoll et Veschambre 2005). Les activités industrielles et économiques ont profondément altéré les bénéfices écologiques et sociaux des espaces fluviaux urbains. Si les projets de restauration suscitent un consensus apparent, leur mise en œuvre reste complexe en raison de la superposition d'intérêts et d'attentes souvent contradictoires entre acteurs publics, privés et habitants⁸⁴. La restauration participative vise à renforcer l'appropriation sociale des cours d'eau, en s'appuyant sur un processus d'intériorisation des espaces fluviaux par la population.

Ces dynamiques participent d'une transformation profonde de la perception sociale des cours d'eau urbains qui, comme le montrent les travaux de Catherine Carré (2015) sur les rivières urbaines franciliennes, ont évolué d'espaces répulsifs et pollués vers des lieux de bien-être et de sociabilité. Ce changement de statut, fruit de politiques publiques, et du développement d'infrastructures de loisirs, a favorisé une réappropriation quotidienne des berges et intensifié les relations entre populations et espaces fluviaux (Barraud et Germaine, 2017) .

L'analyse de l'évolution des espaces fluviaux urbains révèle une transformation profonde des rapports entre populations et cours d'eau, depuis les premières formes de loisirs bourgeois du XIXe siècle jusqu'aux enjeux contemporains de restauration participative. Cette évolution historique éclaire les fondements du tourisme fluvestre actuel, qui s'appuie sur des processus d'attachement territorial consolidés et une requalification progressive des cours d'eau comme espaces de bien-être et de sociabilité. Les défis actuels de gestion des conflits d'usage et de restauration écologique constituent ainsi les nouveaux enjeux du développement touristique fluvestre, nécessitant une approche participative qui valorise l'attachement des populations locales tout en préservant la qualité environnementale des milieux aquatiques. Le tourisme fluvestre contemporain hérite donc de cette longue histoire d'appropriation sociale tout en devant réinventer ses modalités de développement face aux impératifs de durabilité environnementale et sociale.

⁸⁴ Benages Albert et al "restauration participative des espaces fluviaux" revue Espaces 333, 2016
file:///C:/Users/Hp/Downloads/restauration-participative-espaces-fluviaux-elements-methode.pdf

Conclusion de la partie 1

À l'issue de cette étude bibliographique, nous avons mis en lumière les principaux défis, enjeux et opportunités liés au tourisme fluvestre et à ses différentes formes de pratique. En croisant les dimensions touristiques, environnementales et territoriales, il apparaît que les voies d'eau jouent un rôle central dans le développement local, notamment en contexte transfrontalier. Le tourisme fluvestre contribue à la valorisation des identités territoriales et à la redécouverte des multiples usages historiques des fleuves.

L'analyse des formes itinérantes du tourisme, ainsi que de l'évolution des offres proposées, souligne la volonté de construire une offre de qualité, adaptée aux attentes des usagers, en mobilisant l'ensemble des acteurs publics et privés. Dans cette dynamique, les institutions nationales s'engagent à faire de la France une destination de référence en matière de tourisme durable à l'horizon 2030, en accompagnant les territoires dans leurs démarches.

Par ailleurs, l'évolution des politiques publiques en matière d'aménagement fluvial et la transformation de l'imaginaire collectif autour des cours d'eau témoignent d'un repositionnement du fleuve comme ressource touristique durable. Toutefois, le tourisme fluvestre reste vulnérable face aux effets du changement climatique. Enfin, la démocratisation des loisirs nautiques et l'appropriation progressive des espaces fluviaux par les citoyens marquent la fin d'un regard anxiogène sur le fleuve, désormais perçu comme un lieu de détente.

À travers notre cas d'étude et parallèlement aux missions confiées, nous allons essayer de comprendre en quoi l'intégration du tourisme fluvestre dans l'offre d'itinérance participe-t-elle au développement territorial durable, dans une dynamique transfrontalière ?

Cette recherche hypothético-déductive va nous permettre de comprendre si nos trois hypothèses sont confirmées ou réfutées :

1. Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement
2. Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers
3. Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires.

Partie 2 : Enjeux et acteurs du développement touristique transfrontalier dans les Ardennes

Introduction de la partie 2

Cette deuxième partie vise à inscrire notre étude dans son contexte historique et territorial. Nous analyserons d'abord le rôle de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes dans la valorisation et l'attractivité du territoire. Depuis les années 2010, cette action est renforcée par le Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE), qui accompagne le développement du tourisme ardennais dans une dynamique transfrontalière de coopération avec les territoires partageant le massif de l'Ardenne.

Dans ce cadre, nous porterons une attention particulière à nos missions : de la diffusion du questionnaire auprès des plaisanciers, à l'enquête de terrain menée auprès des différents acteurs du tourisme fluvial, jusqu'à l'analyse de l'offre fluvestre.

Nous dresserons ensuite un portrait du territoire ardennais en abordant ses caractéristiques démographiques, économiques et de mobilité. Ce diagnostic sera complété par une analyse des stratégies de développement touristique, notamment celles axées sur la nature et le tourisme lent.

Enfin, nous confronterons ce diagnostic territorial à une étude théorique de nos hypothèses, afin d'établir un lien entre la réflexion conceptuelle et la réalité observée sur le terrain. Ce cadre théorique constituera le socle de la partie suivante, consacrée à la méthodologie d'enquête et à l'analyse des résultats.

Chapitre 1 : Le rôle structurant du Département et du GEIE dans le développement touristique transfrontalier des Ardennes

Le développement touristique transfrontalier des Ardennes repose sur une coopération étroite entre les acteurs locaux et internationaux. Dans ce contexte, le Département joue un rôle structurant en impulsant des stratégies de développement, en soutenant les infrastructures et en coordonnant les initiatives locales. Parallèlement, le Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE) agit comme catalyseur de la collaboration transfrontalière, en fédérant les partenaires français, belges et luxembourgeois autour de projets communs. Ensemble, ces deux acteurs favorisent la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel ardennais, renforcent l'attractivité touristique du territoire et dynamisent son économie à l'échelle européenne.

1. Gouvernance et organisation de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes

La gouvernance et l'organisation de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes reposent sur une structure collaborative réunissant acteurs publics et privés pour promouvoir et valoriser l'offre touristique du territoire. Encadrée par des instances décisionnelles définissant la stratégie et animée par des équipes opérationnelles assurant sa mise en œuvre, l'Agence agit comme un pivot entre les collectivités, les professionnels du secteur et les partenaires institutionnels, afin de renforcer l'attractivité et la compétitivité de la destination Ardennes.

1.1 Le rôle du Département et de l'ADT dans la gouvernance touristique

Le Département joue un rôle central dans la définition et la mise en œuvre de la politique touristique sur son territoire. Pour mener à bien cette mission, le Conseil départemental peut créer un Comité Départemental du Tourisme (CDT), en vertu de l'article L.132-4 du Code du tourisme. Ce comité est chargé de préparer, proposer et mettre en œuvre la stratégie touristique, avec la possibilité de se voir déléguer des compétences en matière d'élaboration, de promotion et de commercialisation de l'offre touristique. Il agit en concertation avec les professionnels du secteur, les

organismes spécialisés et les structures locales compétentes, à l'échelle départementale comme intercommunale.

Par ailleurs, l'article L.133-3 du Code du tourisme confère aux communes la possibilité de créer des offices de tourisme, responsables de l'accueil et de l'information des visiteurs, ainsi que de la promotion locale. Toutefois, depuis l'entrée en vigueur de la loi NOTRe du 7 août 2015, cette compétence a été transférée aux intercommunalités à fiscalité propre (EPCI), comme le prévoit l'article L.134-1 du même code. Ce sont donc désormais les intercommunalités qui assurent la gestion des offices de tourisme et la valorisation touristique à l'échelle locale⁸⁵.

L'ADT, qui succède au CDT, peut posséder différentes formes juridiques. Elle joue un rôle clé dans la structuration, la qualification et la valorisation de l'offre touristique à l'échelle départementale. Elle accompagne les collectivités et les porteurs de projets, observe les flux touristiques, et collabore étroitement avec les acteurs du territoire pour développer et commercialiser des produits touristiques. Le Département peut encadrer l'action de l'ADT par l'adoption d'un schéma ou plan de développement touristique.

Dans le département des Ardennes, l'ADT existe depuis environ de 40 ans. Créée à l'initiative du Conseil départemental, elle a été historiquement constituée en CDT dès 1986, avant d'évoluer vers le statut d'ADT pour marquer une orientation plus affirmée vers le développement de l'offre, en complément des missions d'accueil et de promotion. Cette transformation a permis de regrouper les missions d'accompagnement de projets et celles de promotion au sein d'une même structure, dans une logique de mutualisation des moyens et d'efficacité économique⁸⁶.

Sous l'impulsion du Conseil départemental, l'ADT des Ardennes conduit un ensemble d'actions structurantes. Elle valorise l'offre touristique auprès des clientèles ciblées, soutient les porteurs de projets, propose des outils d'aide à la décision, encourage la montée en qualité des prestations, promeut un tourisme durable et favorise les coopérations, y compris à l'échelle transfrontalière. Elle joue également un rôle d'expertise en apportant un appui technique à l'analyse des dossiers publics ou privés relatifs au tourisme. Elle peut aussi intervenir en tant qu'assistant à maîtrise d'ouvrage pour les projets structurants, contribuant ainsi à un aménagement cohérent du territoire.

⁸⁵ *Le tourisme* | collectivites-locales.gouv.fr, <https://www.collectivites-locales.gouv.fr/competences/le-tourisme>, consulté le 15 juillet 2025.

⁸⁶ *L'Agence de Développement Touristique*, <https://pro.ardennes.com/lagence/>, consulté le 15 juillet 2025.

L'agence met en œuvre les actions décidées par ses instances dans les domaines de la promotion, de l'information touristique, de la mise en marché des séjours et produits, de l'observation économique et de l'accompagnement des professionnels. Elle participe à la mise en œuvre de la stratégie touristique départementale, en coordination avec les acteurs locaux, les structures intercommunales, les partenaires régionaux comme l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est, et les partenaires transfrontaliers tels que le GEIE Destination Ardenne ou Atout France à l'international.

1.2 Organisation et fonctionnement de l'ADT des Ardennes

L'ADT des Ardennes est constituée sous la forme d'une association loi 1901. Selon l'article 1er de cette loi,

« une association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, de manière permanente, leurs connaissances ou leurs activités dans un but autre que le partage de bénéfices (...) »⁸⁷.

En pratique, l'association est dirigée par un(e) président(e), élu(e) pour un mandat de cinq ans renouvelable, qui nomme un(e) directeur(rice).

Une assemblée générale se tient une à deux fois par an ; elle regroupe les membres du Conseil d'administration des élus départementaux, le comptable, l'expert-comptable, les responsables de pôles, la présidente et le directeur de l'ADT ainsi que des opérateurs touristiques invités. Le conseil d'administration est composé, selon les statuts, de membres anciens ou qualifiés : la présidente et le directeur de l'ADT, des élus du Conseil départemental, des élus des intercommunalités, des professionnels du tourisme, des et des représentants associatifs.

Dans le cadre d'une convention, le Conseil départemental délègue à l'ADT des missions de promotion, de gestion et de suivi de projets touristiques. L'ADT intervient en soutien aux acteurs locaux afin de coordonner les initiatives, mutualiser les ressources, accompagner les porteurs de projets, animer les filières touristiques et valoriser le territoire. Son budget annuel est constitué en grande partie d'une

⁸⁷ La loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association | [vie-publique.fr, https://www.vie-publique.fr/fiches/24087-la-loi-du-1er-juillet-1901-relative-au-contrat-dassociation](https://www.vie-publique.fr/fiches/24087-la-loi-du-1er-juillet-1901-relative-au-contrat-dassociation) , 15 janvier 2024, consulté le 15 juillet 2025.

subvention annuelle votée par le Conseil départemental, qui en délibère lors du vote du budget primitif du Conseil Départemental. .

L'organisation interne de l'ADT repose sur deux pôles opérationnels. Le pôle Promotion - Communication, composé de six personnes, est chargé de valoriser la destination, d'accueillir les journalistes et influenceurs, de représenter le territoire lors de salons professionnels, de gérer la communication sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn), et de concevoir les supports touristiques.

Le pôle Ingénierie - Développement est composé de quatre personnes qui assurent la labellisation et le classement des hébergements, développent les stratégies de tourisme durable et les offres d'itinérance, coordonnent l'observation touristique et accompagnent les porteurs de projets publics et privés.

L'ADT des Ardennes joue un rôle central dans le développement du tourisme durable, en particulier à travers la valorisation de l'itinérance. Elle assure également une mission d'observation touristique en recueillant des données de l'offre et de la fréquentation auprès des prestataires et hébergeurs du territoire. Ces données permettent à l'agence de produire chaque année un document de référence intitulé « Les chiffres clés du tourisme », qui synthétise les grandes tendances de l'année précédente. Ce rapport constitue un outil pour les professionnels du secteur leur permettant d'appréhender l'évolution de l'activité touristique dans le département.

Dans ce cadre, l'ADT réalise chaque année une étude thématique ciblée sur un type de tourisme spécifique. L'objectif de ces études est triple : évaluer les retombées économiques des différentes pratiques touristiques, dresser un état des lieux de l'offre existante, et proposer aux collectivités locales un plan d'actions concrètes pour renforcer l'attractivité du territoire.

En 2025, le pôle Développement – Ingénierie, avec le soutien du Conseil départemental et de VNF a choisi de renouveler l'étude conduite en 2017 par une étudiante de l'IREST (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne), portant sur le tourisme fluvial dans les Ardennes. Cette nouvelle enquête vise, d'une part, à analyser les évolutions de l'offre fluviale depuis 2017, à inventorier les équipements et services actuellement à disposition des plaisanciers, et à mieux comprendre leurs attentes et leurs besoins. D'autre part, l'étude élargit son périmètre au tourisme fluvestre, en intégrant les itinéraires cyclables et les sentiers de randonnée présents à proximité des cours d'eau. L'objectif est d'identifier les équipements et services

pouvant être mutualisés pour répondre aux attentes complémentaires des plaisanciers, cyclotouristes et randonneurs.

La démarche s'est articulée en plusieurs phases. Un premier travail d'analyse documentaire a permis de rassembler et d'étudier les données existantes sur le tourisme fluvial aux échelles départementale, régionale et nationale. Cette étape a posé les fondements du diagnostic, en offrant une meilleure compréhension des dynamiques actuelles du secteur.

Une enquête de terrain a ensuite été menée entre avril et septembre 2025. Des questionnaires, proposés en quatre langues (français, anglais, allemand et néerlandais), ont été diffusés dans les principales capitaineries du département, situées le long de la Meuse (Fumay, Revin, Monthermé, Charleville-Mézières, Mouzon), ainsi que dans plusieurs haltes fluviales du canal des Ardennes (Pont-à-Bar, Rethel, Attigny, Le Chesne). Un point de distribution a également été mis en place à l'écluse des 4 Cheminées à Givet, porte d'entrée fluviale du territoire pour les plaisanciers en provenance de Belgique. Cette enquête quantitative visait à recueillir un nombre significatif de réponses afin d'identifier les profils des plaisanciers fréquentant le territoire, ainsi que leurs pratiques, leurs attentes et leurs besoins en matière d'aménagements.

Parallèlement, des entretiens qualitatifs ont été conduits auprès de saisonniers travaillant dans les haltes fluviales, de socioprofessionnels du tourisme ainsi que d'habitants riverains. Ces échanges ont permis de compléter le travail bibliographique en apportant un éclairage local et des perceptions plus sensibles du tourisme fluvial et fluvestre.

Enfin, en s'appuyant sur les documents stratégiques départementaux relatifs au développement du cyclotourisme et de la randonnée, un diagnostic de l'offre fluvestre a été établi. Ce dernier s'est accompagné de recommandations visant à renforcer la mutualisation des équipements et services, dans une logique de développement coordonné du tourisme fluvestre sur l'ensemble du territoire ardennais, et d'économies d'échelle.

L'ADTA occupe une position centrale dans l'écosystème touristique ardennais, en coordonnant l'action d'acteurs publics, privés et institutionnels. Elle s'appuie sur de nombreux partenariats pour structurer et dynamiser l'offre touristique du territoire.

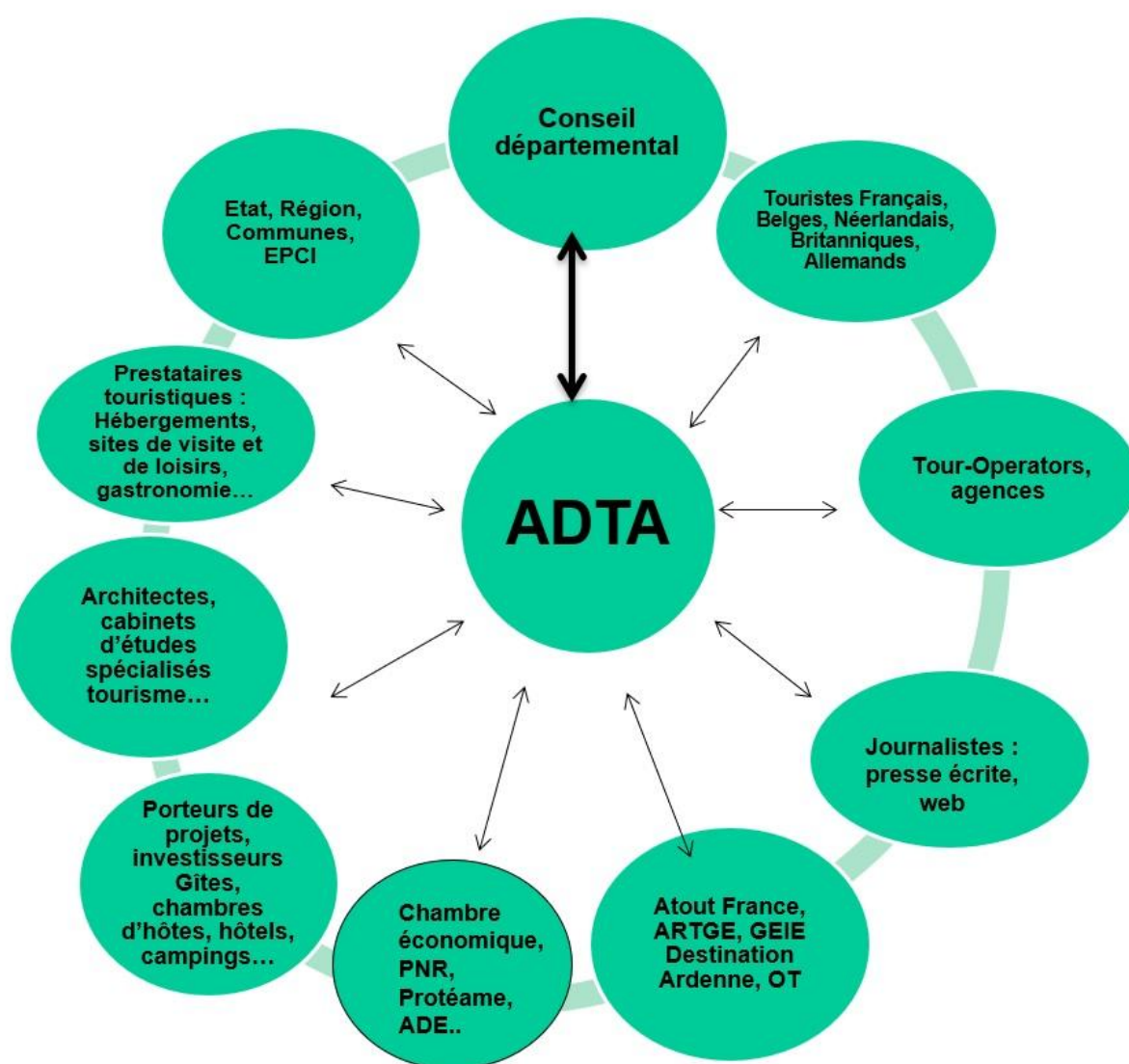


Figure 7 : L'écosystème touristique des Ardennes

source : [L'écosystème touristique - ADT des Ardennes Pro](#), 2025

Ce schéma montre l'ADTA au cœur d'un réseau d'acteurs institutionnels, économiques et touristiques. L'agence collabore étroitement avec les services tourisme de la Chambre économique, du PNR et de VNF. Ces partenariats stratégiques permettent de renforcer l'attractivité du territoire, d'accompagner les porteurs de projets et d'assurer une meilleure valorisation des infrastructures.

2. Fonctionnement et impact du GEIE dans le développement touristique transfrontalier

Le Groupement Européen d'Intérêt Économique constitue un outil de coopération transfrontalière visant à faciliter et structurer les partenariats entre acteurs du massif ardennais. Dans le domaine du développement touristique, il permet de mutualiser les ressources, harmoniser les stratégies et renforcer la visibilité internationale de la Destination Ardenne. Un GEIE constitue un cadre juridique intermédiaire entre la société et l'association. Il permet la mise en commun de certaines activités ou de certains moyens par des entreprises européennes qui souhaitent développer leur activité

2.1 Le GEIE Destination Ardenne : coopération transfrontalière et promotion du territoire

L'Ardenne s'étend sur plus de 10 000 km², formant un massif rocheux ancien, souvent couvert de forêts denses, et traversé par de nombreux cours d'eau aux vallées profondes, comme celles de l'Ourthe, de la Salm, de la Sûre, de la Semois/Semoy. D'un point de vue géologique, il s'agit d'un massif de l'ère primaire, partagé entre la Belgique, la France et le Luxembourg.

Le terme « Ardenne » recouvre cependant des réalités différentes selon les contextes nationaux. En France, il renvoie essentiellement au département des Ardennes. En Belgique, il désigne une partie des provinces de Namur, Liège et Luxembourg. Quant au Grand Duché du Luxembourg, on parle plutôt de l'Éislek ou la langue luxembourgeoise domine⁸⁸. Cette diversité administrative et culturelle contribue à une appartenance multiple et nuancée.

Face à cette diversité, le GEIE Destination Ardenne a été fondé en 2014. Il réunit trois provinces belges (Namur, Liège, Luxembourg) et le département des Ardennes en France. L'objectif est de promouvoir une vision commune du territoire ardennais, en valorisant ses richesses touristiques et culturelles, et en renforçant sa visibilité à l'échelle européenne.

⁸⁸ *Ardennes belges, françaises & luxembourgeoises*, <https://www.infoardenne.com/decouvrir/>, consulté le 15 juillet 2025.

Avant la création du GEIE, une démarche de marketing territorial a été conduite par les collectivités, les offices de tourisme et les élus pour définir une identité partagée et construire une marque fédératrice : « Ardenne ». Cette marque vise à fédérer les habitants et les professionnels autour d'une image commune du territoire et à renforcer son attractivité⁸⁹. Le GEIE possède une personnalité juridique propre, indépendante de celle de ses membres, ce qui lui permet d'agir en son nom. Conçu comme un outil juridique à l'échelle européenne, il vise à favoriser la coopération transfrontalière. En tant que regroupement d'acteurs, le GEIE peut demander des subventions auprès de l'Europe, en particulier dans le cadre du programme Interreg France-Wallonie-Flandres. Son objectif principal est de renforcer ou de développer l'activité économique de ses membres grâce à la mutualisation de leurs ressources, compétences et moyens. En effet, « *cette mise en commun doit permettre d'obtenir de meilleurs résultats que par des activités menées isolément* »⁹⁰. Le GEIE joue un rôle stratégique dans le montage et le pilotage de projets transfrontaliers, notamment dans le cadre des programmes Interreg. Ces projets financés à « 70-80% par l'Europe »⁹¹ visent à financer des actions concrètes de communication, d'aménagement, ou d'accompagnement des acteurs locaux. Le groupement facilite la coordination entre ses différents partenaires français et belges ce qui facilite l'accès aux financements européens.

La première mission du GEIE est donc de « *promouvoir la destination, développer des produits, développer des aménagements (...)* » et sa seconde mission « *comme c'est un groupement européen, transfrontalier, c'est de déposer des projets auprès de l'Europe* »⁹²

L'approche transfrontalière valorisée par Interreg repose sur la notion de plus-value : les projets doivent démontrer que l'action commune entre plusieurs versants génère des effets plus significatifs qu'une initiative menée isolément. Ce principe incite à dépasser les logiques nationales pour construire un développement cohérent, ancré dans une identité ardennaise partagée, bien que plurielle.

⁸⁹ entretien exploratoire effectué avec un membre du GEIE, en mai 2025 (annexe D)

⁹⁰ *Groupement européen d'intérêt économique* | EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legissum:l26015>, consulté le 15 juillet 2025.

⁹¹ entretien exploratoire effectué avec un membre du GEIE, en mai 2025 (annexe D)

⁹² *ibid.*

2.2 Le programme Interreg France-Wallonie-Flandres : une coopération transfrontalière pour un tourisme durable en Ardenne

Le programme de coopération territoriale européenne France-Wallonie-Flandres (FWF) s'inscrit dans le cadre plus large de la politique régionale de l'Union européenne. Il constitue une illustration de la dynamique transfrontalière entre territoires français et belges. Depuis 1991, les différents volets du programme Interreg ont progressivement renforcé cette coopération, en passant d'une logique de mise en relation (Interreg I) à une véritable stratégie territoriale partagée (Interreg IV et V), fédérant les acteurs autour d'enjeux communs (Curzi, Delecrosse et Moyse 2016).

La Région Grand Est, le Département des Ardennes, les provinces de Luxembourg belges de Namur et de Liège se sont engagées dès la première génération de programmes autour de cinq axes prioritaires : le désenclavement, la valorisation touristique et culturelle, la protection des ressources naturelles, le développement des compétences humaines et l'appui au développement économique et agricole. Ce cadre de coopération a permis la mise en œuvre de plus de quarante projets transversaux.

Depuis 2014, le GEIE Destination Ardenne est devenu un acteur central de cette dynamique. Le GEIE assure la coordination stratégique et opérationnelle de plusieurs portefeuilles de projets Interreg, notamment dans le champ du développement touristique durable.

Parmi ces projets, on peut citer :

- **Ardenne Attractivity** (2018–2022) : ce portefeuille visait la promotion de l'image de l'Ardenne transfrontalière à travers une stratégie de communication à grande échelle. Les projets ont permis d'accompagner les socioprofessionnels du tourisme dans leur démarche de développement durable. Doté d'un budget total de 2,5 millions, il a été cofinancé à hauteur de 55 % par les fonds européens.
- **Ardenne Grande Région Écotourisme et Attractivité** (AGRETA 2017–2021) : bénéficiant de 2,3 millions d'euros (FEDER + cofinancements nationaux), ce programme a permis de valoriser le patrimoine naturel de l'Ardenne transfrontalière en Grande région. Ce projet est porté par des

partenaires belges, luxembourgeois et français visant à accroître l'attractivité de l'Ardenne transfrontalière.

- **Ardenne Transition Durable** (ATD 2024-2028) : ce portefeuille de projets s'appuie sur les acquis des précédentes coopérations pour renforcer l'écosystème touristique dans une perspective de durabilité.

Il est structuré autour de cinq projets complémentaires :

- Ardenne Tourisme Compétences (ATC) piloté par la Province de Luxembourg

Ce projet a pour objectif de former et de professionnaliser les acteurs publics et privés français et belges du secteur touristique afin de les préparer aux mutations technologiques et environnementales actuelles. Il vise à renforcer la capacité d'adaptation de l'offre touristique de l'Ardenne transfrontalière face aux enjeux des transitions numériques, aux évolutions de l'accueil touristique ainsi qu'aux transformations des modes d'organisation du secteur⁹³.

- Ardenne Tourisme Responsable pour Tous (ATRT) piloté par l'ADT des Ardennes

Ce projet a pour ambition de renforcer la résilience et l'accessibilité du tourisme en Ardenne transfrontalière. Dans un contexte de changement climatique, où l'activité touristique repose fortement sur la richesse naturelle du territoire, il devient essentiel d'adapter les pratiques pour préserver cet environnement. Par ailleurs, le projet ATRT s'attache à lutter contre les inégalités d'accès aux loisirs et aux vacances en développant une offre touristique inclusive, pensée pour être accessible à tous, notamment aux publics les plus fragiles⁹⁴.

- Ardenne Good Life (AGL) piloté par la Fondation Chimay Wartoise

En Ardenne transfrontalière, la part de la population en situation de dépendance connaît une progression notable, qu'elle soit liée au vieillissement, au handicap, aux troubles addictifs ou à des formes de désengagement social. Ce contexte, combiné à la présence d'un patrimoine naturel important et d'un tissu institutionnel et

⁹³ Les activités du projet ATC | Ardenne Transition Durable, <https://ardennetransitiondurable.eu/les-projets/projet-ardenne-tourisme-competences/les-activites-du-projet-atc/>, consulté le 17 juillet 2025.

⁹⁴ Projet Ardenne Tourisme Responsable pour Tous | Ardenne Transition Durable, <https://ardennetransitiondurable.eu/les-projets/projet-ardenne-tourisme-responsable-pour-tous/>, consulté le 17 juillet 2025.

associatif dense orienté vers l'accompagnement des publics vulnérables, constitue un levier potentiel pour le développement local. Le projet AGL s'inscrit dans cette dynamique en visant la conception, l'expérimentation et la structuration d'activités touristiques et de loisirs inclusives à l'échelle transfrontalière⁹⁵.

- Ardenne ITInérance Mobilité Infrastructures (AITIMI) piloté par le Bureau Economique de la Province de Namur

Le projet AITIMI s'inscrit dans la continuité du projet Ardenne Cyclo commencé en 2020 dans le cadre du portefeuille de projets Ardenne Attractivity, dans une logique de transition durable en visant à renforcer l'usage des mobilités actives et des transports à faibles émissions de carbone sur le territoire transfrontalier de l'Ardenne. Il a pour finalité l'amélioration durable des infrastructures, de la sécurité et de l'accessibilité, afin de favoriser une mobilité cyclable inclusive, performante et adaptée aux spécificités du territoire. Le projet vise à soulever trois défis :

- La faible densité de population combinée à l'éloignement des pôles d'attractivité, à la présence de dénivelés relativement importants et à la fragmentation des réseaux cyclables existants.
- La nécessité de soutenir la diversification économique à travers la valorisation de l'itinérance et de la découverte des paysages, du patrimoine naturel et bâti.
- L'optimisation et l'interconnexion des itinéraires cyclables structurants, en lien avec une stratégie de mobilité touristique durable à l'échelle transfrontalière et régionale.⁹⁶

- Ardenne Tourisme Lab (ATLAB) piloté par Y Schools

Comme les projets ATC et ATRT, le projet ATLAB s'inscrit dans une volonté de répondre aux mutations sociétales, environnementales et numériques par l'innovation. Son objectif est de soutenir le développement d'un tourisme durable et résilient, en plaçant l'expérimentation et la créativité au cœur des dynamiques territoriales.

⁹⁵ *Projet Ardenne Good Life | Ardenne Transition Durable*, <https://ardennetransitiondurable.eu/les-projets/projet-ardenne-ardenne-good-life/>, consulté le 17 juillet 2025.

⁹⁶ *Projet Ardenne ITinérance Mobilité Infrastructures | Ardenne Transition Durable*, <https://ardennetransitiondurable.eu/les-projets/projet-ardenne-itinerance-mobilite-infrastructure/>, consulté le 17 juillet 2025.

ATLAB réunit un écosystème d'acteurs complémentaires (établissements d'enseignement supérieur, organismes de formation, professionnels du tourisme, structures d'accompagnement) afin de co-construire les solutions touristiques de demain adaptées aux défis contemporains⁹⁷.

⁹⁷ *Projet Ardenne Tourisme LAB* | *Ardenne Transition Durable*,
<https://ardennetransitiondurable.eu/projet-ardenne-tourisme-lab/>, consulté le 17 juillet 2025.

Le portefeuille « Ardenne Attractivity »

Le projet Pilote

Chef de file : GEIE
Budget : 400 057,50 €
Emploi financé : 1 chargé de mission coordinateur
Voir détails ci-après

Budget Total : 2 487 767,90 €
Emplois financés : 6,88 ETP

Ardenne Ecotourism

Pour le développement d'une offre de tourisme durable en Ardenne transfrontalière

Budget : 944 246,13 €
Emplois financés : 3,13 ETP

Opérateur chef de file : Agence de Développement Touristique des Ardennes

Les opérateurs partenaires:

- PNR des Ardennes
- Parc Naturel Viroin-Hermeton
- ASBL Ressources Naturelles Développement
- Accueil Champêtre en Wallonie

Les opérateurs associés :

- Fédération Touristique du Luxembourg Belge
- Fédération du Tourisme de la Province de Namur

Ardenne Ambassadors

Pour la mobilisation des entreprises touristiques et des citoyens de l'Ardenne Transfrontalière

Budget : 635 897,20 €
Emplois financés : 2,25 ETP

Opérateur chef de file : Fédération du Tourisme de la Province de Namur

Les opérateurs partenaires:

- Fédération Touristique du Luxembourg Belge
- Agence de Développement Touristique des Ardennes
- Office de Tourisme Charleville -Sedan en Ardenne
- Val d'Ardenne Tourisme
- Chambre de Commerce et d'Industrie du Luxembourg belge

Les opérateurs associés:

- Chambre de commerce et d'industrie des Ardennes
- Agence de développement économique des Ardennes
- Bureau Economique de la Province de Namur
- Idelux -Projets Publics

Ardenne Marketing

Pour la mise en marketing touristique de l'Ardenne transfrontalière

Budget : 507 567,19 €
Emplois financés : 0,50 ETP

Opérateur chef de file : Fédération Touristique du Luxembourg Belge

Les opérateurs partenaires:

- Fédération du Tourisme de la Province de Namur
- Agence de Développement Touristique des Ardennes

Figure 8 : Le portefeuille de projets Ardenne Attractivity 2018-2022

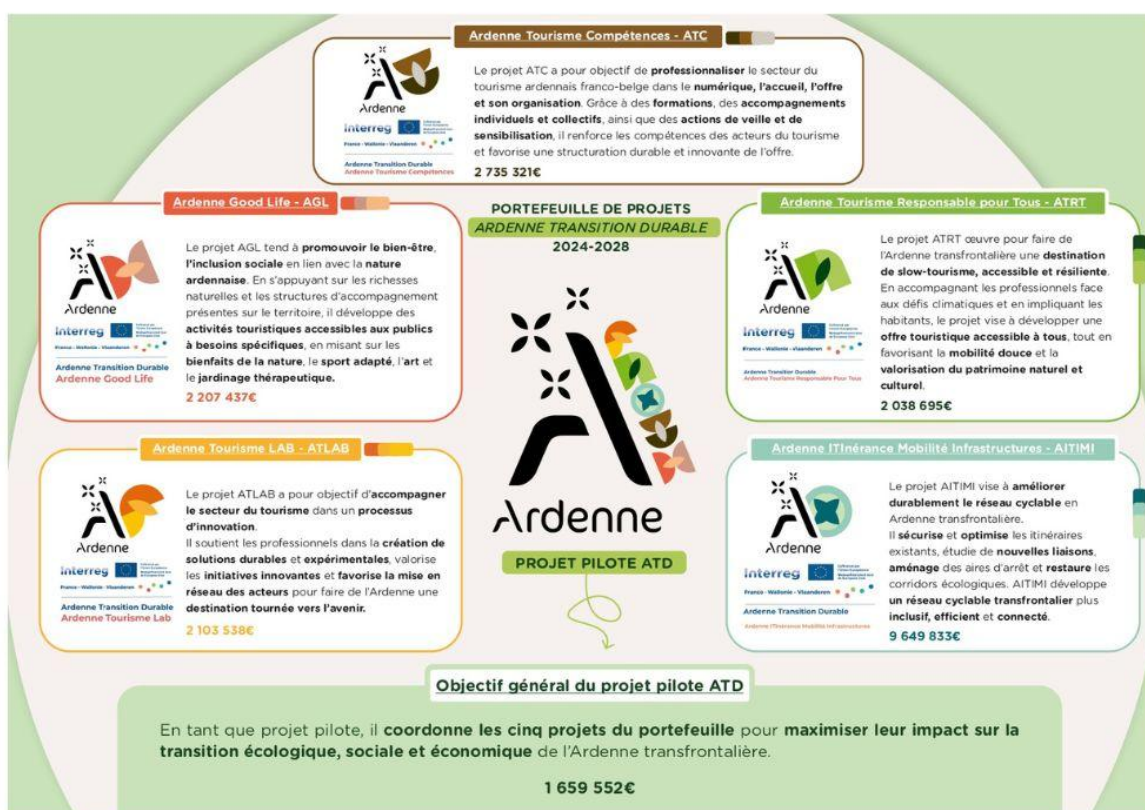


Figure 9 : Le portefeuille de projets Ardenne Transition Durable 2024-2028

source : Dépliant présentation ATD, 2025

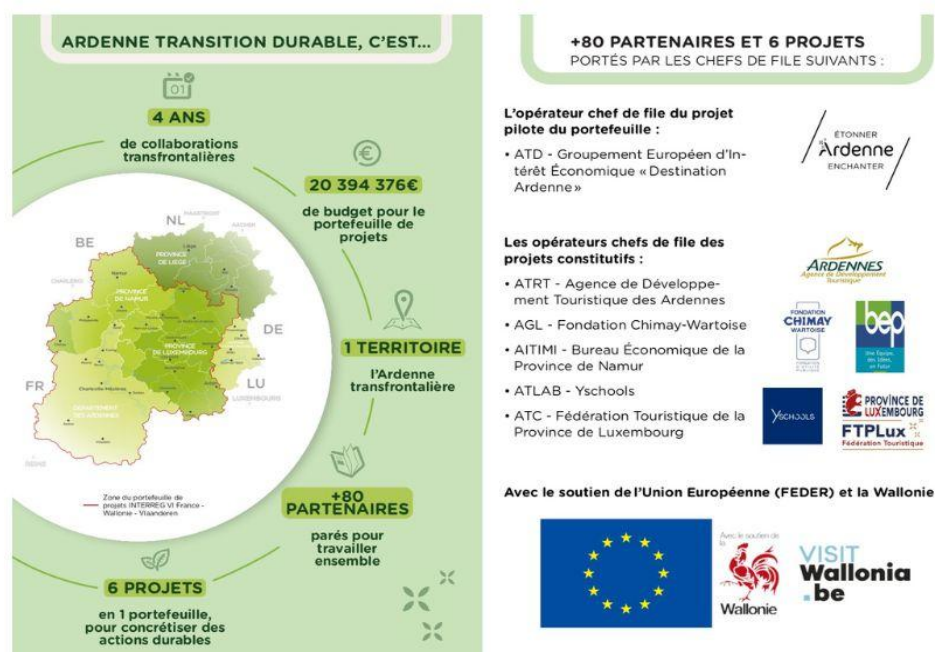


Figure 10 : Ardenne Transition Durable en résumé

Ce portefeuille de projets répond à des enjeux renforcés par les crises climatique, sanitaire et économique. Il ambitionne d'agir sur les trois piliers du développement durable à l'échelle du territoire transfrontalier ardennais.

Ainsi, la coopération Interreg, pilotée par le GEIE Destination Ardenne, apparaît comme un instrument structurant pour le développement touristique de l'Ardenne.

Chapitre 2 : Les Ardennes : diagnostic territorial et dynamiques touristiques transfrontalières

Le département des Ardennes est un territoire frontalier à la Belgique, proche de Reims, ville reconnue mondialement pour son champagne et appartenant à la région Grand Est. Les Ardennes tirent leur nom des vastes forêts qui couvrent leur territoire. Le nom Ardenne renvoie à la déesse « Arduinna », d'origine celtique, protectrice de la forêt d'Ardenne. À travers les époques, les Ardennes ont été un carrefour et une zone de passage. La Meuse, fleuve traversant la région, a joué un rôle essentiel dans les échanges et les déplacements. Les Ardennes ont été le théâtre de plusieurs conflits marquants de l'histoire. En 1643, la bataille de Rocroi s'y est déroulée, suivie en 1870 par la bataille de Sedan. La région a également été occupée durant la Première Guerre mondiale en 1914, puis à nouveau dès 1940 lors de la Seconde Guerre mondiale.

1. Diagnostic territorial

Le diagnostic territorial des Ardennes vise à analyser les atouts, les défis et les dynamiques qui façonnent ce territoire à la croisée de la France, de la Belgique et du Luxembourg. En s'appuyant sur des données socio-économiques, démographiques et touristiques, il permet de dresser un état des lieux précis, d'identifier les leviers de développement et d'orienter les stratégies futures pour renforcer l'attractivité et la compétitivité des Ardennes.

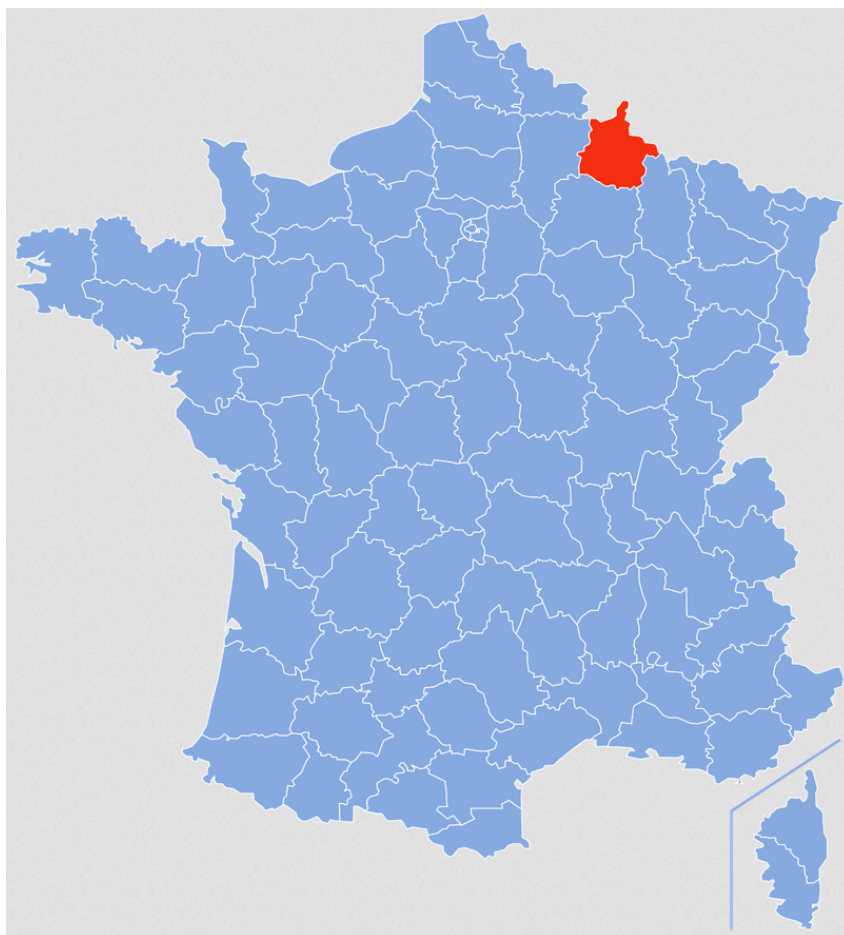


Figure 11 : Situation géographique des Ardennes

source : [Carte des Ardennes - Carte du département 08](#)



Figure 12 : Les communautés de communes des Ardennes

source : Comersis, 2017

1.1 Les dynamiques démographiques des Ardennes : déclin, vieillissement et contrastes territoriaux

Les Ardennes connaissent une évolution démographique marquée par un déclin progressif de leur population, influencé par la désindustrialisation, le départ des jeunes et un solde naturel négatif. Cette tendance, qui s'inscrit dans un contexte de

mutation économique, façonne la répartition territoriale et les dynamiques locales, avec des disparités entre les zones urbaines, rurales et frontalières.

Concernant la répartition de la population, près de 45 % de la population des Ardennes se concentre autour des pôles de Charleville-Mézières et Sedan, situés au centre du département. Le reste du territoire est constitué de petites villes, principalement le long de la Meuse, dont la population varie entre 2 000 et 8 000 habitants. Cependant, ces villes connaissent des dynamiques contrastées. Celles de la vallée de la Meuse, comme Revin, Fumay ou Bogny-sur-Meuse, subissent particulièrement les effets du déclin de l'industrie métallurgique (Laménie 2016).

Entre 2016 et 2022, la population des Ardennes n'a fait que diminuer. La commune de Vouziers a enregistré une baisse de 2 %, tandis que Fumay et Revin ont vu leur population diminuer respectivement de 1,8 et 1,7%⁹⁸. Le taux de logements vacants accentue cette tendance, atteignant 16,9 % à Revin, 11 % à Fumay et 10,7 % à Givet en 2009, contre une moyenne régionale de 7,1 %. (Laménie 2016). En 2021, le département comptait 16 745 logements vacants en 2021 contre 8377 en 1968⁹⁹.

En 2011, plus de 25 % des habitants vivaient dans des communes rurales isolées, qui présentent des évolutions divergentes : les zones du nord et de l'est se sont dépeuplées tandis que certaines campagnes au sud et à l'ouest ont gagné des habitants grâce à leur proximité avec les axes routiers ou la métropole de Reims. La frontière belge et luxembourgeoise a favorisé les migrations pendulaires (Laménie 2016).

Le département est marqué par un vieillissement de la population, notamment en raison du départ des jeunes. Entre 2010 et 2021, la part des 15-29 ans est passée de 17 % à 15,4 % au niveau départemental tandis que la part des 60-74 ans est passée de 14,2% à 19,3%¹⁰⁰. Cette tendance s'explique par le manque d'opportunités professionnelles et de formations locales. Les projections démographiques indiquent une poursuite de ce déclin. La population des Ardennes, estimée à 272 000 habitants en 2018, pourrait chuter à 191 000 en 2070, soit une baisse de 81 000 habitants en un demi-siècle. Ce recul s'expliquerait principalement par un solde naturel négatif, avec une diminution des naissances (-46 % d'ici 2070)

⁹⁸ Dossier INSEE - *Populations de référence 2022, évolutions démographiques 2011-2016-2022 Ardennes*, janvier 2025 file:///C:/Users/Hp/Downloads/PopRef2022_dep08_ARDENNES.pdf, consulté le 24 mars 2025

⁹⁹ Dossier complet – Département des Ardennes (08) | Insee, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=DEP-08>, consulté le 24 mars 2025.

¹⁰⁰ Dossier complet – Département des Ardennes (08) | Insee, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=DEP-08>, consulté le 24 mars 2025.

et une hausse des décès jusqu'en 2042, avant une légère baisse par la suite (-8 % sur l'ensemble de la période)¹⁰¹.

Le dépeuplement des Ardennes est un phénomène enclenché depuis les années 1970, en lien avec la désindustrialisation et la difficulté de reconversion économique. En 2021, les ouvriers représentaient 16,1 % de la population, suivis des employés (15,9 %) ce qui représente la majorité de la population ardennaise¹⁰².

¹⁰¹ *Projections démographiques pour les Ardennes - Insee Flash Grand Est - 69*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/7629938#onglet-2>, consulté le 24 mars 2025.

¹⁰² *Dossier complet - Département des Ardennes (08) | Insee*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=DEP-08>, consulté le 24 mars 2025.

1.2 Une accessibilité contrastée dans un territoire rural



Figure 13 : La mobilité dans les Ardennes

source : ANCT, 2021

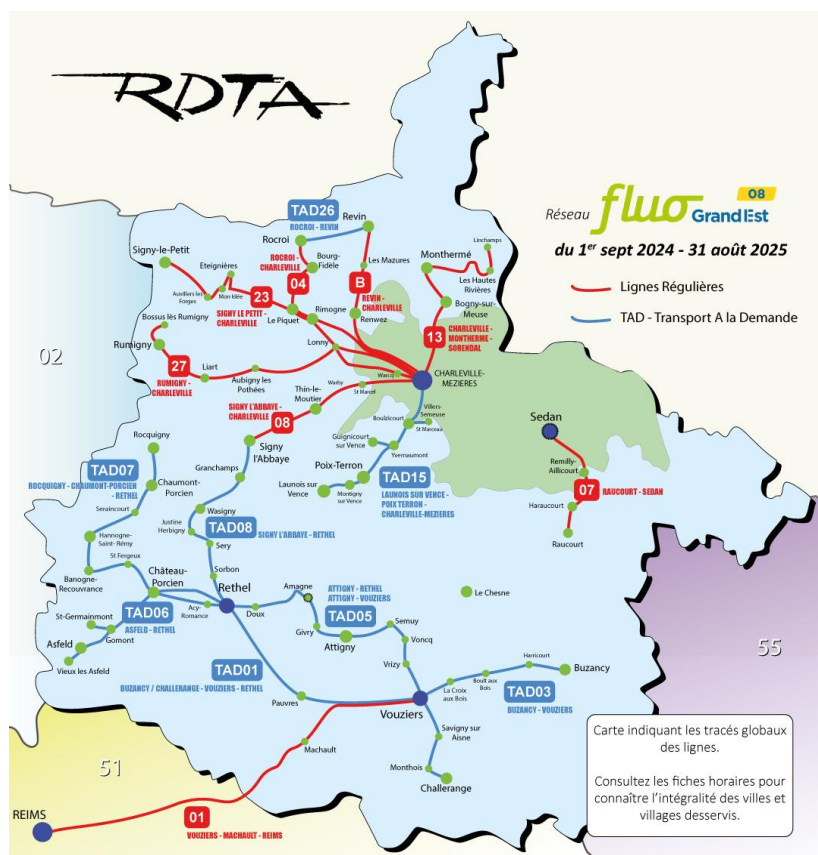


Figure 14 : Le réseau de bus dans les Ardennes

source : RD TA, 2025

Le département des Ardennes dispose d'un réseau de transports en commun relativement performant pour un territoire à dominante rurale. L'axe structurant Paris–Charleville–Mézières–Sedan, desservi par le TGV, permet de rejoindre la capitale en 2h, ce qui constitue un atout majeur pour l'attractivité du territoire. À l'échelle régionale, plusieurs lignes TER assurent les liaisons entre les principales villes ardennaises : Charleville–Mézières–Reims via Rethel, Charleville–Mézières–Givet, ou encore Charleville–Mézières–Sedan. Ces dessertes ferroviaires facilitent les déplacements quotidiens et contribuent à désenclaver certaines zones rurales.

En complément du rail, un réseau de lignes de bus régulières et scolaires couvre une partie du territoire, desservant environ 340 communes. Ces lignes jouent un rôle essentiel, notamment pour les villages non connectés au réseau ferroviaire. Toutefois, en dehors des horaires scolaires ou des lignes principales, la fréquence reste limitée, ce qui rend difficile l'accès aux services ou à l'emploi pour les

populations non motorisées, notamment les jeunes, les personnes âgées ou en situation de précarité.

La dépendance à la voiture individuelle reste donc forte : entre 1999 et 2006, près de 78 % des actifs utilisent leur véhicule personnel pour se rendre au travail, contre seulement 3 % ayant recours aux transports collectifs. Cette situation s'explique par la faible densité du territoire et la dispersion de l'habitat, mais aussi par un déficit structurel d'offres alternatives de mobilité. Entre 1999 et 2006, la distance moyenne domicile-travail a augmenté de 16 %, traduisant un étalement des zones résidentielles, couplé à la concentration des emplois dans quelques pôles¹⁰³.

Sur le plan des mobilités longues distances, Charleville-Mézières bénéficie d'une relative proximité avec des aéroports : l'aéroport de Charleroi-Bruxelles Sud est situé à 95 km, tandis que Paris Charles de Gaulle se trouve à environ 220 km, accessibles via les autoroutes A34 et A304, qui assurent une bonne connexion vers la Belgique, Reims et Paris.

Enfin, les mobilités douces, bien qu'encouragées dans une logique touristique, restent marginales pour les usages quotidiens. Le département dispose d'infrastructures cyclables reconnues, comme la Voie Verte Trans-Ardenne (intégrée à l'EuroVelo 19) ou la Voie Verte Sud-Ardenne. Néanmoins, ces aménagements sont majoritairement conçus pour la pratique de loisir et peu intégrés aux réseaux de mobilité utilitaire, limitant leur usage pour les trajets domicile-travail ou scolaires.

1.3 Une économie en reconversion sur fond d'héritage industriel

Le département des Ardennes s'appuie sur plusieurs pôles urbains structurants. Charleville-Mézières, chef-lieu du département, compte environ 46 000 habitants¹⁰⁴. Sa position géographique stratégique, à proximité de la Belgique et du Luxembourg, est renforcée par un réseau de transport performant. Elle se situe à 50 minutes de Reims, 1h30 du Luxembourg, 2h30 de Bruxelles et Lille, et 2h de Paris grâce à la ligne TGV.

¹⁰³ Les déplacements domicile-travail dans les Ardennes - INSEE Flash - n°146 juin 2012 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1292908>, consulté le 25 mars 2025

¹⁰⁴ Dossier complet - Commune de Charleville-Mézières (08105) | Insee, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-08105>, consulté le 21 juillet 2025.

Sedan, deuxième ville du département avec 16 376 habitants, est connue pour son château médiéval. Elle fait partie d'Ardenne Métropole, communauté d'agglomération regroupant 121 469 habitants autour de l'axe Charleville-Mézières–Sedan. Rethel, troisième pôle urbain du territoire (7 500 habitants), est situé à 37 km de Reims et à 1h10 de Paris. Traversée par l'Aisne, elle constitue également un centre d'attractivité, en lien avec la métropole rémoise.

L'industrie ardennaise s'appuie principalement sur deux secteurs historiques : la métallurgie, implantée le long de la Meuse sur l'axe Givet-Carignan, et le textile, dont le poids économique a considérablement diminué. Autrefois prospère autour de Sedan et Rethel, l'industrie textile a connu un fort déclin, marqué notamment par la fermeture de la manufacture de Tapis Point de Sedan en 2007 (Laménie 2016). Aujourd'hui, la production industrielle se tourne principalement vers l'automobile, un secteur déjà fragilisé par la crise économique de 2008. Afin d'améliorer sa compétitivité, Peugeot a choisi de relocaliser une partie de sa production en Slovaquie¹⁰⁵. Et plus récemment, l'industrie automobile ardennaise a subi de nouvelles difficultés : en 2024, les sites de sous-traitance de Walor, à Bogny-sur-Meuse et Vouziers, ont été placés en liquidation judiciaire avant d'être repris par Forges France, entraînant le licenciement de 102 salariés¹⁰⁶.

La métallurgie ardennaise, historiquement portée par des PME familiales et de grands groupes (Usine de la Chiers, La Macérienne, Arthur Martin, Manil...), a connu un déclin progressif dès les années 1960-1970. Avec l'ouverture à la concurrence internationale, de nombreuses entreprises ont été rachetées ou fermées, entraînant la perte de 25 000 emplois depuis 1975, dont 7 000 entre 2001 et 2013 (Laménie 2016). Certaines entreprises comme la Fonte Ardennaise ou Invicta ont su s'adapter en misant sur l'innovation et le marketing. Quant aux Ateliers de Janves, ils ont été rachetés en 2018 par Walor¹⁰⁷. Dans la vallée de la Meuse, le secteur tertiaire est peu développé et reste en retrait par rapport à l'industrie,

¹⁰⁵ LES ARDENNES : le sinistre industriel de 2 générations, <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-magazine-de-la-redaction/les-ardennes-le-sinistre-industriel-de-2-generations-2388125>, 4 novembre 2006, consulté le 24 mars 2025.

¹⁰⁶ Ardennes : les usines Walor de Vouziers et Bogny-sur-Meuse officiellement reprises par Forges France, 102 salariés licenciés, <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/ardennes-les-usines-walors-de-vouziers-et-bogny-sur-meuse-officiellement-reprises-par-forges-france-102-salaries-licenciés-1974042>, 25 novembre 2024, consulté le 24 mars 2025.

¹⁰⁷ Les Ateliers de Janves, Bogny-sur-Meuse (08120), %entreprises%, <https://www.usinenouvelle.com/les-ateliers-des-janves-bogny-sur-meuse-08120/>, 15 février 2019, consulté le 24 mars 2025.

notamment à Bogny-sur-Meuse (40 % d'emplois tertiaires). En revanche, il est plus présent à Sedan (73 %) et Charleville-Mézières (74,4 %), grâce à leurs zones commerciales. Pour pallier les difficultés économiques, des dispositifs ont été mis en place, comme les primes d'aménagement du territoire dès 1982 et, depuis 2007, le dispositif « Bassin d'emploi à redynamiser » (BER), qui a notamment favorisé l'installation de l'atelier Hermès, positionnant le territoire sur le haut de gamme (Laménie 2016).

Enfin, depuis 2014, l'agence Ardennes Développement vise à promouvoir le département en attirant de nouveaux investisseurs et en renforçant la dynamique économique locale. Son objectif est de fédérer les acteurs autour d'une vision partagée du développement pour renforcer l'attractivité du territoire. Depuis 2017, l'entreprise s'est repositionnée dans l'accompagnement des entreprises industrielles du territoire ardennais¹⁰⁸. Une collaboration a été mise en place avec l'ADT pour les opérations de démarchage d'opérateurs touristiques.

¹⁰⁸ *Ardennes Développement : votre partenaire business*, <https://ardennes-developpement.com>, 18 mars 2025, consulté le 24 mars 2025.

1.4 Présentation du Parc Naturel Régional des Ardennes

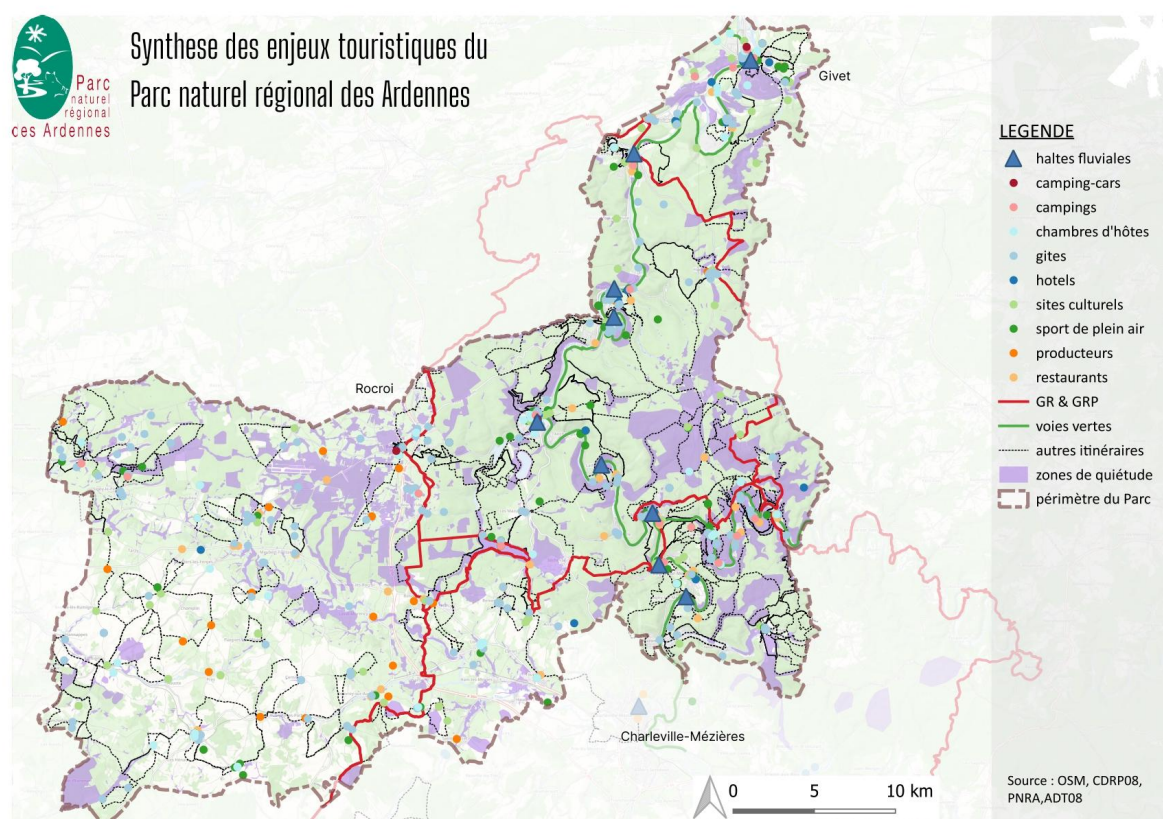


Figure 15 : Synthèse des enjeux touristiques du PNR des Ardennes

source : PNR des Ardennes, 2025

La nature constitue l'un des atouts majeurs des Ardennes. Afin de préserver et de valoriser ce patrimoine naturel, le Parc Naturel Régional des Ardennes a été créé en 2011. Il couvre 92 communes et s'impose comme un acteur central du développement durable du territoire.

Ce vaste espace abrite 50 monuments historiques et offre 1 200 km de sentiers de randonnée, 450 km de circuits VTT et 100 km de voie verte, soit près de 60 % de l'offre touristique du département.

Le Parc mène des actions autour de cinq grandes missions :

- Protéger et gérer le patrimoine naturel, culturel et paysager ;
- aménager le territoire de manière harmonieuse et durable ;
- soutenir le développement économique et social local ;
- accueillir, éduquer et informer le public ;
- expérimenter et innover

La Charte du Parc naturel régional des Ardennes constitue un contrat de territoire volontaire adopté par les collectivités membres, réunies au sein d'un syndicat mixte, répartis sur 9 cantons du Nord du département concrétisant le projet de protection et de développement durable des Ardennes¹⁰⁹. Elle définit pour une durée de 15 ans le projet commun et les actions à mener, conditionnant le maintien du label Parc naturel régional attribué par l'État. Elle définit les objectifs à atteindre, précise les orientations en matière de protection, de valorisation et de développement du Parc, et établit les mesures concrètes nécessaires à leur réalisation.

La Charte actuelle, adoptée en 2011, arrive à échéance en 2026 et fait l'objet d'une révision. Ce processus s'appuie sur un bilan des actions passées, un diagnostic territorial approfondi et une large concertation avec les habitants, élus, associations et acteurs économiques. Quatre ambitions structurent la nouvelle orientation : protéger et valoriser le patrimoine ardennais, valoriser les ressources locales et promouvoir un tourisme durable, faire du territoire un espace résilient et de qualité de vie, et fédérer les acteurs autour d'un projet partagé¹¹⁰. L'ADT des Ardennes est membre de Conseil d'Administration et participe à l'élaboration du plan d'action du PNR.

2. Le développement du tourisme dans les Ardennes

2.1 Le tourisme dans les Ardennes : un levier de reconversion territoriale

Le massif ardennais, à cheval entre la France et la Belgique, constitue un espace transfrontalier marqué par une similarité paysagère, culturelle et historique. Les provinces belges de l'Ardenne comme le département français des Ardennes partagent une identité profondément enracinée dans leur environnement naturel et leur patrimoine culturel : abbayes, mémoire des conflits, traditions artisanales et gastronomie du terroir. Cette base commune alimente un sentiment d'unité territoriale qui transcende les frontières administratives.

¹⁰⁹ Révision de charte : tout savoir !, <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-parcs/charte-et-procedure-de-classement/revision-de-chartre-tout-savoir/>, consulté le 14 avril 2025.

¹¹⁰ Charte du Parc : Objectif 2041 !, <https://www.parc-naturel-ardennes.fr/un-parc/charte-du-parc-objectifs-2041/>, consulté le 14 avril 2025.

Toutefois, l'appartenance à l'identité ardennaise se révèle plus affirmée dans certains secteurs. Le nord du département des Ardennes, les vallées de la Meuse et de la Semois, ainsi que la province belge de Luxembourg incarnent les territoires les plus attachés à l'Ardenne. À l'inverse, des régions comme Namur ou Liège, ou les cantons autour du Sud Ardennes, aux paysages moins typiquement ardennais et aux dynamiques économiques plus diversifiées, affichent une relation plus distanciée à cette identité partagée¹¹¹.

Dans ce contexte, le tourisme apparaît comme un levier stratégique de reconversion et de valorisation territoriale, en capitalisant sur cette singularité transfrontalière. À travers la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel commun, il permet de renforcer la visibilité des Ardennes.

Historiquement marquées par une forte activité industrielle, les Ardennes françaises ont longtemps été perçues comme une destination peu touristique. Ce n'est que dans les années 80-90 que certains élus ont commencé à envisager le tourisme comme un levier de développement territorial. La désindustrialisation, ayant durement touché le département, a rendu indispensable la reconversion de son économie. Dans ce contexte, des initiatives ont été lancées pour mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel du territoire, notamment à travers la création de voies vertes et de véloroutes.

Grâce à son environnement naturel, ses forêts, ses vallées et son calme, le territoire attire désormais un public amateur de sports de pleine nature. La stratégie touristique s'est aussi construite à l'échelle transfrontalière avec la Belgique, en réponse à une baisse de fréquentation dans les Ardennes belges et à un manque de valorisation côté français. Les similitudes géographiques ont favorisé la mise en place d'une offre commune visant une clientèle de proximité, notamment en provenance des Pays-Bas, de Belgique, et du nord de la France, dans un rayon de 300 à 400 kilomètres¹¹².

En 2024, le tourisme¹¹³ représente une composante significative de l'économie locale, contribuant à hauteur de 3 % au PIB des Ardennes. Le territoire dispose de plus de 32 000 lits touristiques, dont environ 15 600 sont marchands. La majorité

¹¹¹ Entretien exploratoire avec un membre du GEIE effectué en mai 2025 (Annexe D)

¹¹² *ibid.*

¹¹³ Ardennes tourisme chiffres clés 2024, Observatoire du tourisme des Ardennes

des hébergements marchands sont répartis entre les campings (41 %) et les hébergements locatifs (43 %), tandis que les hôtels n'en représentent que 13 %.

Cette offre permet d'accueillir plus de 1,2 millions de nuitées par an en hébergements marchands. Les retombées économiques sont estimées à 85 millions d'euros, générant près de 2 700 emplois liés au secteur.

Deux intercommunalités concentrent une grande partie de l'activité touristique : Ardenne Métropole, qui totalise près d'un tiers des nuitées enregistrées et 28 % de la capacité d'accueil, et la communauté de communes Vallées et Plateau d'Ardenne, qui représente environ 16,5 % des nuitées.

La clientèle touristique est majoritairement française (76 %), mais la région accueille aussi une part non négligeable de visiteurs belges (8,3 %) et néerlandais (6,9 %). Les motivations de séjour sont variées : 34 % des visiteurs viennent pour découvrir le patrimoine historique, 29 % pour les traditions locales et les villages, 22 % pour des raisons familiales, et 20 % pour pratiquer la randonnée.

Le territoire s'appuie sur un riche patrimoine naturel : près de 300 km de voies cyclables, dont une partie inscrite dans le réseau EuroVelo, plus de 1 000 km de sentiers balisés, ainsi qu'un parc naturel régional et trois lacs aménagés.

L'offre patrimoniale et culturelle est également dense. Le département compte deux Villes d'Art et d'Histoire (Charleville-Mézières et Sedan), deux Petites Cités de Caractère (Rocroi et Mouzon), ainsi que le plus grand château fort d'Europe à Sedan, d'une superficie de 35 000 m². Quinze musées accueillent chaque année environ 120 000 visiteurs.

L'agenda culturel contribue largement à l'attractivité du territoire, avec des événements de renommée internationale comme le Festival mondial théâtres de marionnettes (155 000 visiteurs), le festival de musique Cabaret Vert (134 000 visiteurs), ou encore le Festival médiéval de Sedan (23 000 visiteurs). L'offre de loisirs comprend par ailleurs plusieurs bases de plein air, un parc animalier, un golf, sept points de baignade et une vingtaine de centres équestres.

2.2 La Meuse et le canal des Ardennes : reconversion touristique d'un patrimoine fluvial

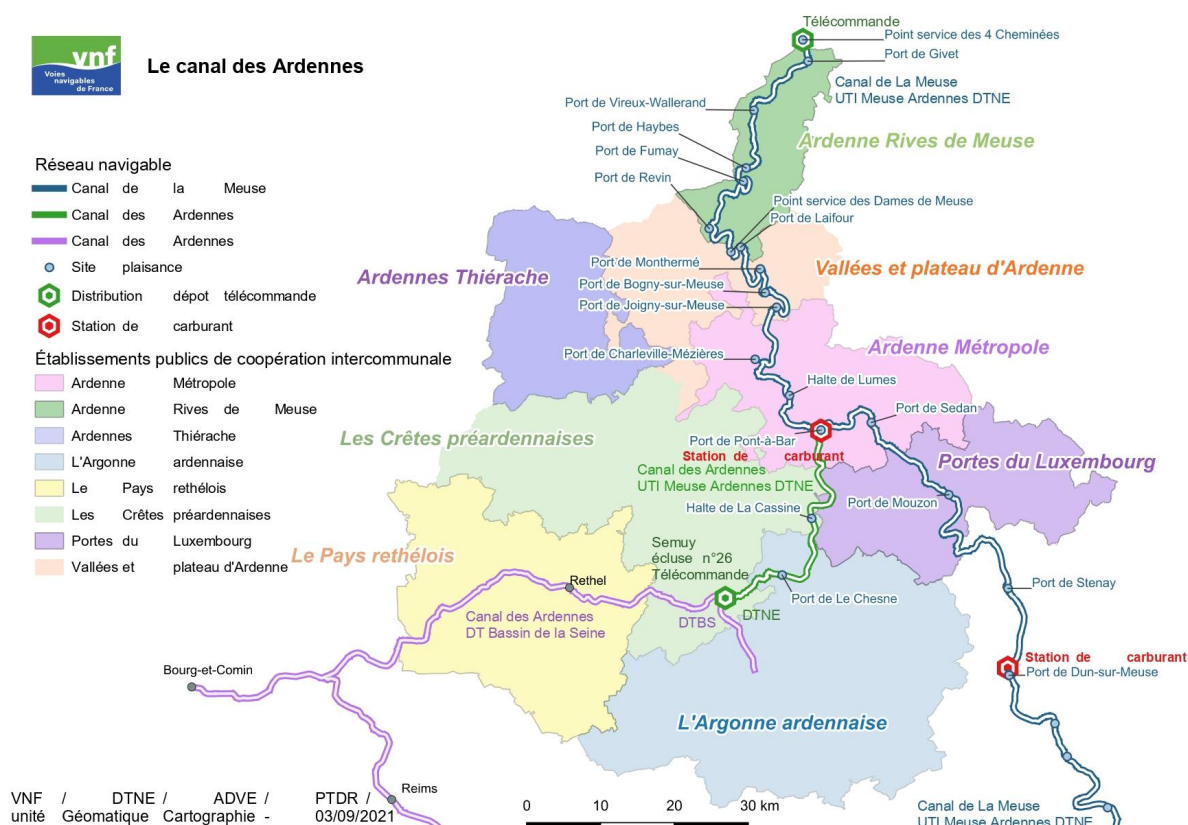


Figure 16 : Les ports de plaisance en Ardennes

source : VNF, 2021

2.2.1 La vallée de la Meuse française : d'axe stratégique à destination fluviale

La Meuse canalisée s'étend sur 133 kilomètres entre Mouzon et Givet, et comprend 25 écluses. Ce tronçon fait partie du cours français de la Meuse, un fleuve international long de 950 kilomètres, qui traverse la France, la Belgique et les Pays-Bas. Prenant sa source à 384 mètres d'altitude à Châtelet-sur-Meuse, dans la Haute-Marne, au pied du plateau de Langres, la Meuse termine sa course en se jetant dans la mer du Nord.

En France, la Meuse s'écoule sur environ 450 kilomètres, traversant les départements de la Haute-Marne, des Vosges, de la Meuse et des Ardennes. Elle reçoit onze affluents principaux.

Le bassin versant français de la Meuse compte environ 500 000 habitants répartis dans 850 communes, rassemblés au sein d'une trentaine de communautés de communes ou d'agglomérations situées en région Grand Est. Ce territoire, à dominante rurale, repose majoritairement sur les activités agricoles et d'élevage, qui occupent 56 % de sa superficie. Les forêts couvrent environ 36 % du territoire (soit 1,9 % de la superficie nationale), tandis que les zones urbaines représentent un peu moins de 8%¹¹⁴.

Au fil des décennies, la Meuse a connu plusieurs crues majeures, notamment en 1983 et 1995. Ces épisodes ont conduit les collectivités à engager des travaux d'aménagement, dont le remplacement progressif des barrages à aiguilles par des ouvrages plus modernes et sécurisés.

L'histoire de la canalisation de la Meuse s'inscrit dans un contexte géopolitique. Après la perte de l'Alsace et de la Moselle en 1871, la France cherche à maintenir un axe stratégique pour l'acheminement des matières premières, notamment vers les bassins sidérurgiques de Lorraine.

Le développement du tourisme fluvial dans la vallée de la Meuse française trouve son origine au début du XXe siècle, grâce à l'initiative de l'association Givet Pittoresque et du syndicat d'initiative de Givet, inspirés par leurs voisins belges. Le premier bateau de promenade à naviguer sur la Meuse côté français s'appelait Le Givet Touristes. Construit en 1908, il cessa son activité après la Première Guerre mondiale¹¹⁵.

Le tourisme mosan s'est d'abord développé en Belgique, notamment à Namur, qui comptait déjà 25 hôtels à la Belle Époque, à la fin du XIXe siècle. La vallée belge de la Meuse séduit alors par son charme pittoresque, ses anciens châteaux et la présence du fleuve. Entre 1870 et 1900, l'hôtellerie y connaît un essor remarquable : les « palaces mosans » voient le jour, tandis que la bourgeoisie namuroise et bruxelloise acquiert en nombre des résidences secondaires¹¹⁶.

¹¹⁴ *Comprendre la Meuse et son territoire*, <https://www.epama.fr/comprendre-la-meuse-et-son-territoire>, consulté le 21 juillet 2025.

¹¹⁵ Entretien effectué avec le capitaine du bateau promenade le Ramsès en juin 2025

¹¹⁶ revue Allumeuse l'été au fil de l'eau n°15, été 2019

En France, la région mosane ne bénéficie pas du même engouement de la part des citoyens. La Première Guerre mondiale, les crues de 1910 et 1926, ainsi que la crise de 1929 marquent un coup d'arrêt brutal à cette période faste de la Belle Époque.

2.2.2 Le canal des Ardennes : d'axe industriel à destination touristique structurée

Ouvert à la navigation entre 1827 et 1836, ce canal constitue un symbole pour le territoire ardennais.

Reliant les vallées de la Meuse et de l'Aisne, ses 88 km ont longtemps joué un rôle clé dans le développement économique et industriel des Ardennes.

Aujourd'hui, bien que le transport de marchandises ait considérablement diminué, ce canal représente un potentiel pour le tourisme, offrant une occasion de valoriser les territoires qu'il traverse.

Le canal, de gabarit Freycinet, relie Dom Mesnil à Berry-au-Bac. Il comporte un total de 47 écluses, dont 33 sont sous la gestion de la Direction Territoriale Nord-Est (DTNE) de VNF, tandis que les 14 restantes sont administrées par la Direction Territoriale Bassin Seine (DTBS).

Le 20 juillet 2022, un Contrat Canal¹¹⁷ a été signé dans le but de soutenir un projet global de développement autour du canal des Ardennes et de construire une stratégie touristique structurée le long de cet itinéraire. Ce contrat, conclu entre VNF et le Département des Ardennes, vise à promouvoir le tourisme fluvial en valorisant les potentialités offertes aux cyclotouristes, plaisanciers et randonneurs.

Piloté par le Département des Ardennes, ce contrat mobilise cinq intercommunalités : Ardenne Métropole, Ports du Luxembourg, Crêtes Préardennaises, Argonne Ardennaise et le Pays Rethélois, ainsi que le Département de l'Aisne et la Communauté de Communes de la Champagne Picarde. La Région Grand Est, VNF et l'État sont également partenaires. Tous les signataires s'engagent pour une durée de dix ans dans une démarche collaborative en faveur du développement touristique le long de la voie d'eau.

Ce partenariat s'articule autour de quatre axes stratégiques :

- Faire reconnaître le canal des Ardennes comme une destination touristique à part entière ;

¹¹⁷ Le canal des Ardennes, brochure du Conseil départemental 08 2025_brochure_contrat_canal_web_pages.pdf

- développer une offre de loisirs de qualité ;
- garantir la continuité des itinéraires doux (vélo, randonnée) entre les territoires voisins ;
- améliorer les équipements et services destinés aux touristes itinérants.

Des investissements publics conséquents ont été engagés pour soutenir ces ambitions. Au total, 15,6 millions d'euros seront mobilisés sur dix ans par la Région, VNF, le Département des Ardennes et les intercommunalités, afin de maintenir la navigation et encourager les activités nautiques. Par ailleurs, la Région Grand Est a engagé 5,5 millions d'euros spécifiquement pour développer l'offre touristique de part et d'autre du canal, à travers le dispositif « Soutien au développement du tourisme fluvial et fluvestre ».

Depuis la signature du contrat, les partenaires se réunissent en comité pour étudier les projets proposés. Ils assurent un accompagnement technique et/ou financier auprès des porteurs de projets s'inscrivant dans la stratégie touristique commune.

2.3 Les Ardennes à vélo

2.3.1 La Meuse à vélo : un itinéraire touristique transfrontalier structurant

La Meuse à vélo (ou l'EuroVelo 19) s'étend sur 950 km de Langres à Rotterdam et traverse trois pays (France, Belgique, Pays-Bas).

Afin d'accompagner son développement, la Fédération Européenne des Cyclistes (ECF) assure la coordination transnationale de La Meuse à Vélo, en collaboration avec les Pays-Bas, la Belgique et la France. Ce partenariat favorise la coordination en matière de promotion de l'itinéraire ainsi que l'analyse des profils et attentes des cyclotouristes.

Par ailleurs, en France, un comité d'itinéraire a été mis en place depuis 2024 pour coordonner des actions de promotion et structurer l'offre.

Le pilotage du comité d'itinéraire français de l'EV 19 est assuré conjointement par Meuse Attractivité et l'Agence de Développement Touristique des Ardennes. Il a pour missions principales de promouvoir la véloroute et d'en améliorer la qualité, en coordonnant les actions nécessaires à son développement et à son attractivité. Ce comité travaille en partenariat avec l'agence régionale du tourisme Grand Est,

l'agence d'attractivité de la Haute-Marne, le conseil départemental des Vosges, la communauté de communes de l'Ouest des Vosges.

En 2023, la partie française de l'EV 19 a accueilli 246 000 cyclistes. Parmi eux, 43 % étaient des excursionnistes, 30 % des itinérants et 27 % des touristes. Plus de la moitié des cyclotouristes (53 %) étaient français, tandis que 47 % venaient de l'étranger, avec une forte présence de Belges et de Néerlandais¹¹⁸.

Dans les Ardennes, l'itinéraire emprunte exclusivement une voie verte aménagée sur l'ancien chemin de halage, aujourd'hui réhabilité pour un usage touristique. Ce chemin longe la Meuse sur environ 130 kilomètres, de Givet à Mouzon. Aménagée entre 2002 et 2008 par le Conseil départemental, cette voie verte a pour origine un projet lancé dans les années 1980, lorsque certains élus locaux ont commencé à envisager une reconversion touristique du territoire. Le chemin de halage, autrefois réservé au tirage manuel ou animal des péniches, avait été interdit aux vélos dès 1932 pour des raisons de sécurité. Il a fallu attendre 1997 pour que le Conseil général vote une première délibération actant son aménagement, avec des travaux engagés cinq ans plus tard¹¹⁹.

¹¹⁸ Le profil des pratiquants du vélotourisme, ADT 08, 2023 [Le profil des pratiquants du vélotourisme](#)

¹¹⁹ *Retour aux origines de la Voie verte*, <https://www.lunion.fr/art/535343/article/2015-08-26/retour-aux-origines-de-la-voie-verte> , 27 août 2015, consulté le 10 juillet 2025.

2.3.2 Développement des voies vertes dans les Ardennes



Figure 17 : Les voies cyclables dans les Ardennes

source : ADT des Ardennes, 2023

En 2020, le Conseil départemental des Ardennes, en partenariat avec VNF, a lancé la voie verte Sud Ardennes. Cette véloroute de 110 km relie Pont-à-Bar (08) à

Berry-au-Bac (02), suivant le canal des Ardennes puis le canal latéral à l'Aisne, entre La Meuse à Vélo et la V30. Cofinancée à hauteur de 14 millions d'euros hors taxes par le Département, la Région, l'État, l'Europe et cinq intercommunalités traversées, elle se connecte à la voie verte Trans-Ardenne, facilitant ainsi la liaison entre Givet et le département de l'Aisne.

Dans le cadre des précédents projets Interreg, d'autres véloroutes ont également été développées, comme la Centre Ardennes qui relie l'EV5 à l'EV19, ou la voie touristique transemoysienne, qui connecte le réseau belge RAVeL (Réseau autonome des voies lentes) au niveau de Vresse-sur-Semois, intégrée à la véloroute transfrontalière Lesse et Semois.

Ce réseau est « *constitué des voiries destinées exclusivement aux usagers non motorisés tels que les piétons, y compris les personnes à mobilité réduite, les cyclistes, les cavaliers* »¹²⁰. Il s'appuie principalement sur d'anciens chemins de halage et des voies ferrées désaffectées, reconvertis en voies vertes. Ce réseau forme un maillage structuré de 10 itinéraires régionaux et 4 itinéraires internationaux, couvrant l'ensemble du territoire wallon.

Avec un linéaire total de 1 516 kilomètres, le RAVeL est géré par le Service public de Wallonie (SPW). En parallèle de ce réseau structurant, de nombreuses autres voies vertes existent en Wallonie. Celles-ci, souvent plus locales, sont aménagées et entretenues par les communes.

De plus, le système des points-nœuds, initialement développé aux Pays-Bas, en Flandres et en Allemagne, se déploie désormais dans les Ardennes grâce aux projets Interreg AITIMI et ATRT. Ce réseau permet aux cyclotouristes de prolonger leur séjour en proposant chaque jour différentes boucles personnalisables. En effet, basé sur un jalonnement et une numérotation des intersections, il guide les usagers vers d'autres points numérotés, facilitant ainsi la création d'itinéraires sur mesure. Dans les Ardennes, le réseau est en cours de développement. Le projet Interreg AITIMI prévoit d'étendre le maillage déjà déployé en province de Namur et au Luxembourg vers les Ardennes françaises. Il ambitionne également de renforcer les liaisons entre les différents territoires et de densifier les réseaux luxembourgeois et namurois dans les zones frontalières.

¹²⁰ Les différentes voiries empruntées, <https://ravel.wallonie.be/home/tips/les-differentes-voiries-empruntees.html#RAVeL>, consulté le 22 juillet 2025.

En complément, depuis 2018, le Club Voies Vertes, animé par le Conseil départemental, réunit régulièrement les communes, leurs représentants, ainsi que l'ADT et le PNR des Ardennes. Cette structure informelle joue un rôle clé dans la coordination des actions visant à valoriser et développer les infrastructures cyclables du territoire.

2.4 La randonnée dans les Ardennes

La gestion du balisage des chemins de randonnée dans les Ardennes repose sur une collaboration entre les EPCI et le Comité départemental de la randonnée pédestre (CDRP)¹²¹. Ce dernier représente la Fédération française de randonnée auprès des acteurs locaux, tels que les collectivités, l'ADT et les communes. Il joue un rôle central dans la promotion de la randonnée à l'échelle départementale, en participant à la création, au balisage et à l'entretien des itinéraires. Il assure également la maintenance des sentiers de grande randonnée nationaux et internationaux qui traversent le territoire. Par cette action, il contribue activement au développement touristique local et à la valorisation des pratiques de pleine nature, en encourageant la randonnée sous toutes ses formes.

Dans cette dynamique, le projet Ardenne Tour – Sur les traces d'Arduinna – incarne une initiative structurante pour le territoire. Proposé conjointement par l'ADT des Ardennes et le Comité départemental de la randonnée, ce sentier de grande randonnée de pays propose un itinéraire d'environ 300 kilomètres. Il relie plusieurs sites emblématiques, tels que le lac des Vieilles Forges, Sedan, Monthermé et le lac de Bairon. Ce circuit permet également de rejoindre plusieurs itinéraires majeurs : le GR® 654 à hauteur de Signy-l'Abbaye, le GR® 16 à Monthermé, et le GR® 14 aux abords de Bairon. Ce GRP permet de compléter le Tour des Ardennes à pied existant sur la partie belge et qui trouve à travers cette partie française le dernier maillon nécessaire pour boucler totalement cet itinéraire de découverte de l'Ardenne transfrontalière.

La partie nord de cet itinéraire sera candidate pour l'obtention du label européen Leading Quality Trails – Best of Europe, une reconnaissance attribuée aux itinéraires de randonnée répondant à des critères de qualité, d'accessibilité et d'attractivité touristique.

¹²¹ CDRP08 - Site web, <https://ardennes.ffrandonnee.fr/html/726/le-role-d-un-comite>, consulté le 22 juillet 2025.

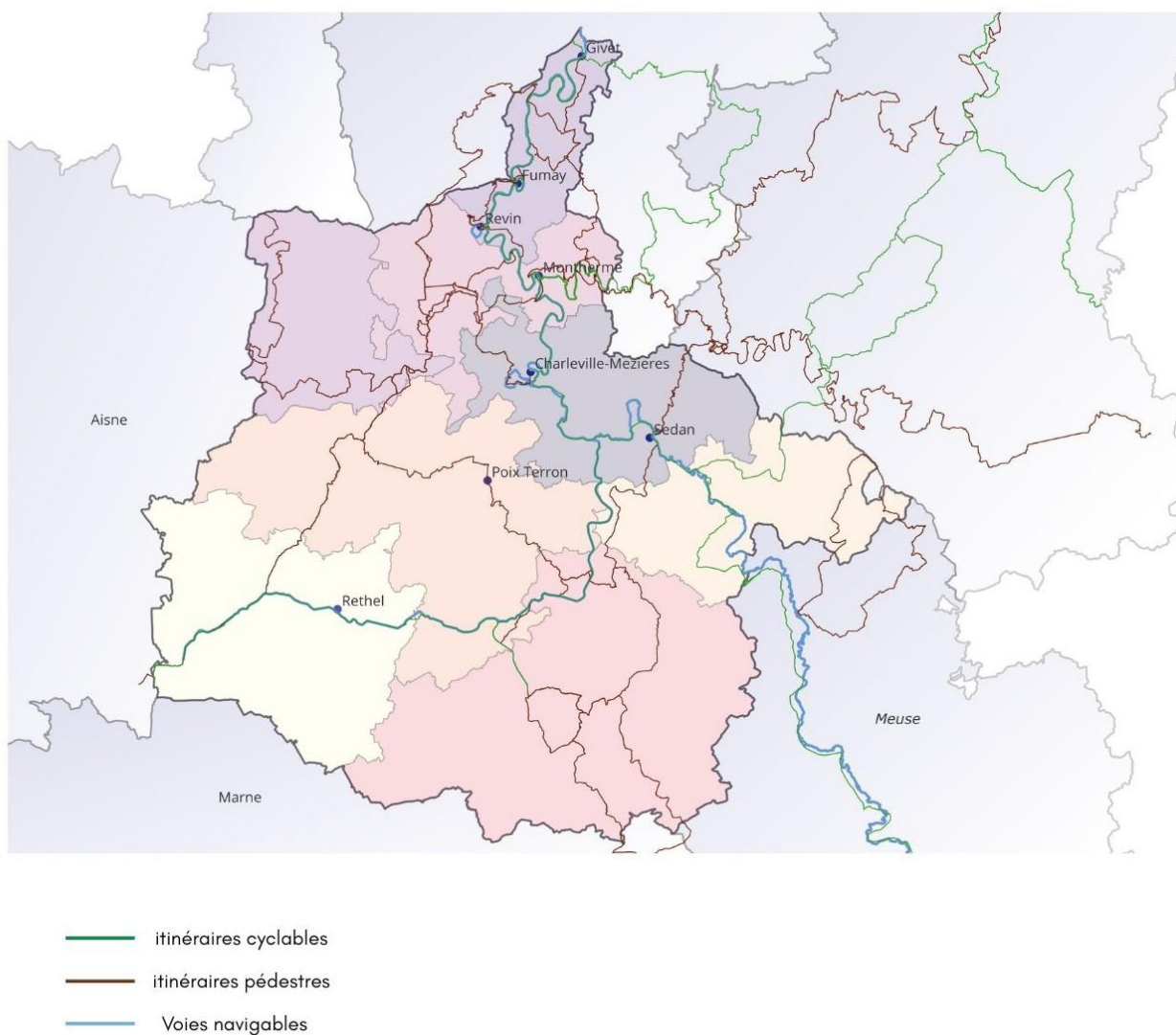


Figure 18 : Carte des voies cyclables et des randonnées pédestres dans les Ardennes

source : réalisation personnelle, 2025

Chapitre 3 : Définition des hypothèses : le tourisme fluvestre dans les Ardennes

La phase de définition des hypothèses constitue une étape essentielle de notre démarche de recherche. Elle permet de traduire nos questionnements en propositions vérifiables sur le terrain. Dans le cadre de cette étude, nous nous intéressons au tourisme fluvestre, c'est-à-dire aux activités touristiques liées à la navigation de plaisance et à la valorisation des voies d'eau.

Dans les Ardennes, ce secteur représente un potentiel stratégique pour l'attractivité territoriale, notamment en lien avec le développement transfrontalier et les dynamiques de tourisme lent. Les hypothèses que nous allons formuler s'appuient sur l'analyse préalable du territoire et sur le rôle des acteurs institutionnels, afin de guider la confrontation entre nos anticipations théoriques et les réalités observées sur le terrain.

1. Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement

Cette hypothèse suppose que la mise en valeur des voies d'eau pour le tourisme fluvial, lorsqu'elle est articulée à des pratiques d'itinérance douce, peut contribuer à une gestion durable de l'environnement. La vérification de cette hypothèse passera par l'observation de l'offre existante, des pratiques des plaisanciers et des politiques publiques en faveur du tourisme fluvial et de l'itinérance douce, afin d'évaluer dans quelle mesure elles participent réellement à une gestion durable des milieux naturels.

1.1 Le tourisme fluvestre comme levier de préservation de l'environnement

Depuis les années 1970, la gestion de l'environnement s'est progressivement imposée comme une priorité des politiques publiques. Les grands principes qui la fondent ont été établis lors de la première Conférence des Nations Unies sur l'environnement, tenue à Stockholm en 1972, marquant une étape majeure dans la reconnaissance internationale des enjeux environnementaux. C'est dans ce contexte

qu'émergent les premières réglementations d'envergure, notamment en matière de protection de l'eau en France dès 1976. La gestion de l'environnement vise à prévenir les atteintes à l'environnement, à réduire celles qui ne peuvent être totalement évitées, et à compenser les impacts résiduels. Lorsque ces conditions ne peuvent être remplies, la pertinence du projet lui-même peut être remise en question. Cette approche traduit une volonté de concilier développement humain et protection des écosystèmes, en intégrant des considérations environnementales dès la conception des politiques et aménagements (Bastiège et Favreau 2022).

Le tourisme fluvestre s'inscrit dans une logique d'itinérance douce, combinant la navigation, le cyclotourisme et la randonnée. Ces formes de mobilité, lentes et non motorisées pour la plupart, favorisent une fréquentation plus diffuse des territoires, limitant la pression sur les espaces naturels les plus sensibles. Frédéric Millet (2018) explique que

« En Europe, le tourisme fluvestre est spontanément rattaché à la famille du slow tourisme et à celle de l'écotourisme en raison de sa lenteur (vitesse autorisée de 6 à 8 km/heure en général sur les canaux) et des destinations proposées, au cœur de la nature, non loin des bassins émetteurs. »

En parallèle, plusieurs acteurs publics œuvrent pour réduire l'impact écologique de la navigation. VNF a, par exemple, mis en place depuis 2024 un abattement des péages fluviaux pour les bateaux électriques, hybrides ou fonctionnant au biocarburant. Ce dispositif a déjà bénéficié à 16 % de la flotte de tourisme fluvial. VNF mène aussi un programme de modernisation des services à quai, avec le développement de bornes électriques pour recharger les batteries et de systèmes pour la vidange des eaux usées.

Ces efforts témoignent d'une volonté de faire évoluer la plaisance vers un modèle plus respectueux des milieux aquatiques, en accompagnant la transition énergétique et en favorisant les mobilités durables sur les réseaux navigables.

Enfin, les équipements de loisirs en bord de fleuve constituent également une opportunité stratégique, ils peuvent :

- renforcer la résilience urbaine face aux inondations en préservant ou en réhabilitant les zones d'expansion de crues ;
- protéger le foncier sensible, en limitant l'urbanisation des berges ;

- favoriser la renaturation des rivières urbaines, notamment par la réouverture d'affluents canalisés ou enterrés ;
- offrir des espaces verts multifonctionnels, bénéfiques à la fois pour le bien-être des habitants et la biodiversité.

Les loisirs aquatiques peuvent ainsi répondre aux attentes récréatives tout en contribuant à un aménagement durable des milieux fluviaux.

En somme, le tourisme fluvestre gagnerait à intégrer les spécificités environnementales des territoires traversés, en s'inspirant des principes du tourisme régénératif¹²². Issu du concept d'économie régénérative, ce modèle vise non seulement à limiter les impacts, mais aussi à contribuer activement à la restauration des écosystèmes. Le tourisme régénératif ambitionne de laisser les lieux visités dans un état meilleur qu'à l'arrivée. Il invite ainsi les visiteurs à devenir des acteurs responsables, engagés dans la préservation et la valorisation des milieux naturels et sociaux.

1.2 Vers un tourisme fluvestre durable dans les Ardennes

Les cours d'eau et leurs rives constituent des milieux écologiquement sensibles, riches en biodiversité, mais vulnérables aux usages intensifs. Le tourisme fluvestre peut représenter une source de perturbation écologique : pollution des eaux par les hydrocarbures ou produits ménagers, rejet direct des eaux usées, déchets flottants, nuisances sonores, ou encore perturbation de la faune aquatique.¹²³

Pour limiter ces effets, certains territoires ont amorcé une dynamique de sensibilisation au développement durable. Dans les Ardennes, les ports de Monthermé et Revin ont été labellisés Pavillon Bleu, un label exigeant en matière de qualité environnementale. Il impose des équipements adaptés pour le traitement des eaux usées, le tri des déchets, la propreté des quais, et inclut des actions de sensibilisation environnementale à destination des plaisanciers (usage de produits biodégradables, éducation à la préservation de l'eau, signalétique informative).

En parallèle, plusieurs haltes sont labellisées Accueil Vélo comme les capitaineries de Fumay et de Vireux Wallerand, intégrant la logique d'intermodalité douce. Ces

¹²² Les carnets pratiques n°19 de l'Institut Paris Région, "Valoriser les territoires par un tourisme fluvial durable, mai 2025 https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack5/Etude_3101/cp17_BAT_web.pdf

¹²³Influence du tourisme fluvial sur l'eau, Environmental footprint of fluvial tourism, [EFFT LEARNING MATERIALS AND CASE STUDIES \(FRA\).pdf](#)

points d'étape favorisent la combinaison entre navigation et cyclotourisme, renforçant la cohérence d'une offre fluvestre bas carbone.

À l'échelle transfrontalière, les portefeuilles de projets Interreg Ardenne Attractivity et Ardenne Transition Durable renforcent cette orientation. Ils visent à faire de l'Ardenne un territoire écotouristique de référence, en agissant sur plusieurs leviers : développement des voies vertes connectées au réseau belge, création d'une signalétique harmonisée, communication sur l'Ardenne comme destination durable.

Si les initiatives menées dans les Ardennes constituent un pas important vers un tourisme fluvestre plus durable, elles ne doivent pas masquer les défis encore à relever. L'obtention de labels comme le Pavillon Bleu ou Accueil Vélo témoigne d'une volonté de mieux faire, mais leur portée reste localisée et parfois limitée.

2. Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers

Cette hypothèse postule que la valorisation du tourisme fluvestre, en permettant la circulation des personnes et la mise en réseau des territoires riverains, favorise le rapprochement entre populations locales et visiteurs. Dans un contexte transfrontalier comme celui des Ardennes, cette dynamique prend une dimension particulière :

- Elle stimule les échanges culturels
- Elle renforce la coopération sociale et institutionnelle.
- Elle contribue à l'appropriation partagée du territoire.

La vérification de cette hypothèse nécessitera d'analyser les interactions générées par le tourisme fluvestre.

2.1 Un vecteur d'inclusion sociale et de revitalisation culturelle des territoires fluviaux

le tourisme social vise à :

« donner accès aux pratiques touristiques au plus grand nombre de personnes, pour favoriser la mixité des publics. Le tourisme est dit accessible pour évoquer l'accueil

de personnes en situation de handicap. Les termes de tourisme inclusif ou tourisme pour tous désignent de façon plus générale un tourisme qui profite au plus grand nombre, quels que soient les types de freins, et qui favorisent la mixité des publics.

»¹²⁴

La voie d'eau crée du lien social, grâce à des espaces conviviaux. Elle permet d'expérimenter de nouvelles pratiques (expositions culturelles, concerts, cinémas en plein air...) et contribue à diffuser la culture auprès du plus grand nombre. Les collectivités territoriales contribuent, de leur côté, à améliorer la qualité de vie des habitants en valorisant les espaces fluviaux, et jouent un rôle essentiel dans la promotion d'un sentiment d'appartenance au quartier et à la ville.

Le tourisme fluvestre, en s'appuyant sur les voies d'eau peut participer à renforcer l'ancrage culturel et identitaire des territoires traversés. Il permet une lecture du paysage entre nature, patrimoine et mémoire industrielle.

L'itinérance fluvestre favorise l'immersion, le contact avec les habitants et la découverte des spécificités locales. Elle facilite aussi l'émergence de nouveaux usages collectifs de l'espace, à travers la réappropriation des berges, la création de guinguettes, d'animations de plein air, ou de haltes fluviales accueillantes.

Dans les Ardennes, ce lien entre tourisme fluvestre et tissu local se manifeste dans des initiatives comme la valorisation des maisons d'éclusiers, la création de guinguettes éphémères en bord de Meuse comme les quais de la Maline partenaire de Cap Ardenne Events, entreprise prestataire d'activités nautiques, ou encore le développement d'activités combinant sports de nature et vie locale. Ces dynamiques participent au lien social autant qu'à l'attractivité du territoire. L'exemple de l'association Transport Culturel Fluvial¹²⁵ basée à Lille montre également comment l'art itinérant sur voie d'eau peut contribuer à mobiliser les habitants, renforcer le lien fleuve-communes et requalifier les friches portuaires. Les spectacles sur péniches ou depuis les berges, souvent gratuits ou accessibles à tous, incarnent une culture "hors les murs" et proximité citoyenne. Ces initiatives culturelles, si elles s'appuient sur un aménagement adapté des berges, favorisent une animation fluvestre sociale et culturelle.

¹²⁴Les carnets pratiques n°19 de l'Institut Paris Région, "Valoriser les territoires par un tourisme fluvial durable, mai 2025 https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack5/Etude_3101/cp17_BAT_web.pdf

¹²⁵Les carnets pratiques n°19 de l'Institut Paris Région, "Valoriser les territoires par un tourisme fluvial durable, mai 2025 https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack5/Etude_3101/cp17_BAT_web.pdf

2.2 Une dynamique à encadrer : prévenir les conflits d'usage et penser les équilibres territoriaux

Si le tourisme fluvestre offre un fort potentiel de cohésion sociale et de valorisation culturelle, il ne va pas sans tensions d'usage qu'il convient d'anticiper. La cohabitation entre les usages touristiques, économiques et résidentiels peut générer des conflits locaux.

Parmi les sources récurrentes de frictions figurent les nuisances sonores ou lumineuses liées à des événements festifs ou à des rassemblements sur les berges, ainsi que la conciliation d'usage entre cyclotouristes, familles et promeneurs. Les activités nautiques peuvent, par exemple, entrer en conflit avec le transport fluvial de marchandises ou perturber la tranquillité des riverains. De même, l'appropriation ponctuelle mais exclusive de certains espaces publics par une clientèle touristique peut se faire au détriment des usages locaux.

Les tensions autour de l'utilisation partagée des voies vertes illustrent la nécessité d'une planification fine et concertée. L'objectif est d'assurer une cohabitation entre habitants, visiteurs, usagers quotidiens et professionnels du fleuve, en veillant à concilier tous les intérêts.

Mettre en place un urbanisme modulable, comme des guinguettes éphémères, des scènes flottantes ou des aménagements temporaires, permettrait d'expérimenter de nouveaux usages avant de les inscrire durablement. Parallèlement, la sécurisation des événements organisés sur ou au bord de l'eau, la coordination avec les réseaux de transport urbain et la prise en compte des contraintes environnementales sont essentielles pour préserver l'équilibre des milieux naturels tout en renforçant l'attractivité fluvestre de manière durable.¹²⁶

3. Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires

Cette hypothèse repose sur l'idée que le développement du tourisme fluvestre contribue à l'animation économique des territoires traversés par les voies d'eau. L'hypothèse postule qu'il agit à la fois comme un levier de diversification et comme

¹²⁶ Les carnets pratiques n°19 de l'Institut Paris Région, "Valoriser les territoires par un tourisme fluvial durable, mai 2025 https://www.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack5/Etude_3101/cp17_BAT_web.pdf

source de retombées économiques directes et indirectes. Pour valider cette hypothèse, l'analyse portera sur les fréquentations des infrastructures fluviales, les dépenses des plaisanciers, ainsi que sur les retombées économiques perçues par les acteurs locaux.

3.1 Le tourisme fluvestre : un levier de développement économique local

Le tourisme fluvestre, en s'appuyant sur les voies d'eau comme axes structurants du territoire, peut constituer un moteur de dynamisation économique, en particulier dans les zones rurales. Au-delà de la navigation elle-même, il mobilise un écosystème varié d'acteurs locaux : hébergeurs, restaurateurs, loueurs de bateaux, guides, artisans, producteurs locaux, structures culturelles et sportives.

Selon une étude de Pro tourisme (2025)¹²⁷, le budget moyen prévu par ménage français pour les vacances s'élève à 2 350 €, comprenant toutefois 51 % de séjours sans hébergement payant et des voyages à l'étranger. Rapporté à une personne, cela équivaut à environ 50 € par jour. D'autres études, comme celle d'Easy Voyage (2024)¹²⁸, évaluent ce budget estival à 1 225 € par personne pour 13,7 jours de vacances, soit une dépense quotidienne avoisinant 90 €¹²⁹.

En France, le secteur du tourisme fluvial génère environ 1,4 milliard d'euros de retombées économiques par an et plus de 6 200 emplois directs¹³⁰.

Les touristes français louant un bateau dépensent 49 € TTC par jour, tandis que les clientèles étrangères, plus dépensières, atteignent 68 € TTC par jour, contribuant davantage à l'économie locale. Le tourisme fluvial attire une clientèle âgée de plus de 50 ans avec du pouvoir d'achat. A titre complémentaire, un touriste à vélo dépense en moyenne 68€ par jour sur le territoire.

Les formes que prend le tourisme fluvial sont multiples. Le poids économique des bateaux sans permis représente 109 millions d'euros en France pour 21 500

¹²⁷ TH, 2025, *Etude Protourisme | Les vacances des français en 2025*, <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiqu-de-presse/23960-article/etude-protourisme-les-vacances-des-francais-en-2025>, 14 mars 2025, consulté le 10 juin 2025.

¹²⁸ THIBAUTVIDAILLET, 2024, *EasyVoyage dévoile les intentions d'achat des Français pour les vacances d'été 2024*, Webedia France, <https://fr.webedia-group.com/news/corporate/easyvoyage-devoile-les-intentions-dachat-des-francais-pour-les-vacances-dete-2024>, 2 septembre 2024, consulté le 10 juin 2025.

¹²⁹ Les bateaux de location habitables sans permis, étude sur le fonctionnement et les retombées économiques données 2023-2024, VNF [Les bateaux de location habitables sans permis.pdf](#)

¹³⁰ VNF, la transition du tourisme fluvial s'accélère, dossier de presse 2024 <https://www.vnf.fr/vnf/app/uploads/2024/07/DP-Tourisme-2024.pdf>

contrats signés et environ 440 Équivalent Temps Plein dédiés¹³¹. Les péniches-hôtels et bateaux de croisière, bien qu'en nombre plus restreint, concentrent quant à eux une clientèle à fort pouvoir d'achat, participant à des retombées économiques localisées mais substantielles, notamment dans les escales. Quant aux retombées économiques du tourisme à vélo sont estimées à 11,4 milliards d'euros pour 762 000 ETP¹³².

Dans les Ardennes, l'activité de location de bateaux habitables connaît une reprise progressive depuis la crise sanitaire, avec un pic de performance enregistré en 2022 et une croissance du chiffre d'affaires de plus de 13 % entre 2019 et 2024. La clientèle étrangère constitue 52,5 % des contrats de location, dominée par les Allemands (19 %) et les Belges (16 %). En 2024, 140 contrats ont été signés pour une durée moyenne de séjour de 6,9 jours.

Sur le plan de la fréquentation des voies navigables, VNF a recensé en 2024, 1 129 bateaux de plaisance sur la Meuse (+3 % par rapport à 2019) et 654 unités sur le canal des Ardennes (contre 667 en 2023). Par ailleurs, l'achat de vignettes longue durée (forfaits de 30 jours consécutifs) a progressé en 2023 par rapport à 2019, traduisant une dynamique positive du slow tourisme. En parallèle, la voie verte Trans-Ardennes a généré des retombées économiques estimées à 11,5 millions d'euros en moyenne par an entre 2016 et 2024, confirmant son rôle stratégique dans l'attractivité touristique du territoire.

Cependant, certains indicateurs révèlent des difficultés persistantes : entre 2022 et 2023, le nombre de passages aux écluses dans le bassin Grand Est a chuté de 19,4 %, une baisse largement imputable à des conditions de navigation dégradées par le manque de ressources en eau.

3.2 Tourisme fluvestre : un potentiel à structurer pour des retombées durables

Malgré ses atouts, le tourisme fluvestre ne constitue pas en soi une garantie de retombées durables pour les territoires traversés. Son impact économique reste fortement conditionné par plusieurs facteurs structurels et organisationnels.

¹³¹ Les bateaux de location habitables sans permis, étude sur le fonctionnement et les retombées économiques données 2023-2024, VNF [Les-bateaux-de-location-habitable-sans-permis.pdf](#)

¹³² Amblard Olivier, la France à vélo vers la plus haute marche du podium, revue espace n°376 janvier février 2024

D'une part, la qualité des infrastructures joue un rôle central : aires de service et haltes fluviales aménagées, pistes cyclables sécurisées, signalétique claire, connexions intermodales efficaces, autant d'éléments nécessaires pour favoriser une itinérance fluvestre attractive. L'absence ou l'obsolescence de ces équipements limite l'ancrage territorial des retombées économiques¹³³.

D'autre part, la coordination entre acteurs conditionne la capacité du territoire à capter et redistribuer les flux touristiques. L'Ademe souligne que la gouvernance partagée et l'ancrage local sont deux critères déterminants de la réussite des destinations touristiques durables¹³⁴.

À défaut d'un réseau d'infrastructures adapté, l'itinérance fluvestre se heurte à de nombreuses contraintes qui compliquent son développement et freinent l'engagement des professionnels du tourisme, en particulier en zone rurale. Si l'offre d'hébergement reste largement structurée autour de séjours longs, elle peine à s'adapter aux besoins spécifiques des itinérants de passage, qui ne restent qu'une nuit, arrivent à des horaires incertains et dépendent fortement des aléas extérieurs (météo, état des chemins, imprévus techniques liés aux vélos, etc.).

En l'absence de ces équipements, les itinérants restent perçus comme une clientèle difficile à gérer, et leur accueil est vu comme une charge plutôt qu'une opportunité¹³⁵.

À long terme, cela compromet l'ancrage territorial des retombées économiques liées à l'itinérance, puisque le manque d'infrastructures décourage l'implication durable des hébergeurs, notamment ceux qui pourraient jouer un rôle moteur.

Il devient donc essentiel d'accompagner en priorité les prestataires volontaires, en leur apportant à la fois un soutien technique et une reconnaissance de la valeur ajoutée de leur engagement. Cela suppose aussi une action publique à l'échelle des territoires : sortir des logiques de station ou de pôle captif, et penser l'offre touristique dans une perspective de bassin, connectée, capable d'accueillir et de faire circuler les visiteurs sur des parcours variés et bien aménagés.

En ce qui concerne le tourisme fluvial, selon l'étude des filières menée par VNF en 2019, la plaisance privée est en déclin. De plus en plus de bateaux ne quittent plus leur quai et tendent à être considérés comme de simples résidences secondaires flottantes. Le phénomène est confirmé localement, à l'instar de Compiègne : « *La*

¹³³ Développer le tourisme à vélo dans les territoires, vélo & territoires 2021

¹³⁴ Stratégie de l'ADEME pour la transition écologique et la transformation du secteur du tourisme 2023-2025

¹³⁵ Révéret Christophe, "Construire et mettre en place une offre de tourisme itinérant, pas si facile..." revue espaces 340 janvier 2018

plaisance privée s'éteint lentement. Les plaisanciers vieillissent, les jeunes générations ne s'y intéressent pas, et les bateaux vieillissants peinent à se vendre. Un bateau estimé à 50 000 € en 2016 ne trouve aujourd'hui preneur qu'entre 30 000 et 35 000 €¹³⁶. »

Dans les Ardennes, ces limites sont bien perceptibles. Si la vallée de la Meuse bénéficie de la beauté de ses paysages, certaines portions plus en amont restent peu animées, limitant leur attractivité touristique.

Ainsi, si le tourisme fluvestre offre un potentiel de dynamisation territoriale, sa structuration exige une gouvernance commune et un accompagnement durable des initiatives locales pour éviter qu'il ne devienne une opportunité manquée.

¹³⁶ la plaisance privée, étude sur le fonctionnement et les retombées économiques, 2018-2019, VNF [Plaisance_Rapport-maquett_WEB_150dpi.pdf](#)

Conclusion de la partie 2

Au cours de cette partie, nous avons analysé les fondements institutionnels et les enjeux territoriaux ayant façonné le développement des compétences et du champ d'action de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes, ainsi que la structuration du Groupement Européen d'Intérêt Économique.

L'étude du contexte historique, économique et touristique a mis en évidence la nécessité d'acteurs tels que l'ADT et le GEIE pour assurer la structuration et la valorisation de l'offre touristique transfrontalière.

Cette analyse a révélé plusieurs enjeux majeurs liés au développement du tourisme fluvestre en territoire transfrontalier :

- transition écologique et préservation environnementale ;
- qualité, homogénéité et attractivité de l'offre touristique ;
- mise en valeur du patrimoine fluvial et animation des berges ;
- renforcement du lien social et de l'identité territoriale ;
- retombées économiques locales durables et diversification de l'économie touristique ;
- structuration d'une offre transfrontalière.

Le tourisme fluvestre se situe ainsi au croisement des enjeux environnementaux, économiques, sociaux et culturels.

Partie 3 : Répondre aux enjeux de l'intégration du tourisme fluvestre dans une logique d'itinérance et de développement territorial

Introduction de la partie 3

Après avoir exposé les enjeux du territoire, identifié ses principaux acteurs et formulé nos hypothèses de recherche, cette partie se concentre sur la méthodologie de terrain et les résultats obtenus. Elle présente la démarche adoptée pour analyser l'intégration du tourisme fluvestre au sein de l'offre d'itinérance douce, à travers une enquête combinant approches qualitative et quantitative.

L'objectif est de comprendre en quoi ce mode de tourisme participe au développement territorial durable dans un contexte transfrontalier. Pour cela, l'analyse s'appuie sur des données collectées auprès d'acteurs locaux, de professionnels du tourisme, de plaisanciers et d'usagers des voies navigables, afin d'identifier les enjeux environnementaux, sociaux et économiques liés à cette forme d'itinérance.

Enfin, cette partie propose des préconisations pour renforcer la structuration et la valorisation du tourisme fluvestre, en mettant en lumière son potentiel à favoriser une dynamique territoriale durable et collaborative entre les deux rives de la frontière. En conclusion, la problématique sera abordée ainsi que les limites et perspectives de la recherche.

Chapitre 1 : Cadre méthodologique

Après avoir formulé les hypothèses de recherche, il convient de préciser la méthodologie retenue pour les examiner. L'étude s'inscrit dans une démarche hypothético-déductive, combinant une approche qualitative et l'exploitation de l'enquête quantitative réalisée dans le cadre du stage. Cette articulation permet de confronter les hypothèses à la réalité du terrain tout en enrichissant l'analyse grâce à la complémentarité des deux types de données.

1. Une approche hypothético-déductive pour l'étude du tourisme fluvestre

1.1 La méthodologie hypothético déductive

La méthodologie adoptée dans ce travail relève de la démarche hypothético-déductive, largement mobilisée dans les sciences sociales. Cette approche scientifique repose sur la formulation d'hypothèses directement liées aux problématiques dégagées lors de la revue de littérature et de l'analyse exploratoire du terrain¹³⁷.

L'hypothèse, au cœur de cette démarche, traduit l'esprit de découverte qui anime tout travail scientifique. Elle constitue une proposition provisoire fondée sur une réflexion théorique et une connaissance du phénomène étudié, élaborée lors de l'étape exploratoire. Pour le chercheur, formuler une hypothèse revient à exprimer : « *Je pense que c'est dans cette direction-là qu'il faut chercher, que cette piste sera la plus féconde* » (Marquet, Campenhoudt et Quivy 2022).

Une fois posées, les hypothèses jouent le rôle de fil directeur de la recherche. Elles orientent la collecte et l'analyse des données. La suite du travail consiste à confronter ces hypothèses à la réalité empirique, en vérifiant si les observations recueillies sur le terrain les confirment, les nuancent ou les infirment.

À l'issue de la première partie, trois hypothèses structurent notre étude :

1. *Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement.*

¹³⁷ Bessières Jacinthe, 2023-2024, Cours de méthodologie de recherche

2. *Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers.*
3. *Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires.*

Pour les mettre à l'épreuve, nous avons opté pour une démarche sociologique combinant méthodes qualitative et quantitative, afin de croiser la richesse des observations de terrain et la fiabilité des données chiffrées. Cette double approche permet d'appréhender à la fois la diversité des expériences vécues par les acteurs du tourisme fluvestre et les tendances globales mesurables à l'échelle du territoire.

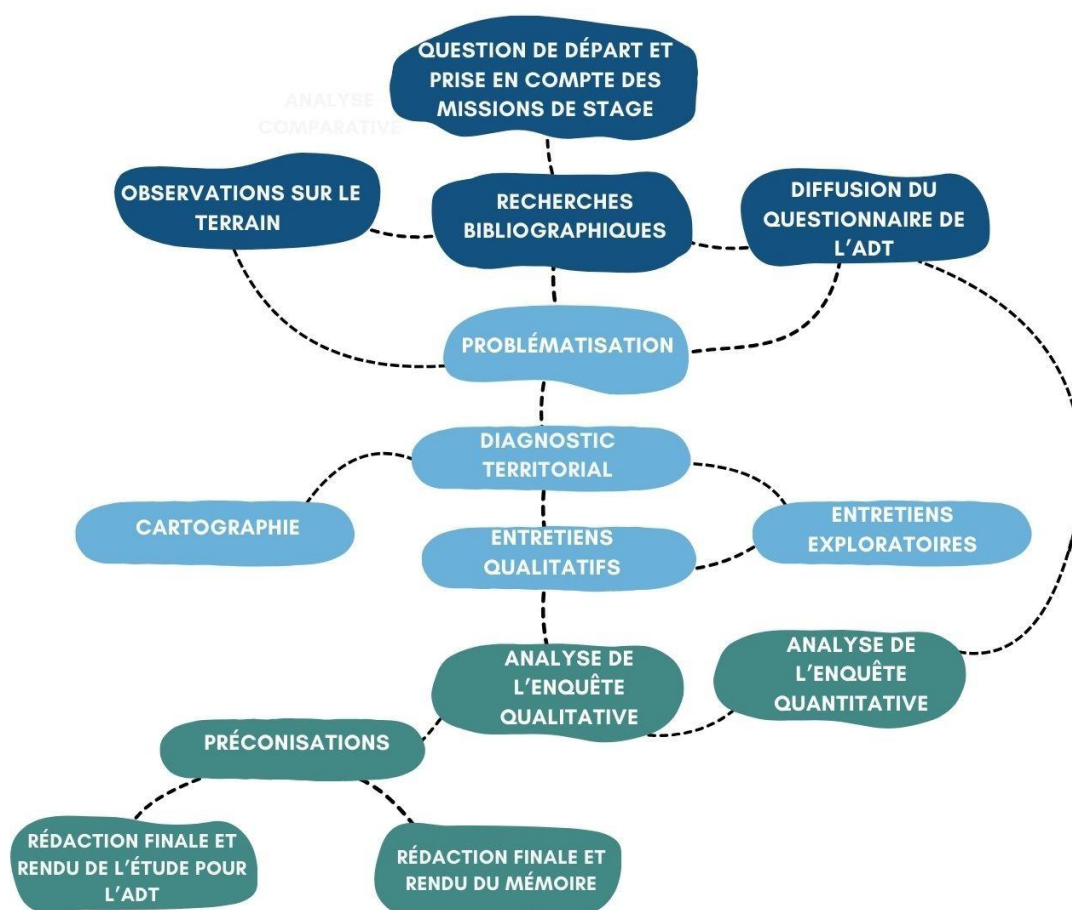


Figure 19 : schéma de méthodologie adoptée pendant le stage et la rédaction du mémoire

1.2 Enquête qualitative

Dans le cadre d'une démarche qualitative, la méthode des *entretiens semi-directifs* en face à face constitue un outil privilégié pour recueillir des données venant compléter un sujet. Elle permet de comprendre en profondeur les représentations, les pratiques et les expériences des acteurs étudiés, en allant au-delà de ce qu'une enquête quantitative pourrait saisir (Barbot 2012).

Les participants sont généralement sélectionnés selon leur pertinence par rapport à la problématique de recherche, ce qui permet d'obtenir une diversité de points de vue tout en garantissant la pertinence des informations collectées. La construction d'un guide d'entretien constitue une étape centrale : il organise les échanges autour des axes principaux de la recherche, tout en laissant une marge de liberté à l'enquêté pour développer ses propos et faire émerger des éléments inattendus.

La posture du chercheur joue un rôle essentiel dans la qualité des données recueillies. Comme le souligne Barbot (2012), il s'agit d'adopter une attitude d'écoute active, neutre et bienveillante, afin de limiter les biais d'influence susceptibles de fausser les propos des participants. Le chercheur doit également veiller à ce que les questions soient formulées de manière claire, non directive et respectueuse du contexte social et culturel des enquêtés.

Sur le plan éthique, la collecte des données repose sur l'obtention du consentement éclairé des participants, qui doivent être informés des objectifs de la recherche, des conditions d'utilisation de leurs propos et de la garantie d'anonymat et de confidentialité. Les enregistrements et transcriptions sont réalisés conformément aux principes du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), afin d'assurer la protection des informations personnelles recueillies.

Les entretiens qualitatifs ainsi menés offrent la possibilité de produire des données approfondies et nuancées, qui peuvent ensuite être analysées pour dégager des régularités, des divergences ou des logiques sous-jacentes, contribuant à la validation ou à l'affinement des hypothèses de recherche.

1.3 Enquête quantitative

Le recours au questionnaire complète les méthodes d'enquête qualitatives en offrant la possibilité de recueillir un volume important d'informations auprès d'un échantillon

élargi de participants. Cette approche présente l'avantage de favoriser une représentativité des répondants et, par conséquent, de permettre des inférences sur l'ensemble de la population étudiée à partir des résultats obtenus.

La préparation d'une enquête quantitative constitue, à ce titre, une étape décisive de la démarche méthodologique. Comme le rappelle Parizot (2012), la qualité de l'analyse repose directement sur la rigueur apportée à la conception du questionnaire. Celui-ci doit être soigneusement élaboré en amont afin de transformer les problématiques de recherche en questions fermées, de sélectionner des variables pertinentes et de garantir la comparabilité des réponses recueillies.

La formulation des questions requiert une attention particulière. Chaque terme employé doit être compris de manière identique par l'ensemble des répondants, tout en ciblant précisément l'information recherchée. Cette vigilance permet de limiter les biais de compréhension et de réduire les risques d'influence sur les réponses, en veillant à ce que le questionnaire demeure centré sur l'objet d'étude initial (Parizot, 2012).

L'ordre des questions constitue également un aspect méthodologique essentiel. Les questions perçues comme sensibles, telles que celles portant sur le revenu ou la situation personnelle, sont généralement placées en fin de questionnaire afin d'éviter un effet de rejet. De plus, l'ordre choisi doit prévenir les effets d'influence entre les questions successives : lorsqu'une question risque d'orienter la réponse à la suivante, il est préférable d'intercaler une question sans lien direct entre les deux (Parizot, 2012).

Enfin, la neutralité des questions et des réponses proposées est fondamentale. Les formulations doivent rester équilibrées et les modalités de réponse précodées ne doivent pas suggérer implicitement ce qui serait attendu ou socialement désirable. En effet, la liste des réponses possibles est interprétée par les enquêtés, parfois de manière inconsciente, comme une indication de ce que le chercheur considère comme légitime ou pertinent. Une vigilance méthodologique s'impose donc à chaque étape de la construction du questionnaire pour garantir la fiabilité et la validité des données recueillies.

2. Conduite de l'enquête de terrain

2.1 Diffusion du questionnaire

Dans le cadre du stage, une enquête quantitative a été menée auprès des plaisanciers. Le questionnaire¹³⁸, déjà préparé avant l'arrivée dans la structure d'accueil, a été immédiatement diffusé afin d'atteindre rapidement un échantillon large.

La distribution s'est effectuée en présentiel, via le personnel d'accueil des haltes et ports de plaisance du département, ainsi que par certains offices de tourisme et socioprofessionnels du secteur. Le questionnaire a été proposé en quatre langues (français, anglais, néerlandais et allemand) correspondant aux nationalités les plus représentées parmi les visiteurs du territoire ardennais.

Les données issues de cette enquête ont été exploitées dans le cadre du mémoire, compte tenu des moyens importants mobilisés pour leur diffusion et de la richesse de l'échantillon obtenu. L'élaboration d'un questionnaire spécifique aurait conduit à des résultats moins représentatifs.

Le questionnaire comporte plusieurs volets :

- motivations de la venue des touristes dans les Ardennes ;
- canaux de communication ayant conduit à la visite ;
- degré de satisfaction concernant les services proposés ;
- services attendus par les plaisanciers ;
- informations sur la composition de l'équipage ;
- transport éventuel de vélos à bord ;
- données sociodémographiques (âge, provenance, etc.).

En somme, cette enquête quantitative offre une vision d'ensemble des profils et attentes des plaisanciers, tout en mettant en lumière leurs comportements et leurs perceptions vis-à-vis de l'offre locale. Les données recueillies serviront de base à la confrontation des hypothèses de recherche avec la réalité du terrain, en complément des investigations qualitatives.

¹³⁸ Annexe A

2.2 Construction et mise en œuvre de l'échantillon qualitatif

Dans le cadre de l'enquête qualitative, l'échantillon a été construit de manière à refléter la diversité des acteurs impliqués ou non dans le développement du tourisme fluvial et dans la coopération transfrontalière ardennaise. L'objectif était de croiser les perceptions et d'identifier des points de convergence ou de divergence entre différents profils d'interlocuteurs.

L'échantillon retenu comprend des élus locaux, des habitants, des socioprofessionnels du tourisme, des acteurs institutionnels et des touristes, permettant ainsi de combiner la vision stratégique, l'expérience du terrain et la perception des usagers.

En amont des entretiens principaux¹³⁹, deux entretiens exploratoires ont été conduits auprès d'experts de la coopération transfrontalière en Ardenne afin de mieux saisir ses dynamiques et d'ajuster le guide d'entretien aux réalités locales. Un troisième entretien exploratoire a été mené auprès d'un passionné de tourisme fluvial, capitaine d'un bateau de promenade à Charleville-Mézières.

Au total, neuf entretiens qualitatifs ont été menés :

- sept entretiens principaux, comprenant deux employés saisonniers, deux socioprofessionnels du tourisme, un ancien élu, un habitant français et une habitante de l'Ardenne belge ;
- trois entretiens exploratoires, dont l'un avec un expert du tourisme fluvial.

Ces entretiens, menés en face à face, ont été structurés autour d'axes thématiques : perception du territoire et de l'attractivité touristique, rôle du tourisme fluvial, effets économiques et sociaux perçus, et enjeux liés à la coopération transfrontalière. Cette approche a permis de collecter des données riches et nuancées, venant compléter l'enquête quantitative menée auprès des plaisanciers.

La réalisation de ces entretiens qualitatifs a constitué une étape déterminante pour confronter nos hypothèses aux réalités du terrain. La diversité des acteurs interrogés a permis de recueillir des points de vue complémentaires, offrant une compréhension fine des enjeux du développement touristique dans les Ardennes transfrontalières.

¹³⁹ Annexe B

L'articulation de ces deux approches, qualitative et quantitative, s'inscrit dans notre démarche hypothético-déductive : elle permet de valider, nuancer ou réinterpréter les hypothèses formulées à partir du cadre théorique.

L'ensemble de ces données constitue désormais la base de l'analyse des résultats, qui vise à mettre en lumière les retombées sociales, économiques et environnementales du tourisme fluvestre, ainsi que les dynamiques de coopération transfrontalière au sein du territoire ardennais.

Chapitre 2 : Analyse des acteurs et dynamiques du tourisme fluvestre ardennais

Le tourisme fluvestre dans les Ardennes s'appuie sur un maillage dense de voies navigables et d'itinéraires cyclables et pédestres, offrant un potentiel significatif de valorisation territoriale. L'objectif de cette analyse est de combiner des approches quantitative et qualitative afin de fournir une compréhension fine des acteurs impliqués, des infrastructures disponibles et des dynamiques socio-économiques qui structurent ce secteur.

L'étude repose à la fois sur des données quantitatives et qualitatives. Cette double approche permet d'identifier les atouts et limites actuels du tourisme fluvestre ardennais, ainsi que les perspectives de développement durable et d'attractivité territoriale.

1. Résultats de l'enquête qualitative

1.1 Profil des participants aux entretiens

Comme présenté dans la section précédente, nous avons mené neuf entretiens semi-directifs, dont trois de nature exploratoire. L'échantillon a été constitué afin de refléter la diversité des profils en lien, de près ou de loin, avec les voies navigables ardennaises et le tourisme fluvestre.

Parmi les personnes rencontrées, deux employées saisonnières en capitainerie : la première, âgée d'une trentaine d'années, installée dans les Ardennes depuis deux ans, travaille à la capitainerie de Fumay ; la seconde, ardennaise de naissance et résidant à Revin, exerce depuis plus de vingt ans à la capitainerie locale.

Nous avons également interrogé un photographe d'une cinquantaine d'années, ancien chef de travaux et plaisancier régulier depuis cinq ans, ainsi qu'un ancien élu local, sexagénaire, résidant au bord de la Meuse.

Le panel inclut aussi un socioprofessionnel du tourisme, originaire du Nord Pas de Calais et installé dans les Ardennes depuis une quinzaine d'années, proposant des randonnées accompagnées d'ânes, ainsi qu'une habitante de l'Ardenne belge, originaire de Namur, rédactrice en chef de la revue AlluMeuse, dont le terrain de reportage s'étend de Namur à Charleville-Mézières et qui est partenaire du GEIE.

Enfin, une professionnelle du tourisme, ardennaise d'origine ayant passé trois décennies à Paris avant de revenir dans la région, complète l'échantillon. Elle organise des activités guidées de canoë sur la Meuse et des visites culturelles dans le secteur de Sedan.

Ce choix d'interlocuteurs visait à couvrir un spectre d'expériences et de points de vue aussi large que possible, permettant ainsi de croiser les perceptions, d'identifier des convergences et divergences, et de mieux comprendre les enjeux et dynamiques liés au développement des voies navigables dans les Ardennes.

1.2 L'analyse transversale de l'enquête qualitative

1.2.1 L'attachement identitaire et la valeur de la nature ardennaise

Le territoire ardennais est fortement marqué par la nature et par la Meuse, qui constituent un ancrage identitaire central. Les reliefs, les forêts et les paysages offrent un cadre unique qui contribue à l'attachement des habitants et à l'attractivité touristique. Comme le souligne un interlocuteur, *« quand on naît au bord de la Meuse on y reste attaché, mais je suis attachée à l'Ardenne de manière plus vaste parce que c'est un territoire qui a pour moi beaucoup de sens et qui a beaucoup de potentiel de développement »*¹⁴⁰. La Meuse, traversant le territoire, est perçue comme la « colonne vertébrale » des Ardennes et un facteur structurant de l'identité locale. Les paysages des boucles de la Meuse, comme à Monthermé, sont également un atout majeur pour le tourisme : *« ils étaient enchantés quoi parce qu'ils pensaient pas que y'avait des choses aussi belles et spectaculaires »*.

La nature joue un rôle central dans la qualité de vie et le bien-être des habitants. Les collines, forêts et sentiers sont décrits comme essentiels au quotidien : *« les collines, les sentiers, les forêts c'est quelque chose dont j'ai besoin et qui est vraiment très agréable par ici »*. La présence d'espaces naturels contribue au bien être des habitants créant un attachement fort à cet environnement préservé : *« ici on a encore la chance d'être fort préservé tant qu'il y a tout ce vert, il y a énormément de vert en fait ça ça devient, ça devient l'impression que ce vert nous fait du bien »*.

¹⁴⁰ Annexe C

Cependant, ce lien fort avec la nature expose le territoire à des pressions liées à l'activité humaine. Les participants à l'enquête évoquent la nécessité de protéger les sentiers et les espaces naturels face à la fréquentation croissante, ainsi que les paradoxes liés aux infrastructures industrielles comme les centrales nucléaires dans un contexte de parc naturel : « *On nous a foutu une centrale nucléaire... on parle de forêt primaire tout ça* ». Les risques de surtourisme et les pratiques d'entretien jugées inadaptées, telles que la tonte excessive des espaces verts, sont également pointés comme des menaces pour la biodiversité : « *ici la mode c'est de tout tondre le temps... et la nature ça elle l'aime pas en fait* ». La pollution, qu'elle soit visuelle, sonore ou olfactive, est considérée comme une conséquence inévitable du développement touristique, nécessitant des mesures de gestion adaptées. Dans ce contexte, le rôle d'acteur comme le PNR est d'organiser le partage de la forêt pour mieux la préserver, en effet un enquêté explique que « *On est tous autour de la table et on peut voir un peu le partage de la forêt. On a quand même un atout, c'est qu'on a le PNR. C'est le PNR des Ardennes. Je pense que le PNR peut justement jouer aussi ce rôle de liant. C'est un PNR, c'est un PNR de la forêt. Et justement, pour que tout le monde s'y sente bien, s'y retrouve et respecte un petit peu la nature* ».

La voie d'eau apparaît comme une ressource touristique encore en devenir. Les randonnées, voies vertes et excursions fluviales attirent un public sportif et international, notamment belge et néerlandais : « *avec le tourisme fluvial, les randonnées, la voie verte... c'est surtout les sportifs qui viennent* ». Les lieux conviviaux en bord de rivière, comme les guinguettes et les terrasses, favorisent l'arrêt des visiteurs et dynamisent l'économie locale : « *dès qu'on met une terrasse à côté d'une rivière ou d'un fleuve, les gens s'y arrêtent c'est inévitable* ». Enfin, les villes et villages ardennais sont invités à repenser l'aménagement des bords de fleuve pour en faire un outil de valorisation touristique : « *les villes et les villages ont intérêt à utiliser leur bord de rivière... il y a moyen de faire ça de manière intelligente* ». Les individus se réapproprient de plus en plus le fleuve « *Mais j'ai l'impression que je vois moi dans mon petit territoire pas de manière plus vaste, que les gens se réapproprient les bords de fleuve* »

Ainsi, la nature et la Meuse constituent à la fois un pilier identitaire et un moteur potentiel pour le tourisme ardennais, à condition que les pratiques d'aménagement, de gestion et de développement touristique soient harmonisées avec la préservation environnementale et l'implication des acteurs locaux.

1.2.2 La frontière franco-blege comme levier de développement territorial

La frontière franco-belge constitue un levier important pour le développement territorial, notamment en matière de tourisme et d'échanges culturels. L'Ardenne transfrontalière présente une identité partagée qui favorise la collaboration et l'émulation entre acteurs français et belges. Comme le souligne un intervenant, *« on a cette identité commune et ces envies communes de travailler ensemble... c'est partager des bonnes pratiques et mettre en commun ce qu'on sait faire de mieux »*. Cette dynamique transfrontalière est perçue comme un multiplicateur d'effets positifs, où *« 1+1 = 3 en transfrontalier »*, c'est-à-dire que les actions menées conjointement prennent une ampleur supérieure à celles réalisées isolément.

La Belgique apparaît comme un modèle en matière de tourisme structuré et innovant. Les capitaineries, comme celle de Namur, ne se limitent pas à l'accueil mais proposent également des activités et des espaces conviviaux : *« près du pont central y'a une capitainerie... y'a un bar, y'a aussi des activités »*. Le balisage des itinéraires via les points-nœuds est également cité comme une pratique efficace et en cours d'adaptation en France : *« tu créé ton itinéraire avec les numéros et t'as pas besoin de carte »*. Les pratiques belges en matière de respect de l'environnement, de valorisation du patrimoine et d'ouverture commerciale ont incité les acteurs français à vouloir faire de même : *« il y avait un fort changement de mentalité... à Bohan, le dimanche... tout est ouvert... c'est la façon d'appréhender l'économie, le tourisme »*. L'exemple des aires de bivouac illustre cette émulation réciproque : *« les aires de bivouac ont été faites en Belgique, on a fait mieux en France... donc c'est pas parce qu'on est français... on peut apprendre d'eux »*.

Cependant, la coopération transfrontalière se heurte à certaines différences administratives et culturelles. Le sentiment d'appartenance varie selon les territoires : *« les Namurois ne sont pas Ardennais... moi je suis gaumais, moi je suis ceci, moi je suis cela »*. De même, les procédures administratives peuvent constituer un frein à

la collaboration : *« il y a des difficultés administratives parfois... qui comprend pas ce qu'on demande, pour des contrats publicitaires par exemple »*. Ces différences montrent la nécessité de développer des outils communs et des dispositifs de coordination pour renforcer l'intégration transfrontalière.

Les échanges culturels jouent un rôle central dans la consolidation des liens entre les Ardennes françaises et belges. Les pratiques et habitudes belges influencent progressivement les habitants français : *« j'ai la culture belge qui ressort un petit peu, je commence à avoir des belgicisms... »*. La convivialité et le goût du rassemblement sont également partagés, favorisant des interactions sociales et culturelles enrichissantes : *« le côté convivial, les Ardennais et les Wallons... aime bien faire la fête, aime bien rassembler, peut-être se mobiliser ensemble pour des causes »*.

Ainsi, la frontière franco-belge apparaît non seulement comme une ligne administrative, mais comme un véritable espace de développement territorial et touristique, fondé sur l'échange, l'émulation et la valorisation d'une identité commune. Le partage des bonnes pratiques, l'apprentissage mutuel et la coopération culturelle constituent des moteurs essentiels pour renforcer l'attractivité et la cohésion du territoire.

1.2.3 La reconversion économique des Ardennes : de la désindustrialisation au tourisme durable

La désindustrialisation a profondément marqué les Ardennes et a agi comme un déclencheur de changement économique. La fermeture progressive des usines, notamment à Revin — *« Oui oui y'a plus d'industries à Revin, toutes les usines, Marti, Porcher, Lebeau... toutes ces usines sont fermées »* — a entraîné une diminution de la population et une perte d'emplois, modifiant considérablement la dynamique locale. Historiquement, la Meuse jouait un rôle central dans l'économie régionale, servant autant au transport industriel qu'au fonctionnement des usines : *« Le fleuve là il a servi énormément au développement de l'industrie, au siècle dernier d'abord le fret par bateau jusqu'à ce qu'on construise le chemin de fer et aujourd'hui voilà à part faire un peu de bateau et aller à la pêche »*. Cette transformation a aussi impacté les pénichiers, autrefois au cœur du transport fluvial,

qui ont dû se reconverter : *«Ce sont plus des péniches de fret les quelques personnes que je connais pénichiers souvent soit des gens qui ont fait une reconversion totale»*. La rivière, autrefois vecteur industriel, est désormais une ressource à revaloriser pour de nouvelles activités économiques.

Dans ce contexte, le tourisme a commencé à émerger comme nouvelle voie de développement, bien que le territoire souffre encore d'un manque de notoriété : *« des efforts qui sont faits dans le sens de faire rayonner le territoire... mais je pense qu'il y a encore du chemin avant que les gens pensent à aller dans les Ardennes »*. La fermeture des usines a en quelque sorte ouvert la voie à cette mutation : *« le tourisme a monté en puissance... ce qui marche c'est le tourisme fluvial même au niveau des camping-car c'est quand même assez phénoménal »*. Cependant, cette émergence se heurte à des contraintes structurelles : les distances entre les haltes fluviales sont longues et ralentissent le voyage, comme le souligne un habitant : *« Tu dis après il faut aller jusqu'à Mouzon c'est presque une journée de plus quoi... en bateau c'est une journée et donc du coup t'arrives là-bas ça s'arrête »*. De plus, les prix élevés ne reflètent pas toujours la qualité des prestations : *« j'ai l'impression que c'est réservé à une classe... du tourisme même au bord de Meuse tu as vite fais... pour 30 balles, 50 balles »*.

Malgré ces freins, les élus et acteurs locaux prennent progressivement conscience du potentiel du tourisme comme moteur économique : *« ils espéraient encore que l'industrie allait être le seul moyen de développement... maintenant sont beaucoup plus conscients... du potentiel touristique comme levier de développement »*. Cette prise de conscience permet de considérer les Ardennes comme une zone d'attractivité pour le tourisme fluvial et durable, capable de transformer les anciennes fragilités industrielles en atouts pour le développement régional.

Ainsi, la reconversion économique des Ardennes illustre un processus progressif et complexe, où la valorisation des ressources naturelles et patrimoniales, la structuration de l'offre touristique et l'implication des acteurs locaux apparaissent comme des conditions essentielles pour construire un tourisme durable et revitaliser le territoire.

1.2.4 L'implication et la coordination des acteurs locaux est nécessaire pour développer le tourisme fluvestre

Le développement du tourisme fluvestre dans les Ardennes françaises repose en partie sur l'implication coordonnée des acteurs locaux et sur l'amélioration des infrastructures et services. Pourtant, le territoire présente encore un manque de structuration et de gouvernance. Les plaisanciers rencontrent des difficultés à trouver des points d'accostage, et les voies navigables souffrent d'un entretien insuffisant, avec des herbes envahissantes et des écluses souvent dysfonctionnelles. Ces lacunes rendent la navigation compliquée et limitent l'attractivité du territoire : « *on est pas connecté... si demain je t'emmène sur mon bateau on veut aller à Metz on arrivera pas...* ». Les infrastructures de qualité, comme les hébergements ou les services sur les haltes fluviales, restent rares, ce qui restreint l'expérience touristique et la fluidité des parcours.

Face à cette situation, la nécessité de penser le développement touristique à l'échelle du territoire se fait sentir. Un acteur interrogé insiste sur l'importance de ne pas se limiter à un « *petit pré carré* » et de coordonner les efforts entre différentes communes pour offrir aux visiteurs un service attractif. Une communication efficace est essentielle pour orienter les touristes et promouvoir les activités fluviales, que ce soit via les réseaux sociaux, les médias traditionnels ou l'affichage sur le terrain. Les recommandations croisées entre points d'accueil permettent de proposer un parcours complet et enrichissant : « *vous pouvez faire ça et puis en même temps ça, puis aller voir ci...* ». L'accès aux financements européens et aux aides publiques constitue un levier stratégique pour développer le territoire, mais il nécessite que les acteurs locaux s'emparent activement de ces opportunités. Selon un interlocuteur, le manque d'investissement ou d'implication de certains décideurs politiques freine le développement et souligne l'importance d'une coordination collective : « *il faut vraiment y croire. Il faut vraiment coordonner les choses* ».

Parallèlement à la question des infrastructures et de la communication, l'évolution des mentalités locales apparaît comme un facteur clé du succès touristique. Les habitants doivent être sensibilisés à la valeur de leur territoire et intégrés dans la stratégie touristique, afin de devenir eux-mêmes acteurs et ambassadeurs de leur région : « *c'est difficile de développer un tourisme de qualité si on n'intègre pas les*

habitants... ils doivent jouer le jeu ». L'artisanat, le patrimoine médiéval et les talents locaux constituent des vecteurs d'attractivité, tandis que la valorisation progressive des atouts touristiques contribue à changer la perception que les habitants ont de leur territoire. En quelques années, les mentalités ont évolué : ce qui était perçu comme un territoire peu attractif est de plus en plus reconnu pour sa beauté et ses richesses naturelles et culturelles. La prise de conscience des atouts du territoire par les habitants doit être renforcée pour qu'ils deviennent des promoteurs actifs de leur région : *« ils ne sont pas assez conscients de leurs valeurs ardennaises... il faut que chaque personne promeut le territoire, y croit vraiment »*.

Ainsi, le tourisme fluvestre dans les Ardennes nécessite à la fois des infrastructures adaptées, une communication stratégique et une coordination des acteurs locaux, mais également une mobilisation des habitants autour de la valorisation de leur territoire. Cette implication collective peut transformer le potentiel existant en attractivité réelle et durable.

1.2.5 Le tourisme fluvestre comme outil de développement économique

L'analyse des entretiens met en évidence une tension entre, d'une part, les limites actuelles du tourisme fluvestre en termes de retombées économiques et, d'autre part, son potentiel de développement pour les territoires riverains.

Dans un premier temps, les discours soulignent que l'impact économique du tourisme fluvestre reste encore relativement limité. Plusieurs témoignages insistent sur la faiblesse de la consommation des plaisanciers, souvent autonomes et peu enclins à fréquenter les commerces locaux. Comme le souligne un enquêté, *« dans le fluvial, ils ont déjà tout sur leur bateau quoi, à part acheter du pain et remettre du gasoil ils achètent pas grand-chose »*. Cette pratique restreinte engendre des difficultés pour certains établissements, comme le café de l'intersection, qui n'a accueilli que très peu de clients : *« l'an dernier il avait quatre clients qui venaient boire un café, tu vois »*. De manière plus générale, ce manque de rentabilité freine également les investissements dans les infrastructures fluviales, perçus comme peu profitables : *« il n'y a pas de travaux de fait parce que c'est pas rentable, ils devraient faire des canaux là où il y en a pas »*. À cela s'ajoute un obstacle structurel : le statut de « terminus » de certains tronçons, qui limite les flux de visiteurs et

réduit la durée des séjours. Comme le formule un acteur, *« je pense que l'avenir fluvial il dépend de l'ouverture, je veux dire c'est des connexions... tant qu'on sera le terminus, les gens vont s'arrêter là et après il faut développer »*. Enfin, si des possibilités de croisement entre activités existent, par exemple entre navigation et cyclotourisme, elles demeurent encore peu exploitées : *« les Hollandais à bateau ont des vélos sur leur bateau ça c'est sûr mais est-ce que ça se croise je suis pas sûre »*. Ces différents éléments convergent vers l'idée que, dans son état actuel, le tourisme fluvestre produit des retombées économiques faibles et fragiles.

Cependant, au-delà de ce constat, d'autres témoignages révèlent l'existence d'un potentiel significatif. Certains acteurs rappellent qu'autrefois les quais étaient saturés de bateaux, donnant l'image d'une activité intense et génératrice de vie économique : *« au tout début j'avais le quai, les bateaux étaient à couple... et même à triple donc ça prenait une partie de la Meuse, c'était génial »*. Aujourd'hui encore, la présence du fleuve en centre-ville, associée à des aménagements complémentaires comme la voie verte, est perçue comme un facteur d'attractivité : *« forcément avec le fleuve qui passe en ville, avec la voie verte de l'autre côté et en bord de centre-ville, ça va amener du monde au restaurant, à la friterie, au musée »*. Les bords de Meuse apparaissent alors comme de véritables leviers économiques : *« il faut en profiter parce que c'est des leviers économiques, c'est le moyen d'attirer des gens, des visiteurs mais aussi des habitants »*. Le tourisme fluvestre pourrait ainsi contribuer au développement local à condition que l'accueil soit mieux pensé : *« par contre si y'a un bon balisage vers le petit restaurant du coin, vers une activité, avec des brochures qui expliquent ce qu'il y a à faire dans la région pour essayer de garder les gens »*.

En définitive, le tourisme fluvestre apparaît comme un levier de développement encore sous-exploité dans les Ardennes. Les témoignages mettent en évidence un potentiel réel, lié à la complémentarité entre navigation, vélo et découverte du patrimoine, mais freiné par un manque de structuration, d'interconnexions et de valorisation des infrastructures existantes. Dans un contexte où la demande pour des expériences de plein air et à faible impact environnemental ne cesse de croître, la mise en valeur des bords de Meuse, l'entretien des voies navigables et la réhabilitation des maisons éclésières pourraient constituer des atouts majeurs.

Toutefois, pour transformer ce potentiel en retombées économiques durables, il reste à surmonter des enjeux de coordination, de qualité d'offre et de coopération transfrontalière avec la Belgique.

1.2.6 Le tourisme fluvestre comme moyen de valorisation du patrimoine

Le tourisme fluvestre apparaît comme un levier efficace pour mettre en valeur le patrimoine bâti des Ardennes. Les maisons d'éclusiers, longtemps inutilisées, peuvent ainsi trouver une nouvelle vie en étant mises à disposition d'artistes ou d'activités touristiques. Comme le souligne un habitant local, « *pleins de maisons d'éclusiers, qui sont plus utilisées, qui sont prêtées à des artistes des trucs comme ça avec un cahier des charges ou tu peux accueillir des gens quoi et lui il réfléchissait à ça justement à prendre une maison d'éclusiers et d'accueillir des cyclistes avec un atelier de réparation... mais la saison est courte c'est ça le truc comment tu fais un truc économiquement viable si t'as pas des aides fin y en a des dispositifs de l'État* ». Cette réhabilitation participe également à l'animation des centres-villes et villages : « *la place ici c'est magnifique mais aussi les petites rues de Fumay, avec les maisons super super anciennes parfois en piteux état mais faudrait que des gens aient de l'énergie, plus d'énergie que d'argent pour remettre ça, qu'il y ait des petits salons de thé, des petits bistrots qui créent de la vie quoi* ». L'investissement public, même limité, est un outil essentiel pour restaurer la qualité des pierres et la beauté des villages : « *si on aide les gens un moment donné on met un investissement l'argent public etc. bah ça c'est un moyen de vraiment revaloriser la pierre c'est important la qualité de la pierre dans les villages. Par exemple, vous avez une fontaine bah voilà la fontaine qu'elle fonctionne et qu'elle soit belle etc plutôt qu'en état de décrépitude* ».

Parallèlement, le tourisme fluvestre favorise la découverte et la valorisation des paysages. Naviguer sur la Meuse ou emprunter les voies vertes offre une perception unique du territoire : « *Si vous voulez passer des vacances paisibles y'a que ça, y'a que la navigation, vous découvrez des paysages autrement* ». La mobilité douce est également un aspect central du tourisme durable, permettant de profiter des paysages sans impact environnemental : « *ceux qui sont sur un vélo sont pas dans une voiture donc c'est déjà bien. le tourisme durable c'est ça aussi comment on fait*

pour se déplacer sans prendre la voiture, prendre son vélo, prendre son sac à dos, partir en train ou bien rouler à vélo et revenir en train ». L'expérience est enrichie par la diversité des modes de déplacement : *« ça permet de combiner les plaisirs de différentes façons de découvrir un territoire, quand on est sur l'eau on voit les choses complètement différemment, même quand on est sur la voie verte ou en plein milieu de la Meuse on voit pas la même chose et on a pas la même sensation ».* Enfin, la complémentarité des itinéraires et des paysages renforce le plaisir de la découverte, comme en témoigne un enquêté : *« en été en vélo c'est sympa parce que vous voyez vraiment les paysages, je l'ai fait en vélo de Charleville jusqu'à Givet et je suis descendu en ter c'était super sympa donc les paysages ils défilent c'est agréable ».*

Ainsi, le tourisme fluvestre se révèle être un moyen de valorisation du patrimoine bâti et naturel, tout en favorisant des pratiques durables et une expérience enrichissante pour les visiteurs.

2. Résultat de l'enquête quantitative

2.1 Profil et origine des plaisanciers

Notre enquête, réalisée auprès de 97 répondants, dresse un portrait précis du plaisancier fréquentant les Ardennes en 2025.

La majorité voyage en couple (61 %) et possède son propre bateau (75 %), ce qui reflète une pratique autonome, expérimentée et orientée vers la liberté de déplacement. Le public est essentiellement senior : 58 % ont entre 51 et 70 ans, et 25,5 % dépassent 70 ans, ce qui laisse supposer un fort capital temps et un pouvoir d'achat favorable à une pratique régulière.

Sur le plan géographique, les visiteurs sont majoritairement issus de pays frontaliers. Les Néerlandais arrivent en tête (24,7 %), suivis des Belges (20,6 %), des Allemands (18,6 %) et des Français (17,5 %). Des nationalités plus minoritaires (Danois, Luxembourgeois, Suisses) complètent ce panorama, confirmant la position des Ardennes comme carrefour du tourisme fluvial européen.

2.2 Motivations, pratiques et durée de séjour

Si 31,25 % considèrent les Ardennes comme une étape dans un itinéraire plus vaste, une proportion significative choisit la destination pour ses atouts propres : nature, calme et détente (19,8 %). Près de la moitié des visiteurs sont des habitués, tandis que les nouveaux venus découvrent le territoire via le bouche-à-oreille ou des réseaux spécialisés.

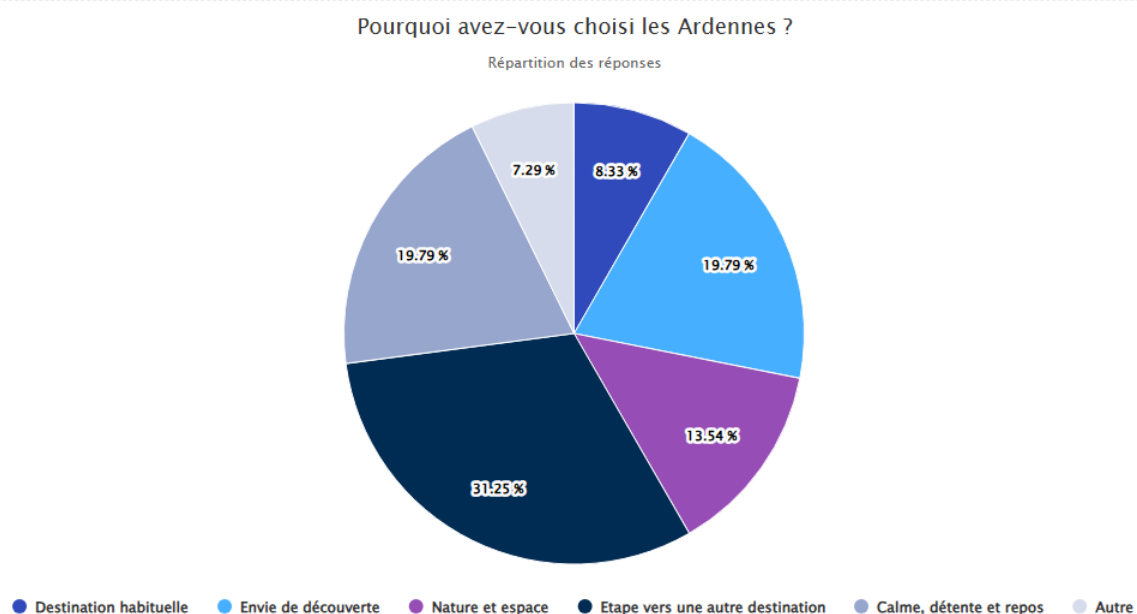


Figure 20 : Motivations de la venue des plaisanciers dans les Ardennes

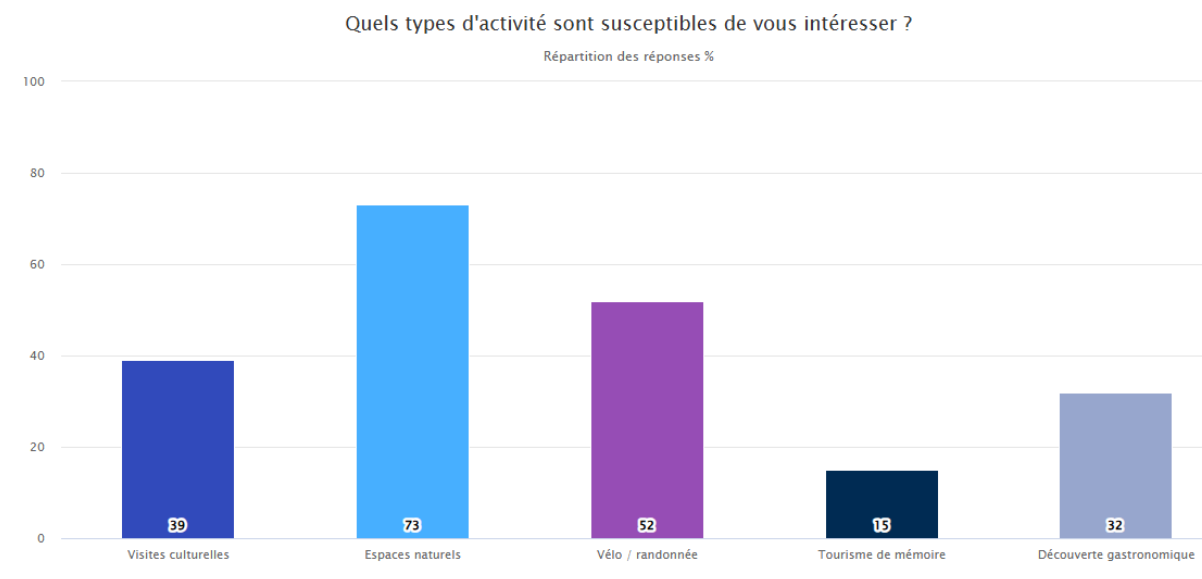


Figure 21 : Activités susceptibles d'intéresser les plaisanciers

Les activités plébiscitées confirment une tendance au tourisme lent et durable :

- Nature (73 réponses sur 211)
- Randonnée et vélo (52 réponses)
- Visites culturelles (39 réponses)

La durée des séjours reflète un fort potentiel touristique :

- 23,3 % restent 6 à 7 nuits
- 20 % séjournent 1 à 2 semaines
- 26,2 % prolongent au-delà de deux semaines

Ces chiffres mettent en évidence un fort potentiel touristique et une capacité du territoire à fidéliser les visiteurs. Plus de deux tiers des touristes prolongent leur séjour au-delà de 6 nuits, ce qui est significatif dans le contexte du tourisme fluvestre, souvent associé à une clientèle itinérante. La présence de 20 % de séjours d'une à deux semaines et de 26,2 % de séjours supérieurs à deux semaines montre que le territoire est perçu comme une destination attractive.

Le vélo à bord (75 %) et l'intérêt marqué pour la randonnée (52 réponses) montrent que les plaisanciers ne se limitent pas aux haltes fluviales mais explorent activement le territoire à pied ou à vélo.

Cette complémentarité navigation–mobilité douce est une caractéristique du tourisme fluvial, qui permet d'étendre les retombées économiques aux zones plus éloignées des ports.

Le tourisme fluvial génère des retombées économiques directes pour le territoire. Les principales dépenses concernent :

1. Restaurants et cafés
2. Frais liés à la navigation (entretien, stationnement, services portuaires)
3. Achats alimentaires en commerces de proximité

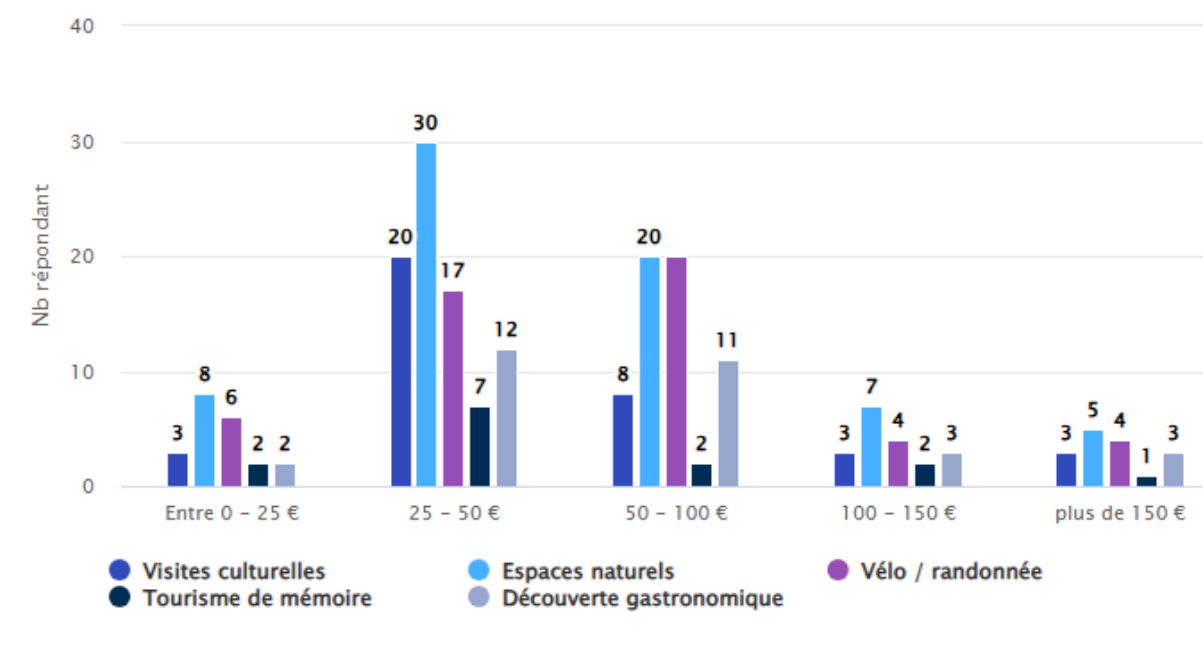


Figure 22 : Le niveau de dépenses des plaisanciers en fonction des activités qui les intéressent

Les niveaux de dépenses journalières confirment cette dynamique :

- 20 plaisanciers, motivés par la nature et les activités sportives, dépensent entre 50 et 100 € par jour,

- 30 plaisanciers engagés dans des activités nature dépensent entre 25 et 50 €,
- 20 plaisanciers motivés par les visites culturelles dépensent également entre 25 et 50 € par jour.

Ces chiffres témoignent de la capacité du tourisme fluvial à renforcer l'économie locale, à condition que les services et équipements soient adaptés.

Les services attendus sont clairs : bornes d'eau et d'électricité en priorité, commerces de proximité, et prestations des capitaineries (sanitaires, laverie, etc.).

La satisfaction globale est élevée : 76 % très satisfaits, 62,4 % jugeant les services des capitaineries adaptés.

Cependant, des pistes d'amélioration existent :

- Environ la moitié des répondants sont moyennement satisfaits de la restauration, de l'animation et de la vie nocturne
- 7,9 % jugent l'offre restauration/animation mauvaise
- 10,75 % estiment que les commerces de proximité ne sont pas adaptés.

Ces points invitent à enrichir la diversité et la qualité des services, notamment en haute saison, afin d'optimiser le potentiel économique du tourisme fluvial.

Plusieurs plaisanciers ont effectué des remarques sur les difficultés rencontrées lors de leur navigation. Ils déplorent notamment des horaires d'ouverture trop restreints des sanitaires, ainsi qu'un entretien insuffisant du canal et de la Meuse. La prolifération d'algues entraîne par ailleurs des problèmes techniques, tels que la surchauffe des moteurs, obligeant certains d'entre eux à modifier leur itinéraire. À cela s'ajoute le dysfonctionnement fréquent de certaines écluses, nécessitant l'intervention régulière de VNF.

D'autres usagers mentionnent un manque de botes d'amarrage entre Pont-à-Bar et Vendresse, ce qui complique leurs arrêts. Enfin, plusieurs plaisanciers regrettent l'insuffisance d'informations disponibles sur les sites touristiques et commerces de proximité.

En conclusion, cette enquête centrée sur le tourisme fluvial met en lumière le niveau de dépenses des plaisanciers et les activités qui suscitent leur intérêt. L'approche quantitative permet d'identifier clairement le lien étroit entre la navigation et les activités terrestres, révélant que la plaisance fluviale s'inscrit dans une logique de tourisme fluvestre.

Les retombées économiques générées sont significatives, mais pourraient être amplifiées grâce à une amélioration de l'offre de services aux abords des haltes fluviales, un point régulièrement souligné par les plaisanciers. Ces résultats confirment que les voies navigables disposent d'un véritable potentiel touristique : certains visiteurs viennent spécifiquement pour la navigation, d'autres pour découvrir la région dans son ensemble.

Par ailleurs, les plaisanciers ne recherchent pas uniquement l'expérience de la navigation. Ils sont également attirés par les paysages naturels et les activités sportives, comme le vélo ou la randonnée, qui prolongent leur séjour. Cette complémentarité entre navigation et découverte ouvre des perspectives pour un développement coordonné du tourisme fluvestre, capable de valoriser le territoire tout en renforçant son attractivité auprès d'un public européen fidèle et exigeant.

Chapitre 3 : Plan opérationnel et réponses à l'enquête pour un tourisme fluvestre durable

Le plan opérationnel du tourisme fluvestre repose sur l'analyse des résultats d'enquêtes menées auprès des usagers et des acteurs locaux. Il vise à traduire ces observations en actions concrètes, afin de promouvoir un tourisme durable, tout en répondant aux attentes des visiteurs et des habitants pour renforcer le développement territorial.

1. Plan opérationnel pour rendre le tourisme fluvestre facteur de développement territorial

1.1 Axes stratégiques

À partir des recherches bibliographiques et de l'enquête de terrain menée dans les Ardennes, nous avons identifié quatre orientations stratégiques destinées à renforcer l'impact du tourisme fluvestre sur le développement territorial, dans une perspective transfrontalière.

Le premier axe stratégique consiste à *renforcer l'identité territoriale et mobiliser la population locale des deux côtés des frontières*.

Le développement du tourisme fluvestre repose en grande partie sur la capacité des habitants à devenir de véritables ambassadeurs de leur territoire. Or, notre enquête montre que la perception locale reste souvent marquée par une sous-estimation des atouts naturels, patrimoniaux et culturels des Ardennes. Une valorisation de l'identité territoriale doit donc passer par la sensibilisation et l'implication active des populations locales dans la promotion et l'accueil des visiteurs. Cette dynamique permet de créer un sentiment d'appropriation collective, mais aussi de véhiculer une image plus positive et cohérente du territoire, tant auprès des touristes que des acteurs institutionnels.

Le second axe consiste à *structurer et diversifier l'offre touristique fluvestre dans une logique d'itinérance*.

Le tourisme fluvestre ne se limite pas à la navigation : il s'intègre dans un ensemble plus large d'activités liées à l'itinérance douce, qu'elle soit cyclable, pédestre ou nautique. Une structuration de l'offre, appuyée sur une meilleure articulation entre les points d'arrêt, les villages, les sites patrimoniaux et les espaces naturels, permet d'allonger la durée de séjour et d'augmenter les retombées économiques. La diversification des expériences proposées autour de la voie d'eau contribue à rendre le territoire plus attractif, tout en favorisant un tourisme de découverte respectueux de l'environnement.

Ensuite le troisième est le suivant : *développer davantage la coopération transfrontalière pour renforcer la qualité et la visibilité de l'offre.*

La situation géographique des Ardennes constitue un atout stratégique dans le cadre d'une collaboration renforcée avec la Belgique, dont les infrastructures et l'accueil touristique apparaissent plus développées. Une coopération accrue permettrait de mutualiser les bonnes pratiques, d'harmoniser certains standards de qualité et de mettre en place des actions de promotion communes. Au-delà des retombées économiques, cette dynamique transfrontalière renforcerait la cohérence et l'attractivité globale de l'itinéraire fluvestre à l'échelle du bassin de la Meuse.

Enfin le dernier axe consiste à *préserver et restaurer les écosystèmes liés aux voies navigables.*

L'attractivité du tourisme fluvestre repose sur un environnement aquatique et riverain préservé. La qualité des paysages, la biodiversité et la pureté des eaux conditionnent directement l'expérience des visiteurs, tout en constituant un patrimoine naturel à protéger pour les générations futures. Dans un contexte de changement climatique et de fréquentation touristique croissante, il devient essentiel de mettre en place des mesures de préservation et de restauration des milieux naturels associés à la voie d'eau. Cet engagement environnemental représente un facteur clé de différenciation pour l'offre touristique ardennaise.

1.2 Actions préconisées

axe n°1 : <i>renforcer l'identité territoriale et mobiliser les habitants</i>	
Fiche action n°1 : Organiser un festival de la Meuse	
Contexte	Notre étude met en évidence un paradoxe : les Ardennais affichent une réelle fierté pour leur territoire, mais n'ont pas pleinement conscience de ses atouts touristiques. Renforcer la sensibilisation et l'implication des habitants dans la promotion locale permettrait de transformer cette fierté en un moteur de valorisation soutenant le développement économique et l'attractivité des Ardennes.
Objectif	Fédérer la population et renforcer le sentiment d'appartenance en plaçant le fleuve au cœur de la vie du territoire.
Opérationnalité	Organiser un festival annuel autour de la Meuse, combinant démonstrations nautiques, concerts, gastronomie locale, marchés d'artisans et expositions photos, permettrait de renforcer le sentiment d'appartenance à l'Ardenne. Pour cela, il serait judicieux de choisir un site emblématique, comme le parc du Mont Olympe situé en bord de Meuse. Le programme pourrait inclure des activités nautiques ainsi que des animations ludiques valorisant l'histoire du fleuve et l'importance de son cours d'eau. Afin de concrétiser ce projet, il serait nécessaire de créer ou de mobiliser une association culturelle dédiée à l'organisation de cet événement principal, ainsi qu'à la mise en place de manifestations plus modestes tout au long de l'année. Nécessité de faire de la communication 2 mois en amont de l'inauguration de l'événement pour l'ancrer dans les têtes des habitants.
Cible	habitants et touristes
Partenaires	l'Europe, collectivités locales, associations culturelles, clubs nautiques, commerçants
Gouvernance	association culturelle en lien avec l'ADT des Ardennes

Moyens humains	personnes chargées de faire la programmation, de l'organisation, de la restauration, l'ingénierie de projets
Moyens financiers	besoin de fonds pour la logistique, programmation, communication
Échéancier	préparation sur 12 mois, inauguration de l'événement en année 2

axe n°1 : <i>renforcer l'identité territoriale et mobiliser les habitants</i>	
Fiche action n°2 : Créer de la signalétique participative	
Contexte	Dans les haltes fluviales ardennaises ainsi que le long des voies cyclables et pédestres, la signalétique reste parfois insuffisante. Pour y remédier, impliquer les habitants dans la conception de cette signalétique, en mettant en valeur l'histoire locale, représenterait une solution pertinente.
Objectif	Impliquer les habitants dans la valorisation de l'histoire locale.
Opérationnalité	La création de panneaux originaux signalant les commerces de proximité et les attractions touristiques, ainsi que de fresques illustrant l'histoire et les légendes populaires du territoire, contribuerait à renforcer l'attractivité des Ardennes. En associant habitants et artistes à ce projet, on encouragerait une meilleure connaissance locale et une implication active dans la valorisation du patrimoine. Cette signalétique innovante inciterait également les touristes à prolonger leur séjour sur le territoire. En concertation avec les collectivités, il serait essentiel de coordonner cette initiative à l'échelle locale, voire transfrontalière, afin d'assurer une répartition cohérente de la signalétique tout au long du fleuve.
Cible	habitants et touristes
Partenaires	collectivités locales, associations patrimoniales, artistes, provinces belges, écoles
Gouvernance	Conseil départemental des Ardennes en lien avec l'ADT et les communautés de communes traversées par la Meuse
Moyens humains	chargé d'animation locale qui recherchent des artistes, des écoles et des habitants bénévoles intéressés par le projet
Moyens financiers	besoin de fonds pour les matériaux, interventions artistiques

Échéancier	conception en année 1, installation progressive
-------------------	---

axe n°2 : *structurer et diversifier l'offre touristique fluvestre dans une logique d'itinérance*

Fiche action n°3 : améliorer les services et équipements des haltes fluviales

Contexte	Les haltes fluviales jouent un rôle clé dans le développement touristique et économique du territoire en offrant aux plaisanciers, cyclistes et randonneurs des espaces de pause, de ravitaillement et de découverte. Cependant, plusieurs haltes présentent aujourd'hui des équipements vieillissants ou insuffisants : manque de bornes électriques et d'eau potable, absence de sanitaires adaptés, signalétique peu lisible ou incomplète, faible accessibilité pour les personnes à mobilité réduite.
Objectif	Accueillir les touristes dans de meilleures conditions. Favoriser l'attractivité touristique et économique des haltes fluviales. Améliorer le confort, la sécurité et l'accessibilité des usagers
Opérationnalité	L'action vise à moderniser les haltes fluviales pour mieux répondre aux besoins des plaisanciers, cyclistes, randonneurs et habitants. Elle prévoit l'installation de bornes électriques et de points d'eau, la rénovation des sanitaires, la mise en place de solutions de tri et de récupération des eaux usées, l'amélioration de la signalétique touristique, ainsi que des aménagements paysagers et des zones de repos. Des équipements pour la mobilité douce et une meilleure accessibilité aux personnes à mobilité réduite compléteront l'ensemble.
Cible	touristes, locaux, collectivités territoriales, élus
Partenaires	collectivités locales, offices de tourisme, VNF
Gouvernance	communautés de communes et le conseil départemental
Moyens humains	coordinateur de projet, équipe technique et logistique
Moyens financiers	étude de faisabilité, travaux d'aménagement, communication et signalétique
Échéancier	après l'étude sur les besoins des plaisanciers, réaliser les travaux d'aménagements.

axe n°2 : *structurer et diversifier l'offre touristique fluvestre dans une logique d'itinérance*

Fiche action n°4 : Création d'une application mobile dédiée à l'itinérance fluvestre

Contexte	L'offre en termes de tourisme fluvestre dans les Ardennes est morcelée et l'accès à l'information manque de fluidité pour les visiteurs. Actuellement, les touristes doivent consulter plusieurs supports ou s'adresser à différents interlocuteurs pour organiser leur parcours ou réserver une activité. Une application mobile centralisant toutes ces informations et services permettrait d'améliorer l'expérience des voyageurs, de renforcer la visibilité des acteurs locaux et d'inciter les visiteurs à prolonger leur séjour.
Objectif	Faciliter et enrichir l'expérience touristique des visiteurs en proposant un outil numérique complet qui accompagne leur parcours le long de la Meuse, combinant navigation, vélo et randonnée.
Opérationnalité	La mise en place de cette application nécessiterait, la réalisation d'une étude des besoins des utilisateurs afin de déterminer les fonctionnalités prioritaires. L'outil intégrerait des cartes interactives géolocalisant les haltes fluviales, les itinéraires cyclables et pédestres, les sites culturels, les hébergements et les points de restauration. Pour faciliter la préparation des séjours, un système de réservation en ligne permettrait de réserver navettes fluviales, locations de vélos, hébergements. L'application proposerait également des contenus multimédias valorisant l'histoire, les légendes et les savoir-faire locaux du territoire. Enfin, une campagne de promotion ciblée serait menée via les offices de tourisme, haltes fluviales, acteurs socio-professionnels et sur les réseaux sociaux pour assurer sa visibilité.
Cible	touristes et locaux
Partenaires	Développeurs informatiques, offices de tourisme, collectivités locales, associations culturelles et touristiques
Gouvernance	Conseil départemental des Ardennes et ADT
Moyens humains	chef de projet, équipe de développeur web, graphiste, chargé de communication
Moyens financiers	études préalables et cadrage du projet, conception et développement technique de l'application, création de contenus multimédias, communication et promotion

Échéancier	12 à 18 mois, incluant conception, développement et lancement.
-------------------	--

axe n°3 : *développer la coopération transfrontalière pour renforcer la qualité et la visibilité de l'offre*

Fiche action n°5 : Création d'un pass touristique transfrontalier

Contexte	L'itinéraire de la Meuse traverse plusieurs territoires en France, Belgique et aux Pays-Bas, chacun offrant un riche patrimoine naturel, culturel et gastronomique. La création d'un pass touristique transfrontalier permettrait de renforcer l'unité de l'offre, d'inciter à l'itinérance et d'augmenter la durée des séjours en proposant des avantages attractifs des deux côtés de la frontière.
Objectif	Encourager les visiteurs à découvrir l'ensemble de l'itinéraire transfrontalier.
Opérationnalité	L'idée consiste à créer un pass touristique offrant des réductions sur les entrées de sites culturels, ainsi que sur la restauration et certains hébergements. Ce pass serait valable pour une durée déterminée et proposé en plusieurs formules afin de s'adapter aux différents profils de visiteurs. Sa mise en place nécessiterait de recenser et mobiliser les partenaires, de définir le périmètre géographique et la durée de validité, d'élaborer une tarification attractive, de mettre en place un système de gestion et de distribution efficace, de former les partenaires à son utilisation et de lancer une campagne de promotion transfrontalière pour en assurer la visibilité.
Cible	touristes, locaux, collectivités locales, provinces belges (et néerlandaises)
Partenaires	Union européenne, offices de tourisme, collectivités locales, musées, sites patrimoniaux, opérateurs nautiques, socioprofessionnels du tourisme, associations culturelles, provinces belges
Gouvernance	GEIE en partenariat avec l'ADT
Moyens humains	chef de projet, développeur, chargé de communication, agents d'accueil
Moyens financiers	études préalables et conception du dispositif, développement technique, communication et promotion

Échéancier	6 à 9 mois de préparation, lancement en année 2 en pleine saison
-------------------	--

axe n°3 : *développer la coopération transfrontalière pour renforcer la qualité et la visibilité de l'offre*

Fiche action n°6 : Développement d'un observatoire transfrontalier du tourisme

Contexte	Les données disponibles sur la fréquentation, la satisfaction des visiteurs et les retombées économiques sont souvent fragmentées, collectées selon des méthodes différentes selon les pays. Cette absence de vision commune limite à mesurer l'impact des actions et à adapter l'offre. La mise en place d'un observatoire transfrontalier permettrait de disposer d'informations fiables, harmonisées et accessibles à tous les acteurs concernés.
Objectif	Mutualiser les données touristiques entre les pays et territoires riverains de la Meuse
Opérationnalité	L'idée serait de créer une structure ou un dispositif collaboratif regroupant les données touristiques collectées par les offices de tourisme, collectivités, gestionnaires de sites et prestataires. Sa mise en place nécessiterait d'identifier les acteurs et organismes collectant déjà des données, de définir un cadre de coopération et un protocole commun de collecte et traitement des données, de créer une base de données partagée, sécurisée et accessible aux partenaires, de déployer les outils de mesure harmonisés et à posteriori d'organiser des rencontres transfrontalières pour discuter des résultats et adapter les stratégies.
Cible	touristes, locaux, collectivités locales, provinces belges
Partenaires	UE, offices de tourisme, collectivités locales et régionales françaises et belges, organismes statistiques, prestataires touristiques
Gouvernance	GEIE en partenariat avec l'ADT et les provinces belges
Moyens humains	chef de projet, développeur, chargé de communication, agents d'accueil
Moyens financiers	études préalables, développement de la base de données et des outils de collecte
Échéancier	6 à 9 mois de préparation, pérennisation sur plusieurs années

axe n°4 : *préserver et restaurer les écosystèmes liés aux voies navigables*

Fiche action n°7 : Sensibilisation et formation des usagers des voies navigables

Contexte	Les voies navigables et leurs berges accueillent une diversité d'activités touristiques, nautiques et de loisirs. Cependant, certaines pratiques contribuent à la dégradation des écosystèmes. Une sensibilisation ciblée et continue des usagers est essentielle pour préserver la qualité environnementale et la biodiversité
Objectif	Informier et former plaisanciers, pêcheurs, clubs nautiques, touristes et habitants aux bonnes pratiques afin de réduire leur impact sur les écosystèmes aquatiques et rivulaires.
Opérationnalité	Pour sensibiliser les usagers il faudrait concevoir des supports pédagogiques illustrant les écogestes et la réglementation. Il serait utile d'organiser des formations sur les écogestes et la préservation de la biodiversité pour les clubs nautiques, associations de pêche et offices de tourisme. Il serait également envisageable d'intégrer des messages de sensibilisation dans les applications d'itinérance.
Cible	pêcheurs amateurs et professionnels touristes, habitants, clubs nautiques et associations sportives
Partenaires	Offices de tourisme, VNF, associations de pêche, clubs nautiques, conservatoires d'espaces naturels, collectivités locales, associations environnementales
Gouvernance	VNF avec les collectivités locales
Moyens humains	chargé de mission, animateur environnement, équipes des offices de tourisme
Moyens financiers	études préalables, développement de la base de données et des outils de collecte
Échéancier	6 à 12 mois de préparation et déploiement des actions en année 2

axe n°4 : *préserver et restaurer les écosystèmes liés aux voies navigables*

Fiche action n°8 : Restauration des berges et zones humides dégradées	
Contexte	Les berges et zones humides des voies navigables jouent un rôle crucial dans la préservation de la biodiversité et la qualité de l'eau. Cependant, ces espaces sont souvent dégradés en raison de l'urbanisation, des activités nautiques et des aménagements mal adaptés. Cette dégradation entraîne une perte d'habitats pour quelques espèces et une diminution de la capacité naturelle des berges à filtrer les pollutions et à stabiliser les sols.
Objectif	Améliorer la résilience des écosystèmes face aux pressions anthropiques et climatiques.
Opérationnalité	Pour restaurer et protéger les berges, il faudrait établir un diagnostic au préalable, planifier les interventions donc sélectionner les sites prioritaires pour les travaux en concertation avec les acteurs locaux. Ensuite il faudrait effectuer les travaux de restauration. Et enfin il serait nécessaire de mettre en place un protocole de suivi pour évaluer la réussite des interventions.
Cible	population locale, touristes, associations, collectivités locales
Partenaires	VNF, PNR, agences de l'Eau, collectivités territoriales, associations environnementales, bénévoles, locaux
Gouvernance	VNF, le PNR et les collectivités locales
Moyens humains	chargé de mission, animateur environnement, équipes des offices de tourisme
Moyens financiers	études préalables, développement de la base de données et des outils de collecte
Échéancier	6 à 12 mois de préparation et déploiement des actions en année 2

Les fiches d'action proposées s'adressent principalement aux touristes et aux résidents, dans l'objectif d'intégrer ces derniers au sein de la stratégie de valorisation du tourisme fluvestre en tant que vecteur de développement territorial. Elles sont principalement destinées aux collectivités territoriales ainsi qu'au Conseil départemental des Ardennes. La mise en œuvre de ces actions requiert des compétences spécialisées en informatique, communication, gestion et coordination de projets, ainsi qu'en environnement. De plus, leur réalisation dépend de

financements publics, potentiellement mobilisables au niveau européen, régional ou étatique, ce qui nécessite la préparation préalable des dossiers de demande de financement.

2. Résultats de la recherche

2.1 Réponses aux hypothèses

2.1.1 Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement

Hypothèse partiellement confirmée – L'analyse des données recueillies montre que le tourisme fluvestre, tel qu'il est actuellement pratiqué, ne peut pas être considéré comme un facteur direct de préservation de l'environnement. En effet, toute activité touristique entraîne des pressions sur les milieux : pollution des eaux et des sols, perturbation de la faune et de la flore, artificialisation des berges et transformation des paysages rivulaires. Les aménagements liés à l'accueil des visiteurs ou à la navigation participent à la modification des écosystèmes aquatiques, rendant illusoire une préservation intégrale de ces milieux.

En revanche, le tourisme fluvestre peut être envisagé comme un outil pertinent de gestion environnementale. Par la planification de ses infrastructures et par les actions de régulation qu'il impose, il offre un cadre structuré permettant de canaliser les usages, de limiter les dégradations et de concilier développement touristique et préservation relative des espaces naturels.

Cette logique de gestion repose sur :

- La planification raisonnée des aménagements : intégrer les infrastructures dans une démarche de faible impact écologique, en évitant la destruction des habitats sensibles et en favorisant des matériaux et techniques respectueux des écosystèmes.
- La restauration et la valorisation des milieux : utiliser les projets touristiques pour financer la réhabilitation des zones humides, la dépollution des cours d'eau ou la renaturation des berges.
- La régulation de la fréquentation : instaurer des quotas ou des périodes d'accès limité pour protéger la biodiversité, tout en offrant aux visiteurs des expériences de qualité.

- La sensibilisation des usagers : transformer l'expérience touristique en une démarche éducative, en valorisant la richesse écologique des milieux aquatiques et en incitant les touristes à adopter des comportements respectueux de l'environnement.

Dans ce cadre, le tourisme fluvestre ne se positionne pas comme une solution de préservation stricte, au sens où les espaces resteraient totalement intacts et exempts de perturbations humaines. Il peut favoriser un changement de rapport à l'environnement : en initiant les visiteurs au tourisme de nature, il contribue à développer une sensibilité écologique et des comportements plus responsables.

Ainsi, le tourisme fluvestre peut devenir un outil stratégique de gestion durable des territoires s'il s'inscrit dans une politique globale associant acteurs locaux, collectivités, associations environnementales et opérateurs touristiques. Cette approche, basée sur l'équilibre entre valorisation, éducation et régulation, permettrait de transformer une activité potentiellement dommageable en un moyen d'accompagner la transition écologique des espaces rivulaires et aquatiques.

2.1.2 Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers

Hypothèse validée – L'analyse des données recueillies tend à confirmer que le développement du tourisme fluvestre contribue à renforcer les liens sociaux et culturels, en particulier dans des contextes transfrontaliers. Les témoignages indiquent que le fleuve joue un rôle fédérateur : dès qu'une animation est organisée en bord d'eau, elle attire un public diversifié, favorisant ainsi la rencontre, l'échange et la convivialité. Dans le cas de la Meuse, les habitants partagent une identité culturelle commune et manifestent un attachement marqué au fleuve, qui constitue un élément central de leur cadre de vie et de leur patrimoine immatériel.

Toutefois, nos observations montrent que la synergie entre différentes formes d'itinérance douce n'est pas spontanée. Les profils de visiteurs attirés par ces activités ne se recoupent que partiellement, bien que 75 % des plaisanciers

naviguant dans les Ardennes disposent d'un vélo à bord de leur embarcation. Cette nuance suggère que, si le tourisme fluvestre dispose d'un potentiel pour créer des passerelles sociales et culturelles, celui-ci n'est pas pleinement exploité.

En outre, la démonstration empirique que ce tourisme renforce effectivement le lien social demeure limitée. Certes, de nombreux lieux de sociabilité se trouvent en bord de voie d'eau, mais leur simple localisation ne garantit pas l'émergence d'interactions durables ou significatives entre les visiteurs et les habitants. Pour que cet objectif soit pleinement atteint, il conviendrait de développer des offres et événements intégrant davantage la dimension interculturelle et de favoriser les activités combinant plaisance, cyclotourisme et découverte du patrimoine local.

2.1.3 Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires

Hypothèse partiellement confirmée – Les résultats de notre enquête nuancent l'hypothèse selon laquelle le tourisme fluvestre constitue un levier direct de dynamisation de l'économie locale. Si les plaisanciers sont globalement autonomes et que leur consommation locale reste relativement modeste, nos données indiquent que la majorité d'entre eux dépense en moyenne entre 25 et 50 euros par jour. Cette dépense profite partiellement aux commerces de proximité, mais reste insuffisante pour générer un véritable effet de levier économique. Ce niveau de consommation, couplé à une offre d'infrastructures fluviales encore limitée, freine la rentabilité des établissements et limite les retombées économiques sur le territoire. De plus, le statut de terminus de certains tronçons réduit la circulation et la dispersion des visiteurs, ce qui raccourcit la durée moyenne des séjours et concentre les dépenses sur quelques points stratégiques.

À cette réalité s'ajoute un contexte économique difficile : l'inflation pousse les visiteurs à surveiller leurs dépenses. Certains ménages privilégient les dépenses de première nécessité au détriment des activités annexes, ce qui accentue le caractère limité des retombées économiques directes du tourisme fluvestre.

Cependant, notre enquête révèle aussi un potentiel économique significatif. Les périodes historiques de forte fréquentation montrent qu'une animation dynamique des quais peut revitaliser l'économie locale. Ce type de tourisme attire une clientèle variée ce qui ouvre des opportunités de diversification économique.

Pour exploiter ce potentiel, il est nécessaire de structurer l'offre touristique et de l'adapter aux évolutions de la demande :

- Développer des services accessibles et attractifs (aires de pique-nique, sanitaires, activités gratuites ou abordables) pour encourager les arrêts prolongés et stimuler les dépenses locales ;
- Valoriser le patrimoine naturel et culturel via une signalétique adaptée, des animations et des produits locaux ;
- Proposer des offres combinées (navigation + vélo, croisières + visites culturelles) pour inciter à une consommation plus diversifiée ;
- Renforcer la coordination entre collectivités, acteurs économiques et associations pour rendre les prix compétitifs et mieux cibler les attentes des visiteurs.

Ainsi, bien que le tourisme fluvestre ne constitue pas encore un moteur économique majeur, il peut devenir un outil stratégique de dynamisation territoriale à condition de planifier son développement, de diversifier les offres et de renforcer la complémentarité entre activités touristiques et économie locale.

2.2 Réponse à la problématique

L'intégration du tourisme fluvestre dans l'offre d'itinérance contribue au développement territorial durable, notamment en contexte transfrontalier en combinant plusieurs dimensions.

Sur le plan économique, le tourisme fluvestre contribue partiellement à diversifier l'offre touristique. Associé à d'autres formes de mobilités douces, il s'inscrit dans une logique de tourisme lent, qui tend à allonger la durée moyenne des séjours et encourage la découverte des territoires moins fréquentés, ce qui renforce leur attractivité. Toutefois, les retombées économiques réels sont limités selon notre enquête, la rareté des infrastructures fluviales attractives et le manque de coordination entre acteurs réduisent la capacité de ce secteur à générer des bénéfices significatifs : ils dépendent d'une coordination efficace entre acteurs publics et privés, d'investissements ciblés dans les infrastructures et d'une offre adaptée aux besoins des visiteurs.

Sur le plan social et culturel, le tourisme fluvestre offre des occasions de rencontre et d'échange entre visiteurs et populations locales. Il peut contribuer à renforcer l'identité partagée, notamment dans les contextes transfrontaliers où les liens historiques et culturels autour du fleuve constituent un élément fédérateur.

Sur le plan environnemental, le tourisme fluvestre s'inscrit partiellement dans une démarche de valorisation et de préservation des milieux naturels, grâce à sa proximité avec les voies navigables et les itinéraires doux qui favorisent des mobilités respectueuses de l'environnement. Toutefois, cet impact positif ne peut être garanti qu'à travers une planification rigoureuse et adaptée : gestion des flux de visiteurs, aménagements respectueux de la biodiversité, sensibilisation des usagers, et mise en place d'infrastructures intégrées au paysage. Sans ces mesures, la fréquentation accrue des berges, des sentiers et des zones portuaires pourrait entraîner des effets négatifs, tels que le piétinement de la végétation, le dérangement de la faune ou la dégradation des écosystèmes aquatiques. Cette forme de tourisme nécessite donc une gouvernance environnementale proactive, articulant développement économique, qualité de l'expérience touristique et protection durable des ressources naturelles.

Ainsi, dans une dynamique transfrontalière, l'intégration du tourisme fluvestre à l'itinérance constitue un levier de développement durable, à condition d'articuler de manière équilibrée les objectifs économiques, sociaux, culturels et environnementaux dans le cadre d'une gouvernance concertée.

2.3 Limites et perspectives de l'étude

Cette recherche s'est attachée à analyser le rôle du tourisme fluvestre dans le développement territorial durable, en particulier lorsqu'il est intégré à l'offre d'itinérance. Ce champ d'étude, par nature vaste, englobe des activités fluviales et terrestres aux formes multiples. Compte tenu de l'ampleur du sujet, l'analyse a été recentrée sur les missions menées dans le cadre du stage, portant principalement sur le tourisme fluvial et sur la combinaison d'activités cyclables et pédestres. Les activités de loisirs liées au fleuve, bien que pertinentes pour une compréhension globale, n'ont pas pu être abordées, ce qui constitue une limite à la portée de l'étude.

Le cas d'étude, centré sur le Département des Ardennes, couvre un territoire vaste et diversifié. L'analyse exhaustive de l'ensemble du département et du massif ardennais a été rendue difficile par cette étendue et par la diversité des acteurs impliqués. Les entretiens semi-directifs ont été conduits sur une grande partie du territoire afin de recueillir un large éventail de points de vue. Toutefois, la réalisation parallèle d'une enquête en Ardenne belge aurait permis de mieux appréhender les dynamiques fluvestres et fluviales dans leur dimension transfrontalière. De même, un questionnaire plus spécifiquement orienté vers le tourisme fluvestre aurait permis de collecter des données plus ciblées et d'approfondir certaines analyses. Par ailleurs, l'enquête étant toujours en cours et ne devant s'achever qu'à la fin septembre, ses résultats complets n'ont pas pu être intégrés, bien qu'ils auraient enrichi notre analyse quantitative.

Les résultats mettent en évidence un paradoxe récurrent : dynamiser l'économie locale implique le développement d'aménagements répondant aux attentes croissantes des visiteurs en termes de qualité, mais ces aménagements doivent être conçus de manière à minimiser leur impact sur l'environnement. La conciliation de ces deux objectifs reste un défi majeur, d'autant plus que la mise en œuvre des préconisations nécessite des financements importants, dans un contexte où les ressources publiques se font plus rares.

Pour dépasser ces limites, des pistes de recherche et d'action pourraient être envisagées : mener une étude comparative transfrontalière approfondie, intégrer davantage la dimension loisirs dans l'analyse, et tester sur le terrain des modèles d'aménagement conciliant qualité de l'expérience touristique et préservation des écosystèmes. Une telle approche permettrait d'affiner les stratégies de développement territorial durable autour du tourisme fluvestre, en s'appuyant sur une coopération renforcée entre les acteurs locaux et transfrontaliers.

Conclusion de la partie 3

La méthodologie adoptée s'inscrit dans une approche hypothético-déductive, consistant à formuler des hypothèses à partir de la revue de littérature, afin d'orienter la recherche vers leur vérification. Cette démarche, couramment mobilisée en sciences sociales, permet de structurer l'enquête autour d'objectifs précis.

L'étude a combiné deux méthodes complémentaires. La méthode qualitative a permis de recueillir en profondeur les perceptions et expériences des enquêtés concernant le tourisme fluvestre en Ardennes, offrant ainsi une compréhension fine des enjeux. La méthode quantitative, quant à elle, a permis de collecter un volume important de données, renforçant la robustesse et la crédibilité de l'analyse.

L'enquête qualitative a fait émerger différentes thématiques : le rôle central de la nature dans l'identité ardennaise, la nécessité de concilier préservation et valorisation à travers le tourisme fluvestre et l'importance d'une structuration transfrontalière de cette offre touristique

Les résultats issus du questionnaire montrent un profil relativement homogène des plaisanciers fréquentant les Ardennes : majoritairement âgés de plus de 50 ans, souvent propriétaires de leur embarcation et provenant en grande partie des pays voisins. Leurs motivations sont diverses, mais l'attrait pour les espaces naturels, le calme, les activités cyclistes et la randonnée constitue un dénominateur commun.

Sur la base de ces résultats, un plan d'actions opérationnelles a été élaboré autour de quatre axes stratégiques :

1. Renforcer l'identité territoriale et mobiliser la population locale ;
2. Structurer et diversifier l'offre touristique fluvestre dans une logique d'itinérance ;
3. Développer la coopération transfrontalière afin d'améliorer la qualité et la visibilité de l'offre ;
4. Préserver et restaurer les écosystèmes liés aux voies navigables.

La mise en œuvre de ces orientations contribuerait à positionner le tourisme fluvestre comme un levier de développement territorial durable.

Conclusion générale

L'objectif de cette recherche était d'analyser dans quelle mesure le tourisme fluvestre peut constituer un levier de développement territorial durable en contexte transfrontalier. Inscrite dans une démarche hypothético-déductive, cette recherche a été menée dans le cadre d'un stage de fin d'études au sein de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes, dont la mission principale consistait à réaliser une analyse approfondie du tourisme fluvial et fluvestre dans ce territoire. Pour ce faire, deux approches complémentaires ont été mobilisées : d'une part, l'exploitation d'un questionnaire diffusé auprès des plaisanciers par l'ADT et, d'autre part, une étude des pratiques de mobilité douce liées au tourisme fluvestre, notamment la randonnée pédestre et cyclable.

Cette recherche a permis d'examiner les enjeux économiques, sociaux et environnementaux associés au tourisme fluvestre. Elle a également proposé une mise en perspective historique des voies d'eau, tout en inscrivant cette forme de tourisme dans la dynamique plus large du tourisme itinérant, aujourd'hui reconnu comme un vecteur de valorisation territoriale. L'intégration du tourisme fluvial au sein d'une offre combinant navigation, cyclotourisme et randonnée apparaît ainsi comme un moyen de maximisation des retombées.

Sur le plan économique, les résultats montrent que le tourisme fluvestre, pris isolément, génère des bénéfices limités, notamment en raison d'une consommation locale plus faible des plaisanciers comparée à celle des randonneurs ou des cyclistes. Cependant, une approche intégrée, articulant ces différentes pratiques au sein d'une offre fluvestre globale, permettrait d'augmenter les retombées économiques pour les acteurs locaux, notamment par la diversification des services et la création d'itinéraires attractifs.

D'un point de vue environnemental, cette forme de tourisme soulève des défis majeurs. Bien qu'il s'appuie sur la valorisation des milieux aquatiques, il induit des pressions sur la biodiversité, liées notamment aux aménagements nécessaires pour l'accueil des visiteurs. La conciliation entre développement touristique et préservation des écosystèmes impose donc des mesures fortes : régulation et

planification des infrastructures, instauration de zones protégées, et sensibilisation des visiteurs aux enjeux environnementaux.

Enfin, au-delà des dimensions économique et écologique, le tourisme fluvestre favorise la création de liens sociaux, en particulier dans un contexte transfrontalier. Les animations et usages partagés des berges contribuent à renforcer les échanges entre habitants et visiteurs, conférant à l'eau un rôle fédérateur et identitaire.

À l'issue de cette analyse, plusieurs axes stratégiques se dessinent pour faire du tourisme fluvestre un vecteur de développement territorial durable :

Renforcer l'identité territoriale et mobiliser les communautés locales des deux côtés de la frontière ;

Structurer et diversifier l'offre fluvestre en favorisant une logique d'itinérance intermodale ;

Intensifier la coopération transfrontalière pour assurer la cohérence et la visibilité de l'offre ;

Préserver et restaurer les écosystèmes aquatiques, en conciliant attractivité touristique et respect de la biodiversité.

Ainsi, cette étude confirme que le tourisme fluvestre, en territoire transfrontalier, s'il est pensé de manière systémique et durable, dispose d'un potentiel réel pour stimuler le développement économique, renforcer la cohésion sociale et contribuer à la préservation des ressources naturelles. Toutefois, son succès repose sur la capacité des acteurs institutionnels et territoriaux à articuler coopération transfrontalière, structuration de l'offre et préservation de l'environnement.

Cependant, plusieurs limites doivent être soulignées : le manque de données actualisées sur la fréquentation et les retombées économiques rend difficile une évaluation précise des impacts et la dépendance à des financements publics et européens pour l'entretien des infrastructures et la mise en place de projets soulève la question de la viabilité à long terme de ce modèle. Le succès de ce tourisme ne peut donc être garanti sans une gouvernance forte, une évaluation régulière des pratiques et un engagement durable des acteurs publics et privés à construire une offre structurée et respectueuse des territoires.

Bibliographie

BALLOUCHE Aziz, LONGUET Isabelle, VERDELLI Laura et WANTZEN Karl Matthias, 2015, « Introduction », *Noréis. Environnement, aménagement, société*, 31 décembre 2015, n° 237, p. 7-13.

BARBOT Janine, 2012, « 6 – Mener un entretien de face à face » dans *L'enquête sociologique*, s.l., Presses Universitaires de France, p. 115-141.

BASTIÈGE Marine et FAVREAU Florian, 2022, « Gestion de l'environnement » dans Manel Benzerafa-Alilat, Danièle Lamarque et Gérald Orange (eds.), *Encyclopédie du management public*, Vincennes, Institut de la gestion publique et du développement économique (coll. « Gestion publique »), p. 347-353.

BAUELLE Guy, 2017, « Territoire:La coopération transfrontalière comme modèle d'intégration européenne » dans *Abécédaire de droit de l'Union européenne*, s.l., Presses universitaires de Rennes, p. 535-552.

BAUELLE Guy, GUY Catherine et MÉRENNE-SHOUMAKER Bernadette, 2011a, « Le développement territorial : finalités et spécificités », *Didact Géographie*, 2011, p. 13-27.

BAUELLE Guy, GUY Catherine et MÉRENNE-SHOUMAKER Bernadette, 2011b, « Le développement territorial : fondements, mesure et démarche », *Didact Géographie*, 2011, p. 29-48.

BELKACEM Rachid, BOQUET Mathias, DORKEL Nicolas, RENARD-GRANDMONTAGNE Colette, SIADOU-MARTIN Béatrice et YILDIZ Hélène, 2022, « Conception de la frontière et comportements des acteurs transfrontaliers », *Projectics / Proyética / Projectique*, 15 juin 2022, vol. 31, n° 1, p. 9-38.

BERNARD Nicolas, 2017, « Nautisme et tourisme : une convergence au bénéfice des territoires », *Études caribéennes*, 15 avril 2017, n° 36.

BEYER Antoine, 2016 « Les grands jalons de l'histoire des voies navigables françaises » , *Pour mémoire*, revue des ministères de l'environnement, de l'énergie et de la mer, n°17, pp. 83 – 93

BONIN Sophie, 2007, « Fleuves en ville : enjeux écologiques et projets urbains », *Strates. Matériaux pour la recherche en sciences sociales*, 31 décembre 2007, n° 13.

BOSC Océane, 2021-2022, *l'itinérance douce et les chemins de Saint Jacques de Compostelle*, mémoire de master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 145 p

CARRÉ Catherine *Effets géographiques et processus politiques dans la gestion de l'eau en France. Géographie. Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne*, 2015.

CHABOCHE José et DOURNEL Sylvain, 2021, « *Transition récréotouristique et loisirs sportifs de plein air en espace périmétropolitain: Le Loiret au fil de l'eau comme dispositif d'intermédiation territoriale* », *Géocarrefour*, 31 décembre 2021, vol. 95, n° 2.

CLÉMENT Garance, 2022, « *Grandir aux frontières, grandir sans frontières ? Les effets socialisateurs de la mobilité transfrontalière* », *Espaces et sociétés*, 26 avril 2022, vol. 184185, n° 1, p. 165-180.

CORBIN Alain, 2000, « *Temps des loisirs, espaces de la ville* », *Histoire urbaine*, 2000, vol. 1, n° 1, p. 163-168.

CURZI Sabrina, DELECOSSE Éric et MOYSE Vincent, 2016, « *La coopération transfrontalière européenne. Les dynamiques décisionnelles du programme Interreg France-Wallonie-Vlaanderen* », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 1 octobre 2016, vol. 2300, n° 15, p. 5-46.

DAMIEN Marie-Madeleine, 1999, « *La voie d'eau, un enjeu pour le développement du tourisme régional et des loisirs de proximité* », *Hommes et Terres du Nord*, 1999, vol. 4, n° 1, p. 261-270.

DAYEZ Corentin, LELOUP Fabienne et VERGER Solange, 2007, « *Du problème frontalier au projet transfrontalier : vers une gouvernance territoriale ?* », *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. Territory in movement Journal of geography and planning*, 1 octobre 2007, n° 4, p. 82-93.

DELAIVE Frédéric, 1998, « *De la promenade en bateau au canotage, a Paris et ses environs (XVIIIe-XIXe siècles)* », *Hypothèses*, 1998, vol. 1, n° 1, p. 89-96.

DENERT Olivier et HUREL Harold, 2000, « *De l'espace frontalier au territoire transfrontalier* », *Labyrinthe*, 1 juin 2000, n° 6, p. 141-148.

DICKINSON Janet et LUMSDON Les, 2010, *Slow Travel and Tourism*, London, Routledge, 240 p.

DOMEN Célia, 2023-2024, *Le volontourisme : entre altruisme, néocolonialisme et développement local*, mémoire de master 1 tourisme et développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 124 p

DURÀ Antoni, BERZI Matteo et NOFERINI Andrea, 2019, « Coopération transfrontalière dans l'aire du programme européen SUDOE : un bilan », *Sud-Ouest européen. Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, 20 décembre 2019, n° 48, p. 85-98.

FABRY Nathalie, ZEGHNI Sylvain et BOURRET Christian, 2018, *Le Canal Seine-Nord Europe : Étude exploratoire Rapport Final*, s.l., DICEN.

GALOCHET Marc, 2013, « Guy Baudelle, Catherine Guy, Bernadette Mérenne-Schoumaker : Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats », *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. Territory in movement Journal of geography and planning*, 1 mars 2013, n° 17-18.

GOUHENANT Manon, 2023-2024, *L'événementiel au travers du tourisme de découverte économique*, mémoire de master 2 tourisme et développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 244 p

GUIBERT Christophe et PAUL Anaëlle, 2013, « Usages et intérêts différenciés des espaces maritimes et fluviaux patrimonialisés. Les cas de Saint-Gilles-Croix-de-Vie en Vendée et du canal de Nantes à Brest », *Noréis. Environnement, aménagement, société*, 30 septembre 2013, n° 228, p. 89-101.

GUIMBAUD Thierry, 2021, « Le fluvial au service des territoires », *Administration*, 2021, vol. 269, n° 1, p. 55-57.

GUMUCHIAN Hervé et PECQUEUR Bernard, 2007, *La ressource territoriale*, Paris, Economica (coll. « Géographie dirigée par Antoine S. Bailly »), 252 p.

HAMEZ Grégory, 2020, « Chapitre 5. La région transfrontalière » dans *Frontières*, s.l., Armand Colin, p. 45-55

HALLEM Yousra, SAHUT Jean-Michel et HIKKEROVA Lubica, 2020, « Le « Slow tourisme » comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être », *Management & Prospective*, 13 novembre 2020, vol. 37, n° 3, p. 129-147.

LAMÉNIE Brice, 2016, « Les territoires industriels face aux effets cumulés du déclin démographique et économique : quelles perspectives avec la métropolisation ? », *Espace populations sociétés. Space populations societies*, 20 mars 2016, 2015/3-2016/1.

LAPORTE Guillaume, L'itinérance touristique fluvestre comme levier de réappropriation des cours d'eau et de développement territorial : le cas de la Vallée de l'Oise, Sciences de l'Homme et Société. 2024, 151 p

LELOUP Fabienne et MAILLEFERT Muriel, 2022a, « Développement territorial », *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, 16 décembre 2022, Vol. 13, n°3.

MARQUET Jacques, CAMPENHOUDT Luc Van et QUIVY Raymond, 2022, « Quatrième étape. La construction du modèle d'analyse », *Collection U*, 2022, vol. 6, p. 127-166.

METTAN Nicolas, 2003, « Enjeux et perspectives de la coopération transfrontalière dans le domaine de l'aménagement du territoire : l'exemple de la Suisse romande », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2003, n° 5, p. 951-972.

OH Haemoon, ASSAF A. George et BALOGLU Seyhmus, 2016, « Motivations and Goals of Slow Tourism », *Journal of Travel Research*, 1 février 2016, vol. 55, n° 2, p. 205-219.

PAQUOT Thierry, 2011, « Qu'est-ce qu'un « territoire » ? », *Vie sociale*, 2011, vol. 2, n° 2, p. 23-32.

PAUTET Arnaud, 2023. 1878-1884. Le plan Freycinet Mailler le territoire pour mieux le contrôler. Histoire de France : D'Alésia à nos jours. Chronologie 1 date . 1 carte (p. 198-199). Autrement.

PARIZOT Isabelle, 2012, « 5 – L'enquête par questionnaire » dans *L'enquête sociologique, s.l., Presses Universitaires de France*, p. 93-113.

PAUTET Arnaud, 2023, « 1878-1884. Le plan Freycinet:Mailler le territoire pour mieux le contrôler », *Atlas*, 2023, vol. 2, p. 198-199.

RAYMOND Christopher M., BROWN Gregory et WEBER Delene, 2010, « The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections », *Journal of Environmental Psychology*, 1 décembre 2010, vol. 30, n° 4, p. 422-434.

RIMAUD Marie-Noëlle et PIRIOU Jérôme, « Le `` slow tourism ' ' : ambitions et contraintes institutionnelles pour un développement touristique différencié » Presses Universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine. Vivre Slow. Enjeux et perspectives pour une transition corporelle, récréative et touristique, Presses Universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine, pp.357-371, 2020

RIPOLL Fabrice et VESCHAMBRE Vincent, 2005, « Introduction », *Norois. Environnement, aménagement, société*, 1 juin 2005, n° 195, p. 7-15.

RODE Sylvain, 2018a, « Régis Barraud, Marie-Anne Germaine (coord.), *Démanteler les barrages pour restaurer les cours d'eau. Controverses et représentations* », *Géocarrefour*, 6 février 2018, vol. 92, n° 1

RODE Sylvain et SANTASUSAGNA RIU Albert, 2022, « *La promotion du tourisme fluvial, levier de développement local et de coopération territoriale ? Analyse de deux expériences en France et en Espagne* », Lyon, France, I.S. Rivers.

SIMI Gianluca, 2020, « Chapitre 22. Vivre à la frontière » dans *Frontières*, s.l., Armand Colin, p. 196-205.

SOHN Anne-Marie, 1999, « Alain Corbin (sous la direction de), *L'avènement des loisirs, 1850-1960* », *Revue d'Histoire Moderne & Contemporaine*, 1999, vol. 46, n° 2, p. 412-413.

SZARY Anne-Laure Amilhat, 2020a, « Chapitre 1. Épistémologie des frontières : origine et actualité des border studies » dans *Frontières*, s.l., Armand Colin, p. 8-16.

SZARY Anne-Laure Amilhat, 2020b, « Chapitre 2. Souveraineté, territorialité, identité » dans *Frontières*, s.l., Armand Colin, p. 17-25.

TALANDIER Magali, « Le tourisme: moteur de la revitalisation des espaces ruraux français? » *cahier espaces*, 2008, 98, pp.132-136.

THBAUT Louis, 1979, « *Les voies navigables et l'industrialisation du Nord de la France* », 1979.

THIARD Philippe, 2005, « "L'offre territoriale : un nouveau concept pour le développement des territoires et des métropoles ?" », *Territoires 2030*, 2005, n° 1, p. 17-28.

TORRE André, 2015, « Théorie du développement territorial », *Géographie, économie, société*, 7 octobre 2015, vol. 17, n° 3, p. 273-288.

TORRE André et VOLLET Dominique, 2015, « Aux fondements du développement territorial » dans *Partenariats pour le développement territorial*, s.l., Éditions Quæ, p. 11-32.

VERBRUGGE Laura et BORN Riyan VAN DEN, 2018, « The role of place attachment in public perceptions of a re-landscaping intervention in the river Waal (The Netherlands) », *Landscape and Urban Planning*, 1 septembre 2018, vol. 177, p. 241-250.

VLARAMEE, 2025, « « Les voies navigables sont un levier pour l'adaptation des territoires au changement climatique », Laurent Hénart (VNF) », *La Gazette des communes (site web)*, 17 février 2025.

WYPYCHOWSKI « *Baignades urbaines : plongez au coeur des cours d'eau nantais* » Architecture, aménagement de l'espace. 2018

WOESSNER Raymond, 2006, « *L'émergence du tourisme fluvial en Europe* », Collection EDYTEM. *Cahiers de géographie*, 2006, vol. 4, n° 1, p. 183-198.

Table des annexes

Annexe A - Questionnaire sur le tourisme fluvial 2025.....	p176
Annexe B - Guide d'entretien semi directif	p179
Annexe C - Grille d'analyse thématique transversale des entretiens semi directifs	p181
Annexe D - Retranscription des entretiens exploratoires	p191

Annexe A - Questionnaire sur le tourisme fluvial - 2025



Enquête sur votre séjour dans les Ardennes

Merci de déposer ce questionnaire dans les capitaineries, haltes fluviales ou offices de tourisme des Ardennes françaises

1 Pourquoi avez-vous choisi les Ardennes ? (1 seule réponse)

- ☐ Destination habituelle
 ☐ Envie de découverte
 ☐ Nature et espace
☐ Étape vers autre destination
 ☐ Calme, détente et repos
 ☐ Autre :

2 Comment avez-vous connu les Ardennes ? (2 réponses maxi)

- ☐ Famille/amis
 ☐ Guide/flyer touristique
 ☐ Je suis déjà venu(e)
☐ Bouche à oreille
 ☐ Par un réseau/guide fluvial
 ☐ Réseaux sociaux

3 Quels types d'activité sont susceptibles de vous intéresser ? (plusieurs réponses acceptées)

- ☐ Visites culturelles
 ☐ Espaces naturels
 ☐ Vélo/randonnée
☐ Tourisme de mémoire
 ☐ Découverte gastronomique

4 Quel est le degré de satisfaction concernant :

	Très bien	Bien	Mauvais	Ne se prononce pas
Accueil sur le port ou la halte (horaires d'ouverture, niveau d'information, qualité de l'accueil...)				
Restauration, animation et vie nocturne				
Commerces de proximité				
L'éclairage, les parkings et les accès				
Les prestations offertes par la capitainerie (douches, sanitaires, eau, électricité)				

5 Quels types de services attendez-vous ?

Pouvez-vous les classer par ordre de priorité ?

	1 1 ^{re} place	2 2 ^e place	3 3 ^e place
Accès à l'information touristique			
Borne de services (eau, vidange...)			
Commerces			
Prestations offertes par la capitainerie			
Accès à un réseau Wi-Fi			

6 Composition de l'équipage. Pour ce séjour vous êtes :
☐ Entre amis ☐ En famille ☐ En couple ☐ Seul(e) ☐ Autres:

7 Nombre de personnes à bord :

8 Êtes-vous propriétaire du bateau : ☐ Oui ☐ Non

9 Âge : ☐ 51 - 70 ans ☐ plus de 70 ans ☐ 18 - 30 ans ☐ 31 - 50 ans

10 Transportez-vous des vélos : ☐ Oui ☐ Non

11 Durée totale du séjour :

☐ 0 nuits ☐ 6 - 7 nuits
☐ 1 - 2 nuit(s) ☐ entre 1 et 2 semaine(s)
☐ 3 - 5 nuits ☐ plus de 2 semaines

12 Nombre de nuits dans les Ardennes :

☐ 0 nuits ☐ 6 - 7 nuits
☐ 1 - 2 nuit(s) ☐ entre 1 et 2 semaine(s)
☐ 3 - 5 nuits ☐ plus de 2 semaines

13 Principales dépenses durant votre séjour :

	1	2	3
	1 ^{re} place	2 ^e place	3 ^e place
Dépenses liées à l'activité fluviale, lieux d'amarrage			
Restaurants/café			
Visites culturelles			
Ravitaillement/Épicerie			
Souvenirs			
Essence/transport			
Activités sport et loisirs			

14 Votre dépense journalière globale :

☐ Entre 0-25 euros ☐ 25 - 50 euros ☐ 50-100 euros ☐ 100-150 euros ☐ plus de 150 euros

15 Sens de votre itinéraire :

☐ Nancy - Belgique ☐ Belgique - Nancy ☐ Belgique - Rethel
☐ Rethel - Belgique ☐ Nancy - Rethel ☐ Rethel - Nancy

16 Pays de résidence : **Si France, région :**

17 Vos remarques sur ce séjour :

.....

Les informations recueillies sont destinées à l'observation touristique des Ardennes. Le destinataire des données est l'ADT des Ardennes. Pour toute information complémentaire, veuillez contacter M Hervé Caïtucoli par courriel : caitucoli@ardennes.com

1. Présentation de l'enquêté

- Pouvez-vous vous présenter brièvement ? (âge, parcours, activité professionnelle actuelle)
- Êtes-vous originaire des Ardennes ? Si non, depuis quand y vivez-vous, et pour quelles raisons êtes-vous venu(e) ?
- Vous sentez-vous attaché(e) à ce territoire ? Pourquoi ?

2. Rapport personnel avec les cours d'eau

- Fréquentez-vous la Meuse, la Semois ou la Chiers ? À quelle fréquence et dans quel cadre ?
- Quels souvenirs ou émotions associez-vous à ces rivières ? (balade, baignade, pêche, enfance...)
- Avez-vous constaté une évolution des berges ou de l'environnement fluvial ces dernières années ?
- Quelles activités y voyez-vous le plus souvent ? Y participez-vous ?
- Diriez-vous que ces rivières font partie de l'identité locale ? Pourquoi ?
- Le fleuve/rivière est-il un lieu de rencontre ? D'événements ?
- Selon vous, quels sont les effets environnementaux des activités humaines autour de ces cours d'eau ?

3. Identité territoriale

- À quel territoire vous sentez-vous appartenir ? (commune, vallée, Ardennes, transfrontalier...)
- Quelles sont, selon vous, les principales forces de ce territoire ? Et ses fragilités ?
- Avez-vous remarqué des changements ces dernières années ? (environnement, climat, population, infrastructures, tourisme...)
- Pensez-vous que les Ardennes ont une identité partagée ? Si oui, comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, les Ardennes sont-elles perçues comme un territoire touristique ? Pourquoi ?
- Que représente, selon vous, la frontière avec la Belgique ? En quoi influence-t-elle la vie ici ?
- Quelles formes de tourisme y sont les plus visibles selon vous ?

4. Définition et impacts du tourisme fluvial

- Que vous évoque le terme tourisme fluvial ?
- Quelles activités y associez-vous ? (bateau, péniche, croisière, canoë...)
- Selon vous, ce tourisme est-il visible dans les Ardennes ?
- Quel est son impact : économique, social, écologique ?
- Quels freins ou limites voyez-vous à son développement ?
- Quelles améliorations seraient nécessaires (infrastructures, communication, services...) ?

5. Tourisme à vélo et randonnée pédestre

- Le tourisme à vélo est-il, selon vous, bien développé dans les Ardennes ?
- Avez-vous vu des cyclistes itinérants dans votre secteur ?
- Quels seraient, selon vous, les freins et leviers pour le développer ?
- Ce tourisme a-t-il un impact économique local ? Environnemental ?
- La randonnée pédestre est-elle une activité fréquente ici ?
- Ce tourisme a-t-il un impact économique local ? Environnemental ?
- Quelles complémentarités voyez-vous entre marche, vélo et navigation ?

6. Vers un tourisme fluvestre facteur de développement territorial

- Avez-vous déjà entendu parler de tourisme fluvestre ?
- Pensez-vous qu'il soit possible de combiner tourisme fluvial, vélo et randonnée ?
- Quels avantages voyez-vous à ce type d'approche ? (écologie, attractivité, économie...)
- Quels freins ou difficultés pourraient l'empêcher de se développer ici ?

- Selon vous, le tourisme fluvestre participe t-il à la preservation de l'environnement ?
- Avez-vous remarqué des commerces, hébergements ou services émergents grâce à ces nouveaux touristes ?
- Comment imaginez-vous le tourisme dans les Ardennes dans 10 ans ?

Annexe C - Grille d'analyse thématique transversale

Thème 1 : La nature, pilier identitaire et moteur du tourisme ardennais	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : la Meuse comme ancrage identitaire fort	Les Ardennes, un territoire de reliefs et de nature "ya beaucoup de reliefs, de forêts, y'a des très beaux paysages, y'a une voie verte qui sillonne un petit peu toute les ardennes mais aussi d'autres sentiers un petit peu plus cachés dans les collines ect"
	Un territoire porteur de sens "quand on naît au bord de la Meuse on y reste attaché mais je suis attachée à l'Ardenne de manière plus vaste parce que c'est un territoire qui a pour moi beaucoup de sens et qui a beaucoup de potentiel de développement, on a des richesses incroyables"
	L'attachement au fleuve "C'est des axes structurants qui permettent de s'identifier justement, on est mosans, j'ai travaillé avec un artiste qui a fait un film qui s'appelle les géants du fleuve qui montrent vraiment l'attachement au fleuve"
	La beauté des paysages ardennais "ils étaient enchantés quoi parce qu'ils pensaient pas que y'avait des choses aussi belles et spectaculaires parce que quand on monte au malgré tout avec vue sur la vallée, les boucles de la Meuse, à Monthermé les boucles sont magnifiques aussi".
	La Meuse, colonne vertébrale des Ardennes la Meuse, elle marque le territoire. Parce qu'elle est son espèce, je dirais elle est sa colonne vertébrale du fait qu'elle le traverse, et on peut dire la même chose du département de la meuse .
Sous thème 2 : La nature valorisée comme cadre de vie de qualité	Un territoire où la nature devient un besoin "les collines, les sentiers, les forêts c'est quelque chose dont j'ai besoin et qui est vraiment très agréable par ici"
	La nature rend le territoire magnifique " quand il fait beau les Ardennes c'est magnifique, moi les plaisanciers ils me le disent c'est super jolie, y'a des montagnes, c'est vraiment la nature, c'est vrai qu'on est entouré de nature quand meme, les Ardennes c'est super"
	Un territoire où l'on respire grâce à la nature "les atouts c'est qu'on respire pas mal ici"
	Le besoin vital de la nature "c'est la nature qui nous a absorbés parce qu'en fait. Et je remarque que maintenant plus j'en ai, plus j'en veux de la nature"
	Un territoire préservé grâce à la nature "Ici on a encore la chance d'être fort préservé tant qu'il y a tout ce vert, il y a énormément de vert en fait ça ça devient, ça devient l'impression que ce vert nous fait du bien et on devient très attaché "
Sous thème 3 : La nature sous pression touristique	Volonté de protéger l'environnement "les sentiers non seulement qui sont intéressants mais aussi balisés pour

	protéger aussi la nature, pour pas que les gens partent trop en hors piste heu surtout s'il y a bcp de fréquentations, si la fréquentation augmente il faut protéger les espaces"
	Le paradoxe de la centrale nucléaire "On nous a foutu une centrale nucléaire tu vois c'est un peu le paradoxe, je suis un peu critique là-dessus, on parle de développement touristique, on fait un PNR et au milieu on fout une centrale nucléaire, on parle de forêt primaire tout ça"
	Un risque de surtourisme "du retard entre le développement touristique et la préservation de l'environnement et parfois je pense que par exemple le lac des vieilles forges, pour moi on est en train de faire des erreurs on vit sur du méga tourisme et à un moment donné, pourrir un site"
	La propreté contre la biodiversité "Ici la mode c'est de tout tondre le temps, tondre donc en fait finalement il y a plus d'espace vert naturel c'est que les élus de plus en plus en fait ils veulent de l'herbe hyper tondue pour que ce soit propre et y'a plus un poil qui dépasse quoi en fait et la nature ça elle l'aime pas en fait"
	La pollution, une conséquence inévitable à gérer "vous pouvez faire ce que vous voulez c'est que vous faites du quand vous dispatchez la pollution parce que vous créez forcément de la pollution, il y aura forcément des papier par terre. Donc il faut mettre des moyens derrière. Mais après ça peut-être la pollution sonore visuelle enfin sonore olfactive"
	Repenser le mode d'exploitation de la forêt Cette forêt là a ses traditions : la chasse, les choses comme ça. Il faut vraiment qu'il y ait un projet de développement adapté pour rester harmonieux Il faut qu'on repense un petit peu le mode d'exploitation de nos forêts
	Le rôle important du PNR On est tous autour de la table et on peut voir un peu le partage de la forêt. On a quand même un atout, c'est qu'on a le PNR. C'est le PNR des Ardennes. Je pense que le PNR peut justement jouer aussi ce rôle de liant. C'est un PNR, c'est un PNR de la forêt. Et justement, pour que tout le monde s'y sente bien, s'y retrouve et respecte un petit peu la nature.
sous thème 4 : La voie d'eau comme ressource touristique en devenir	Entre randonnées, voie verte et excursions fluviales "y'a pas vraiment la montagne y'a pas ce à quoi les gens vont penser pour leur vacances alors que pourtant avec le tourisme fluvial, les randonnées, la voie verte du coup c'est surtout les sportifs qui viennent et voilà donc surtout les belges, néerlandais qui descendent de leur propre voie verte et qui se font une petite excursion"
	Le succès des lieux conviviaux en bord d'eau "si on mettait des petites guinguettes, des trucs comme ça y'en a ça recommence mais clairement dès qu'on met une terrasse à côté d'une rivière ou d'un fleuve, les gens s'y arrêtent c'est inévitable"
	Réinventer la ville autour des rivières et des fleuves "Je pense que les villes et les villages ont intérêt à utiliser leur bord de rivière ou bord de fleuve, elles ne le font peut être pas encore assez parce que longtemps on se méfiait des cours d'eau parce qu'encore maintenant ils débordent, les inondations c'est dangereux mais il y a moyen de faire ça de manière intelligente"
	La réappropriation des bords de fleuve "Mais j'ai l'impression que je vois moi dans mon petit territoire pas de manière

	plus vaste, que les gens se réapproprient les bords de fleuve"
	L'eau, facteur de développement touristique L'eau est quand même important maintenant, un facteur important du développement touristique, que ce soit le changement climatique, que ce soit l'eau naturelle, le rapprochement de la nature
	Reconquérir les espaces d'eau C'est un rapport vraiment très, très, très étroit au fleuve et ce qui va avec : pêche, etc. Voilà, bon. Maintenant, on essaie aussi de reconquérir un peu les espaces d'eau

Thème 2 : La frontière franco-belge comme facteur du développement territorial	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : Prendre exemple sur la stratégie touristique belge	Une identité commune, des pratiques à partager "C'est que justement on a cette identité commune et ces envies communes de travailler ensemble et aussi des petites différences et y'a un intérêt de comparer ce qu'on fait "ah vous faites comme ça, bonne idée nous on a jamais pensé à faire ça" c'est partager des bonnes pratiques et mettre en commun ce qu'on sait faire de mieux".
	En transfrontalier, 1+1 = 3 "ça crée vraiment des nouvelles choses on dit souvent qu'1+1 = 3 en transfrontalier càd ce qu'on fait ensemble c'est bien plus que ce qu'on aurait fait séparément en mode 1+1, ça prend une ampleur différente parce que c'est un peu l'émulation, on se challenge et on crée des choses positives"
	L'exemple de Namur : une capitainerie conviviale et attractive "Quand je pense aux capitaineries à Namur, près du pont central y'a une capitainerie c'est pas juste une capitainerie où on va payer sa nuit ect.. y'a un bar, y'a aussi des activités ça il faut bien reconnaître"
	Un balisage innovant pour faciliter les itinéraires "C'est quelque chose qui se fait et en Belgique y'a les points noeuds, sur le territoire y'a des points je veux aller de là à là par exemple je suis au 57 et je veux aller au 48 puis vers le 54 donc tu crée ton itinéraire avec les numéros et t'as pas besoin de carte parce que t'as des panneaux qui t'indiquent le numéro et ils sont en train d'implanter ça aussi en France pour faciliter la circulation des gens"
	Le tourisme belge : une culture locale étonnamment bien développée "Ce qui est étonnant c'est que la Belgique c'est super touristique, les hébergements sont là, là par exemple le long de la Lesse à Furfaux donc c'est protégé tout ça. ils promeuvent vraiment beaucoup le local et c'est étonnant cette culture du tourisme qu'ils ont là bas et qu'on arrive pas à avoir ici"
	Le camping en respectant la nature "je l'ai vu aussi en Belgique, j'ai loué une tente et il laissait pleins d'endroits pour que la végétation soit alors ils tondaient pour qu'on puisse marcher, mais c'est pas tondu vous savez c'est pas c'est pas à ras quoi"
	Quand la Belgique montre la voie du tourisme "Les aires de bivouac ont été faites en Belgique, on a fait mieux en France, je

	pense. Mais si ça avait été l'inverse, on avait fait en France, ils auraient fait mieux en Belgique donc c'est pas parce qu'on est français, je pense qu'on peut apprendre d'eux parce que le tourisme est bien plus développé là-bas L'économie touristique belge il y avait un fort changement de mentalité tout simplement pour les choses concrètes : par exemple le dimanche ici tout était fermé, tu vas à Bohan, le dimanche, c'est à 10 kilomètres ou à 10 kilomètres et tout est ouvert. Donc tu vois, c'est la façon d'appréhender l'économie, le tourisme, etc
Sous thème 2 : Des différences administratives et culturelles persistent	Une diversité de sentiment d'appartenance en Ardenne transfrontalière "je suis sûre c'est que les namurois ne sont pas ardennais ça c'est sûr (rire). c'est vrai que quand je dis à mes copains on est Ardennais, ils me disent ah non moi je suis gaumais, moi je suis ceci, moi je suis cela. mais y'a peut être des différences entre le Nord et le Sud Ardenne c'est peut être pas les mêmes réalités non plus".
	Des difficultés administratives qui persistent "si quand même y'a des difficultés administratives parfois ... qui comprend pas ce qu'on demande, pour des contrats publicitaires par exemple ça oui c'est les principales difficultés, c'est l'administratif y'a des choses qui sont quasiment pareilles mais pas tout à fait".
	Apprendre des autres cultures "mais on apprend beaucoup des autres cultures, alors ils ont beau nos voisins tout proches, tout proches les belges. Bah leur mentalité est différente, leur politique, elle est différente"
Sous thème 3 : Les échanges culturels sont importants avec les belges	S'imprégner de la culture belge "j'ai la culture belge qui ressort un petit peu, je commence à avoir des belgicismes qui sortent de temps en temps quand je parle"
	La convivialité ardennaise transfrontalière "le caractère (rire), le côté convivial, les ardennais et les wallons je pense que y'a ce côté sympa qui aime bien faire la fête qui aime bien rassembler, peut être se mobiliser ensemble pour des causes ect ça je pense que c'est quelque chose qui est commun, de ce que je vois des groupes que je fréquente qui sont mixtes français et belges, français c'est ardennais, mon mari travaille avec des parisiens c'est pas pareil (rire) bien qu'il y a des parisiens très sympas"

Thème 3 : L'implication et la coordination des acteurs locaux est nécessaire pour développer le tourisme fluvestre	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : Le manque de structuration et de gouvernance touristique	Faciliter l'accostage pour attirer les plaisanciers "les plaisanciers quand ils naviguent il doivent aller d'un point à un autre alors il faut pouvoir s'accoster ici mais y'a pas de point d'accostage pour les plaisanciers, un minimum quoi de façon à ce que je pense les plaisanciers seraient plus invités à venir plus en France"
	Le manque d'entretien des voies d'eau

	" Les plaisanciers sont embêtés, parce que dans l'eau, il y a des herbes des herbes ça pousse ça pousse ça pousse et rien n'est fait (...)Mais les voix navigables en France ne sont pas nettoyées. on leur dit pourtant on leur dit, il faut absolument, les plaisanciers peu importe, dès qu'ils passent la frontière, c'est le bazar ouais ouais non mais franchement c'est le bazar"
	Manque de personnel : les écluses à l'abandon "c'est un peu des fantômes la VNF. Y'a plus d'éclusiers, y'a plus de barragistes mais c'est quand t'es en bateau et que t'es en panne à une écluse, ce qui arrive souvent parce que l'entretien comme y'a pas assez de personnel c'est pas très bien entretenu"
	Nécessité de sortir de son territoire "si tu veux développer, faut pas être sur son petit pré carré de je développe ma branche entre Givet et Sedan toi par exemple à Sedan y a plus de halte fluviale ils ont mis un truc automatique de camping car"
	Quand les voies d'eau sont bloquées "ils cherchent une autre route et un autre chemin quoi enfin une autre voie navigable pour aller dans le sud. Donc on est pas connecté en fait même en région c'est à dire que si demain je t'emmène sur mon bateau on veut aller à Metz on arrivera pas à aller jusqu'à Metz on va être coincé à Stenay ou tu vois parce que c'est aussi dû au réchauffement climatique, à la montée d'algue etc..."
	Un manque d'infrastructures fluviales "Tu peux remonter remonter, tu trouves rien quoi t'en as des gratuites c'est sympa et les mairies ont fait l'effort avec de l'argent public à Nouzonville, à Lumes t'as rien, t'arrives là t'as pas d'électricité, t'as pas de commerces t'as quedalle quoi, c'est pas développé",
	Un manque d'infrastructures de qualité "Alors nous, je pense que les infrastructures elles pourraient être là si on voulait les développer, on a pas beaucoup de choses de qualité en fait. il y a l'aspect qualitatif, c'est-ce que j'ai l'impression qui manque beaucoup chez nous c'est des hébergements de qualité en fait"
	Un potentiel touristique sous exploité "c'est une belle ville et il pourrait développer plus, c'est souvent ce que les touristes disent"
Sous thème 2 : Nécessité de mettre en place une stratégie touristique commune sur tout le territoire	Améliorer l'information pour mieux orienter les touristes " certaines améliorations ça pourrait être aussi au niveau de la communication, de l'affichage notamment pour indiquer où les gens peuvent s'installer donc insister sur le fait que les rues résidentielles par exemple c'est pas là qui faut se mettre"
	Le nerf de la guerre c'est la communication "le nerf de la guerre c'est la communication heu d'informer les gens après je sais pas si ça peut être via la radio, via les journaux télé par exemple ou voire peut être voila soit les ardennes vous pouvez venir louer un bateau à pont à bar, remonter ou descendre la meuse , prenez votre vélo et allez faire un tour ect.. ça peut être chouette d'avoir des reportages comme ça par exemple, ça peut être des campagnes d'affichage, ça peut être aussi sur internet y'a quand même une certaine importance des réseaux sociaux donc essayer de rayonner un peu comme ça"
	Offrir un service complet grâce aux recommandations croisées "dans les points d'accueil sur le territoire de pouvoir faire des recommandations croisées, vous pouvez faire ça et puis en même temps ça, puis aller voir ci, pour faire quelque chose d'assez complet"

	Faire bouger le territoire grâce aux moyens européens "depuis le début y'a des gens qui se battent et qui vont chercher ses moyens auprès de l'Etat, à l'Europe on est bien placé pour le savoir ici tous les projets européens permettent de faire bouger le territoire mais il faut que les gens s'emparent de ces moyens qu'il faut aller chercher mais ça demande de l'énergie, du temps"
	Le manque d'investissements des politiques "Malheureusement je pense qu'il y a des politiques, désolé je vais parler politique, n'ont pas saisi. J'ai l'impression que parfois si ça les concerne pas directement un projet ne les concerne pas vont voter contre voir ils vont s'abstenir etc ou pas être présent j'en sais rien alors que mais par contre quand ça les concerne"
	L'attractivité du territoire est un tout je pense qu'il faut une coordination de tout ça et que l'attractivité d'un territoire c'est pas une seule chose, c'est un tout et c'est les images qu'on en donne
	La coordination, clé de la destination touristique Ça devient de plus en plus une destination touristique. Maintenant, il faut vraiment y croire. Il faut vraiment coordonner les choses
Sous thème 3 : Évolution des mentalités de la population locale sur le potentiel touristique des Ardennes	L'artisanat vecteur d'attractivité touristique "il y a aussi de l'artisanat, y'a fin voilà moi je suis un peu portée aussi sur tout ce qui est médiéval heu ect par exemple là au début du mois il y avait l'orée des légendes, y'avais pas que des artisans et artisanes ardennais y'a aussi des talents y'a des artisans à l'ancienne, y'a des conteurs par exemple donc y'a des choses"
	La valorisation progressive des atouts touristiques "y'a 10-15 ans en arrière les petites villes de la vallée de la Meuse françaises ne mettaient pas en avant leurs atouts pourtant c'est des petites pépites quoi et c'est ça qui me plaît dans ce territoire c'est le potentiel de découvertes qu'on a"
	Croire en son territoire "C'est les gens qui habitent dans ce territoire là, c'est les gens qui portent des projets, les gens qui croient dans la force de ce territoire, qui se rendent compte et réalisent les richesses patrimoniales, naturelles, de compétences aussi des gens qui y habitent".
	L'évolution des mentalités à propos des Ardennes "mais au début y'a 20 ans quand tu venais dans les Ardennes ou dans la vallée de la Meuse t'entendais "oui mais on est dans les Ardennes pfou..." maintenant plus fin y'en a encore qui le disent mais de plus en plus les gens disent "t'as vu comme c'est beau ici"
	L'intégration des habitants dans la stratégie touristique "c'est difficile de développer un tourisme de qualité si on intègre, concerne pas les habitants parce que si non ils vont se sentir agressés par les touristes donc il faut que les habitants soient partie prenante du tourisme pour qu'ils jouent le jeu"
	Le manque de considération des atouts ardennais par les habitants "Je pense que la beauté des paysages et comme les habitants sont dedans j'ai l'impression qu'ils l'admirent pas"
	La nécessaire ouverture au tourisme "il faut accompagner ça, il faut que les mentalités évoluent aussi. Il faut du tourisme, il ne faut pas être enfermé sur soi, il faut toujours être ouvert"
	Prendre conscience de la valeur ardennaise

	"ils ne sont pas assez conscients de leurs valeurs ardennaises. Ils sont un peu refermés sur eux, etc. Je pense que il faut que chaque personne soit, promeut le territoire, y croit vraiment",
--	---

Thème 4 : Les enjeux de la reconversion de l'économie ardennaise vers une économie touristique durable	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : La désindustrialisation comme déclencheur d'un changement de cap	La baisse de la population provoquée par la fermeture des usines "Oui oui y'a plus d'industries à Revin, toutes les usines, marti, porcher Lebeau tout ça c'est trois usines là sont fermées. Parce que la fonderie, il reste une fonderie, je crois encore, je sais pas au 105 il reste que celle-ci c'est vrai. Et la population a diminué, naturellement il y a plus de travail donc au niveau de la population"
	Le fleuve, atout industriel "Le fleuve là il a servi énormément au développement de l'industrie, au siècle dernier d'abord le fret par bateau jusqu'à ce qu'on construise le chemin de fer et aujourd'hui voilà à part faire un peu de bateau et aller à la pêche"
	La nécessaire reconversion des pénichiers c'est plus des péniches de fret les quelques personnes que je connais pénichiers souvent soit des gens qui ont fait une reconversion totale ou alors c'est des gens dont les parents les grands-parents étaient déjà pénichiers, ils changent tous de bateau
	Le transport commercial sur la Meuse "l'historique de la Meuse, le transport fluvial qui existe beaucoup moins maintenant. Moi quand j'étais gamin, il y avait quand même beaucoup de péniches qui passait"
	Le rôle du fleuve dans l'industrie "au début, la rivière, c'était quand même une zone de l'économie. Par exemple, elle servait dans le process de refroidissement des machines d'usine, etc. C'est pour ça que les usines sont encore aujourd'hui en bord de Meuse"
	La désindustrialisation belge s'est effectuée en premier Tout ce qui est du côté de Bohan, c'est un peu la station balnéaire belge tandis que nous, on a quand même encore une industrie qui est forte, il a pas fallu faire, je pense, cette mutation tout de suite
Sous thème 2 : La lente émergence du tourisme comme nouvelle voie de développement	Le manque de notoriété des Ardennes en tant que destination touristique "des efforts qui sont fait dans le sens de faire rayonner le territoire, faire connaître ce qu'on a par ici mais c'est vrai que je pense qu'il y a encore du chemin avant que les gens pensent à aller dans les ardennes"
	La montée en puissance du tourisme post désindustrialisation "le tourisme a monté en puissance si je puis dire, heu parce que d'une les ardennes c'est beau de toute façon et vu la fermeture des usines, des entreprises, ce qui marche c'est le tourisme fluvial même au niveau des camping car c'est quand même assez phénoménal parce que là c'est pareil."
	Le manque de structure empêche le développement du tourisme "Tu dis après il faut aller jusqu'à Mouzon c'est presque une journée de plus quoi,

	en voiture tu mets 20 minutes mais en bateau c'est une journée et donc du coup t'arrives là-bas ça s'arrête quoi c'est super beau mais les mecs souvent ils s'arrêtent à Charleville."
	Les prix élevés ne témoignent pas de la qualité "j'ai l'impression que c'est réservé à une classe et c'est ça tu fais du tourisme en Ardenne et les mecs font pas forcément de la qualité mais ils se privent pas des prix quoi c'est du tourisme même au bord de Meuse tu as vite fais, tu vas aller bouffer pour 30 balles 50 balles"
	La conscientisation progressive des élus "ils espéraient encore que l'industrie allait être le seul moyen de développement pour la région et en fait le tourisme est un levier énorme de développement qui n'était pas perçu par les élus précédent, les générations précédentes et qui maintenant sont plus beaucoup plus conscients fin la plupart en tout cas, du potentiel touristique comme levier de développement."
	La création du tourisme au dépens des Ardennes "l'invention du tourisme s'est focalisée sur deux aspects, la mer et la montagne dans ce sens-là. Effectivement dans les Ardennes il y a rien, il y a pas la mer, mais on a des cours d'eau justement, il y a pas la montagne, on a d'anciennes montagnes et aujourd'hui c'est des collines"

Thème 5 : Le tourisme fluvestre comme outil de développement économique	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : Un impact économique encore limité du tourisme fluvestre	Le manque de clients au café de l'intersection "l'an dernier il avait quatre clients qui venaient boire un café, tu vois, je veux dire ça a été un restaurant dans l'intersection sur le canal donc si des gens que j'ai rencontrés là-bas, c'est que les entreprises publiques locales on va pas dire des noms y en avait deux qui draguaient la Meuse avec un accord tacite plus ou moins ça reste public où ils prenaient le sable"
	Manque d'investissement car manque de rentabilité "mais il y a pas de travaux de fait parce que c'est pas rentable, ils devraient faire des canaux là où il y en a pas"
	L'avenir fluvial passe par l'ouverture et les connexions "je pense que l'avenir fluvial il dépend de l'ouverture je veux dire c'est des connexions du coup à un moment donné tant qu'on sera le terminus oui les gens ils vont s'arrêter là et après il faut développer".
	La consommation modérée des plaisanciers "des gens qui viennent ou pas ça, les hollandais ils sont connus un peu pour ça pour avoir des portefeuilles en hérissons quoi. Tu vois dans le fluvial, ils ont déjà tout sur leur bateau quoi, à part acheter du pain et remettre du gasoil ils achètent pas grand chose quoi".
	Le possible croisement des activités "Les hollandais à bateau ont des vélos sur leur bateau ça c'est sûr mais est ce que ça se croise je suis pas sûre".

	Les faibles retombées économique du tourisme fluvial "tous ces mecs en bateau ils consomment pas, j'ai un ami qui a un restaurant place ducale ça fait préjugé de dire ça, tu peux pas écrire ça comme ça mais ils venaient manger un plat de pâtes, ils prenaient trois corbeilles de pain, ils te redemandaient quatre fois du parmesan et en fait les mecs ils ont tout, ils partent mais c'est une culture de l'économie"
Sous thème 2 : Le tourisme fluvestre est intéressant pour l'économie touristique	Autrefois, les bateaux étaient nombreux "bien parce que moi tout au début j'avais le quai, les bateaux étaient à couple c'est à dire un bateau contre un bateau et même à triple donc ça prenait une partie de la meuse quoi ça c'était génial, c'était avant moi j'adore ça quand y'a énormément de bateaux c'est vraiment incroyable quoi"
	Le tourisme fluvial intéressant en termes de retombées économiques "je pense qu'en termes d'impact c'est intéressant parce que forcément avec le fleuve qui passe en ville comme ici, avec la voie verte de l'autre côté heu et en bord de centre ville forcément ça va amener du monde au restaurant , à la frierie, au musée"
	Les bords de Meuse, des leviers économiques "il faut en profiter parce que c'est des leviers économiques, c'est le moyen d'attirer des gens, des visiteurs mais aussi des gens qui viennent y habiter, si les bords de Meuse sont plaisants ça va attirer du monde je pense".
	Tourisme fluvial et développement économique local "Sur l'économie je pense que c'est une partie du tourisme qui va ramener de l'argent aux communes, aux villages mais à condition que ce soit bien conçu autour. par contre si y'a un bon balisage vers le petit restaurant du coin, vers une activité, avec des brochures qui expliquent ce qu'il y a à faire dans la région pour essayer de garder les gens"

Thème 6 : Le tourisme fluvestre comme moyen de valorisation du patrimoine	
sous-thèmes	indicateurs
Sous thème 1 : Le tourisme fluvestre permet de valoriser le patrimoine bâti	La réhabilitation des maisons d'éclusiers "pleins de maisons d'éclusiers, qui sont plus utilisées, qui sont prêtées à des artistes des trucs comme ça avec un cahier des charges ou tu peux accueillir des gens quoi et lui il réfléchissait à ça justement à prendre une maison d'éclusiers et d'accueillir des cyclistes avec un atelier de réparation faire un truc ça mais c'est pareil, la saison est courte c'est ça le truc comment tu fais un truc économiquement viable si t'as pas des aides fin y en a des dispositifs de l'État"
	La volonté d'animer un village touristique "la place ici c'est magnifique mais aussi les petites rues de Fumay, avec les maisons super super anciennes parfois en piteux état mais faudrait que des gens aient de l'énergie, plus d'énergie que d'argent pour remettre ça, qu'il y ait des petits salons de thé, des petits bistrotts qui créent de la vie quoi".
	La valorisation du patrimoine bâti "si on aide les gens un moment donné on met un investissement, de l'argent public etc. bah ça c'est un moyen de vraiment revaloriser la pierre c'est important la qualité de la pierre dans les villages. Une vous avez une fontaine bah voilà la fontaine qu'elle fonctionne et qu'elle soit belle etc plutôt qu'en état de décrépitude".

Sous thème 2 :Le tourisme fluvestre permet de valoriser les paysages	La découverte paisible des paysages "Si vous voulez passer des vacances paisibles y'a que ça, y'a que la navigation, vous découvrez des paysages autrement"
	La mobilité douce caractéristique du tourisme durable " ceux qui sont sur un vélo sont pas dans une voiture donc c'est déjà bien. le tourisme durable c'est ça aussi comment on fait pour se déplacer sans prendre la voiture, prendre son vélo, prendre son sac à dos, partir en train ou bien rouler à vélo et revenir en train"
	La sensation unique du tourisme fluvial "ça permet de combiner les plaisirs de différentes façons de découvrir un territoire, quand on est sur l'eau on voit les choses complètement différemment, même quand on est sur la voie verte ou en plein milieu de la Meuse on voit pas la même chose et on a pas la même sensation".
	L'intermodalité au service du tourisme dans les Ardennes "en été en vélo c'est sympa parce que vous voyez vraiment les paysages, je l'ai fait en vélo de Charleville jusque Givet et je suis descendu en ter c'était super sympa donc les paysages ils défilent c'est agréable"

Annexe D - Retranscription partielle des entretiens exploratoires

Entretien exploratoire effectué le 20 mai 2025 avec un membre du GEIE

Le groupe européen d'intérêt économique a été créé en 2014 mais avant on travaillait avec les belges depuis 2009, y'avait cette volonté là de travailler ensemble parce qu'on a un peu le même type de territoire, le même type d'offres. A côté on a remarqué que y'avait moins de monde qui venait parce que leur offre se renouvelait pas forcément et côté français le territoire était moins valorisé que côté belge donc du coup le fait de travailler ensemble ça attirait de nouvelles personnes côté belge et aussi attirer du monde côté français. C'était un petit peu basé là dessus mais en gros on a fait l'étude du territoire donc on a fait une étude identitaire sur les points qui correspondaient entre belges et français, ça montre bien les liens qu'on a entre les deux pays. De là a découlé le code de marque et donc en 2014 ils ont formé ça sous forme de groupement européen pour pouvoir récolter les fonds Interreg.

Donc le groupement européen a été mis en place par les français, belges et luxembourgeois en 2014 c'est des provinces en Belgique, un peu comme les départements en France donc les 3 provinces : Namur, Luxembourg et Liège et puis le nord du Grand-Duché du Luxembourg, ces opérateurs là donc et en France c'était notamment les Comcom dont Ardenne Métropole et Rives de Meuse et conseil départemental.

Ils ont commencé à déposer des projets européens pour financer tout ce qui est actions de promotion et de communication et de développement.

En 2009-2014 ils avaient déjà lancé un projet européen ensemble donc sans être structuré GEIE donc ils avaient déjà ce projet là où ils ont créé pas mal de routes touristiques transfrontalières dont notamment un circuit sur la Meuse jusqu'à Namur, c'est vraiment le développement des routes touristiques sur tous les sujets qui nous unissent : la bière, les abbayes, les châteaux et à partir de 2014 ils ont commencé à préparer le projet qui a démarré en 2016 qui s'appellait Ardenne Attractivity qui visait l'attractivité du territoire et c'est là qu'on a commencé à développer un tas d'outils qu'on continue d'utiliser aujourd'hui donc la création d'un site web "visitar-denne.com" et le développement des cartes, des brochures on a vraiment commencé à travailler ensemble pour développer l'ensemble des moyens de communication pour promouvoir le territoire. Puis on a aussi travaillé sur tout ce qui est accompagnement de prestataires sur les socioprofessionnels du tourisme, toute la partie de développement durable avec Ardenne Ecotourisme donc pour l'instant c'est tout ces projets là qui ont été développés entre 2016 et 2022 et donc là depuis 2024 on a commencé à travailler sur d'autres projets puisque les projets Interreg c'est toujours sur une durée de 5 ans à peu près. Donc là on est sur un portefeuille de projets et on a toujours le même type d'actions fin là c'est un peu plus large mais on a communication, promotion parce que le rôle du GEIE c'est vraiment ça, faire la communication du territoire transfrontalier.

Vous visez quelle clientèle ?

La destination Ardennes on a les mêmes cibles qu'ils ont ici, en fait nous ce qu'on a comme objectif c'est d'attirer les personnes dans un rayon de 300-400km autour de la destination donc on a les néerlandais, les flamands, les belges, un petit peu les allemands (tout ce qui est collé à la Belgique) et un petit peu les Hauts de France. On s'est vraiment concentré sur le côté proximité parce qu'en 2020 on a fait une campagne partir tout près donc ça visait à partir à proximité de chez soi, ça c'est vraiment notre but on a pas du tout envie d'attirer du monde en Chine ou en Inde.

La coopération transfrontalière se passe comment ?

Donc au sein du GEIE on est 3, quand on a pas de projets européens on travaille avec nous et nos membres donc le GEIE est composé de provinces membres donc en dehors des projets Interreg on

travaille via des réunions ect.. Nous on est les seuls salariés du GEIE donc c'est à nous de mettre en place les actions mais les actions sont pensées avec nos membres. En dehors de cette période là, quand on a pas de projet interreg on a des assemblées générales, des assemblées d'élus, des rencontres avec des techniciens et on définit un petit peu les grands axes sur quoi on travaille. Et quand c'est les projets interreg nous on coordonne la communication et la promotion donc le pilote et en dessous y'a d'autres projets donc y'a 6 projets avec chacun un chef de file et des partenaires qui travaillent en fait c'est des réunions, nous on coordonne, par exemple y'a un projet sur le vélo bha c'est pas nous qui allons aménager les pistes cyclables c'est les services qui sont engagés dans le projet qui s'en occupent. Y'a un comité de pilotage qui pilote l'ensemble des projets et qui met en lien pour travailler tous ensemble et qu'on aille tous dans la même direction.

Et vous avez déjà eu des difficultés à mettre en place un projet ou pas ?

Oui on a eu des difficultés, en fait y'a un petit de repli sur soi quand même même si c'est transfrontalier. Entre belges et Français ça va encore, c'est le grand duché du Luxembourg qui a quitté le GEIE effectivement en 2020 parce qu'eux ils ont décidé au niveau du pays ils ont décidé de se concentrer sur le grand duché du Luxembourg : ils ont renommé leur destination en utilisant le nom luxembourgeois et ne plus forcément travailler sur le transfrontalier. C'est le gouvernement du grand duché qui souhaite travailler uniquement sur la destination visite Luxembourg il voulait plus trop travailler sur le transfrontalier. Après ça n'empêche pas que le grand duché et la Belgique travaillent ensemble mais ce sont sur des petites actions puis nous on les valorise toujours parce que géographiquement parlant le territoire c'est quand même l'Ardenne parce qu'on a quand même espoir de travailler sur certaines actions parce qu'on a des choses en commun et on souhaite pas mettre à la poubelle tout ce qu'on a fait les années passées mais ça c'est quand même des difficultés oui, ça dépend des gouvernements en fait.

Travailler en transfrontalier donne plus de visibilité à la destination que de faire chacun sa communication dans son coin et mettre en place les actions c'est quand même un plus de travailler ensemble ça c'est sûr. Après tout dépend des politiques, des restrictions budgétaires, on est pas à l'abri de maintenant on fait des économies de partout donc heu..

Ca fait depuis 2009 qu'ils travaillent vraiment ensemble sur des projets concrets on va dire et depuis 2014 y'a le GEIE qui regroupe le tout donc ça fait même 10 ans.

C'est l'avantage aussi parce que le dimanche en France ça peut être fermé donc tu vas en Belgique et inversement.

On avait lancé un site qui s'appelle info ardennes sur lequel on a répertorié les événements de toute l'Ardenne belge et française pour aussi inciter des français, aller à un concert côté belge bha c'est pas loin finalement, c'est moins que d'aller à Reims tu vois. Ce site là fonctionne bien, surtout la partie agenda parce que les gens sont intéressés par ce qu'il se passe à côté de chez eux, que ce soit en Belgique ou en France.

Parce que l'Ardenne française est plus grande que l'Ardenne belge ?

L'Ardenne belge est peut être plus grande parce qu'il y a trois provinces : c'est quand même assez grand une province, peut être la même taille qu'un département donc ça fait quand même un peu plus grand. Ça va jusqu'à Namur et Liège même si ce ne sont pas des villes typiquement ardennaises, elles font partie de l'Ardenne.

Comment vois-tu l'avenir du GEIE ?

C'est compliqué parce que tout dépend des moyens qui sont disponibles en fait, c'est ce qui est difficile parce que là dans les 4 années à venir on va travailler sur le tourisme durable. Le projet interreg vient de commencer et s'appelle ardennes transition durable. Au sein de ce portefeuille de

projet y' Ardenne tourisme compétence donc on est plutôt sur la formation, former les opérateurs à l'IA ou à pleins d'autres choses. Y'a ardenne good life c'est géré par la fondation de chimay en Belgique avec des opérateurs en France sur l'inclusion, avec des associations pour des personnes en situation de handicap, proposer une offre touristique pour eux également. Y'a des liens entre tourisme responsable pour tous et Ardenne good life. Y'a aussi Ardenne tourisme lab, donc là on est plutôt sur de l'innovation, l'idée c'est de développer de nouveaux types de produits pour l'Ardenne piloté par l'école Y school c'est ici à Charleville ya aussi un bachelor en tourisme. Ecole de management, de design et de tourisme depuis 2019-2020 alors eux ils gèrent ce projet là pareil y'a d'autres partenaires là dedans, y'a l'ADT. Pour tous ces projets là on fait en sorte que les opérateurs belges et français soient ensemble. C'est des formations larges sur l'accueil des personnes néerlandophones, sur la communication, le visu en ligne... Eux le projet ATC et ardennes tourisme lab ont commencé en octobre donc ils sont encore un peu plus au démarrage que nous, ils sont en train de décider quelles sont les formations à venir.. Y'a toujours une période de démarrage dans les projets interreg surtout au niveau de la 2e et 3e année on va voir les résultats qui arrivent.

Et les projets interreg y'en a sur toutes les frontières ?

Oui oui, je suis sur un autre projet à mi temps sur un projet qui s'appelle slow tourisme en grande région avec la Meuse. les programmes interreg sont découpés par zone donc le portefeuille s'appelle France Wallonie Flandres et le Nord est de la France est sur un autre projet qui s'appelle grande région avec les allemands, avec une partie de la wallonie, une partie de la Meuse, plus vers l'Est donc la meurthe et moselle, la moselle sont sur l'autre programme interreg. Et nous en tant que GEIE on est sur les deux programmations et moi je représente dans le cadre du projet slow tourisme, je représente 2 provinces belges voila.

Et du coup ce projet là il consiste en quoi ?

Ce projet là a commencé y'a un an donc c'est le slow tourisme mais on est plutôt sur le cyclotourisme donc y'a à la fois l'aménagement du réseau points noeuds et finalement on est aussi sur ce projet pour être en lien avec la Meuse pour que le réseau point noeud ne se termine pas au bout du territoire des ardennes françaises mais qui va plus loin dans la Meuse aussi. Donc y'a ce côté là aménagement des pistes cyclables un petit peu sur des tronçons qui sont pas forcément bien équipés. Y'a une partie aussi pareil accompagnement des sociopro sur des formations comment accompagner un cyclotouriste voila ce genre de choses là et y'a la partie marketing promotion pour mettre en avant même si le nom c'est slow tourisme il est quand même plus tourné sur du vélo.

On travaille pas trop sur le fluvial, je crois que en ce qui concerne le canal des Ardennes c'est plutôt géré par le département, nous c'est vrai que le fluvestre on le fait pas trop fin on le valorise mais on a pas de projets pour développer ce coté là.

Y'a du potentiel, nous on le valorise avec le vélo dans le cadre de la Meuse à vélo, après y'a peut être des parties qui sont moins facile à naviguer en tant que touriste. Je veux dire qu'ici dans les ardennes ça va, la Meuse est pas très large y'a pas gros bateaux mais quand tu vas quitter la France, après la Belgique ça va encore mais quand tu vas te rapprocher des Pays Bas la Meuse devient très large, à Liège la Meuse est quand même assez large, c'est pas forcément agréable quoi en tout cas pour les bateaux de plaisance.

rôle dans le GEIE, implication dans les projets interreg et en quoi ça consiste ?

GEIE créé en 2014 (groupement européen d'intérêt économique), GEIE destination Ardenne qui porte sur la mise en valeur et la promotion de la destination Ardenne transfrontalière qui est composé de 3 provinces belges, province de Namur, du Luxembourg belge, de Liège, le département des Ardennes françaises et une partie du Grand Duché du Luxembourg, sur la partie Nord qui s'appelait à l'époque les Ardennes luxembourgeoises, c'est un collectif tout un ensemble d'élus qui à l'époque avant 2014 s'était réunis pour se dire on va faire la promotion de la destination ensemble, on a une même forêt, on a un même massif, massif de l'Ardenne parce que ça fait partie de ça, on a aussi nos touristes qui vont et qui passent la frontière très régulièrement, les ardennais vont souvent à Bohan boire un petit coup, aller à Bouillon visiter le château, aller à Dinant visiter la citadelle donc les élus au départ se sont dit fin c'est surtout les collectivités et les territoires ainsi que les OT et les maisons du tourisme se sont dit ça serait bien qu'on puisse collaborer ensemble pour qu'on puisse mettre en valeur ensemble la destination. Donc ils ont créé le GEIE en 2014. Mais avant ça ils ont fait toute une étude, je préfère t'en parler maintenant sur la façon dont ils pouvaient promouvoir les choses. OK et ils sont portés sur à l'époque sur quelque chose qui était un petit peu tout nouveau, c'était le marketing territorial. C'est-à-dire l'idée de faire d'une destination, une marque de destination, une marque, donc tu connais peut-être la marque Alsace, la marque Bretagne, c'est en gros c'est de se dire, on a un territoire qui a une plus-value qui a des atouts, on en fait une marque comme un produit comme une boisson des choses comme ça et cette marque on va essayer s'appuyer sur cette marque pour justement faire la promotion. Et faire en sorte surtout que les habitants et les professionnels du tourisme adhèrent à cette marque pour qu'ils puissent eux-mêmes faire la promotion de la destination via des sites dédiés donc visit ardenne en ce qui nous concerne via aussi des photos, des choses qui peuvent rappeler et voir aussi la destination avec de beaux visuels, des choses comme ça. Donc ce qui s'est passé, c'est que tout s'est construit entre 2010 et 2014. avec les offices de tourisme et les maisons du tourisme et les collectivités. Je te disais, en 2014 il s'est créé le fameux groupement européen d'intérêts économique qui a un petit peu une structure comme une association si tu veux, tu vois ou une ASBL comme on dit en Belgique et à partir de là si tu veux ce groupement est né et il a été créé tout un tas de projets, il a été mené tout un tas de projets pour maximiser et renforcer un peu la communication évidemment pour développer pleins de sites développer des actions des campagnes un peu comme le fait l'ADT ici pour le département des Ardennes donc en lien bien c'est entendu avec l'ADT et ses membres l'ADT en est membre puisqu'il est même gérant du GEIE ça c'est une première chose. Alors sa deuxième mission c'est pour ça qu'on arrive à moi puisque c'est quand même ta première question. Sa deuxième mission donc la première mission c'est de promouvoir la destination, développer des produits, développer des aménagements et des choses comme ça. La deuxième mission comme c'est un groupement européen, transfrontalier, c'est de déposer des projets auprès de l'Europe, donc des projets, c'est-à-dire qu'en gros c'est coordonner le dépôt des projets avec les acteurs du territoire avec les membres du GEIE donc je reviens un petit peu que je disais tout à l'heure, les fédérations, les provinces, le département pour déposer des projets. Donc c'est tout le monde autour de la table en se disant on va déposer des projets qu'on appelle des projets interreg donc des projets transfrontaliers pour aller lever des fonds européens.

pour qu'ils puissent nous permettre derrière d'avoir des fonds pour développer à la fois nos actions de communication, mais aussi nos actions d'aménagement et nos actions d'accompagnement des acteurs, c'est ce que fait par exemple Stéphanie aujourd'hui tu vois avec son projet ATRT via notamment aussi le projet AITIMI sur l'Ardenne itinérance qui est aussi le projet qui est en lien avec l'aménagement des pistes cyclables, l'aménagement des points nœuds. En fin de compte l'idée du GEIE c'est de dire on est un groupement, on est une association, on se retrouve, on se rencontre. Et à partir de là si tu veux, on se dit tiens, ensemble, on va mener des projets, on va développer des actions pour aller chercher de l'argent de l'Europe et renforcer nos aménagements développer, nos

aménagements développer nos actions de communication et tout ça donc c'est quand même le GEIE au départ qui est à l'origine de tout ça. Comme je te t'explique, et c'est là que moi j'arrive puisque j'étais déjà à l'époque, je travaillais sur des projets interreg en interreg 4 donc en 2010, donc j'étais déjà engagé dans les projets interreg, c'était pas dans le cadre du GEIE, mais après j'ai continué pour arriver au GEIE pour reprendre un petit peu les missions du GEIE concernant notamment les dépôts des projets et la coordination des projets.

Et est-ce que c'est obligatoire d'avoir un GEIE pour déposer des projets ?

Non c'est pas obligatoire, mais ça facilite les choses parce que derrière si tu veux, tu vois ta question est pertinente parce que derrière si tu veux c'est comme tout, tu demandes des subventions, il faut que t'aies ce qu'on appelle une personne morale, il faut qu'il y ait une structure juridique qui existe, tu peux pas aller chercher toi toute seule je vais aller chercher des subventions, même au coeur d'un village t'as une section de loisir, ils créent une association et ils vont demander subventions à la mairie, c'est la même chose, sauf que le GEIE, l'avantage notre force c'est comme il est transfrontalier déjà. C'est que derrière l'Europe nous fait confiance parce qu'on est déjà un groupement transfrontalier, on travaille déjà ensemble donc pour eux c'est déjà plus facile. puisque les projets interreg, la première des conditions c'est de travailler entre les versants, c'est-à-dire qu'il faut quand tu déposes un projet, il faut qu'il y ait un opérateur quand je dis un opérateur, un acteur d'un versant en France et un autre acteur en Belgique, ou même au Luxembourg, puisque je t'ai dit qu'on était sur 3 pays pour pouvoir au minimum, faut qu'il y ait un acteur de chaque versant donc de chaque côté de la frontière pour travailler ensemble un projet, alors que le GEIE lui déjà les réunit donc ça facilite les choses donc les gens se voient, peuvent échanger ensemble dans le cadre du GEIE et ils peuvent avancer sur la coopération transfrontalière. On va dire de manière beaucoup plus efficace ce qui fait que le GEIE a déposé en interreg cinq donc à partir de 2016, je me souviens ils m'ont embauché à cette époque pour mener déjà un premier portefeuille qui s'appelait Arden attractivity comme c'était pour communiquer sur la destination, tu vois d' manière très très large, générale, et là on est aujourd'hui sur un nouveau portefeuille qui s'est terminé en 2022. Et là, on est sur un nouveau portefeuille de quatre ans qui inclut six projets dont cinq projets constitutifs et un projet pilote. Le projet pilote, c'est le GEIE; c'est nous qui assure la gestion et la coordination du projet pilote et les cinq projets constitutifs, donc j'ai cité tout à l'heure, ATRT, AITIMI, AGL, ATLAB, c'est des projets du portefeuille, mais qui sont pilotés par le GEIE mais derrière ça regroupe à peu près 80 acteurs et plus de 20 millions d'euros de financement sur quatre ans pour la mise en œuvre des actions.

C'est quoi les spécificités du coup de la coopération et les difficultés aussi ?

Les spécificités, je te l'ai un petit peu dit c'est qu'il y ait obligatoirement dans le cadre des actions dans le cadre du plan d'actions donc du projet, il faut qu'il y ait absolument plusieurs des opérateurs de part et d'autre de la frontière qui travaillent ensemble, il faut des opérateurs belges des opérateurs français qui se disent ensemble, on va faire, on va mener l'action, il faut qu'il y ait obligatoirement un de chaque versant, c'est le jargon d'interreg . Et après il faut qu'il y ait une plus-value transfrontalière, c'est-à-dire qu'ils peuvent travailler ensemble, il faut pas que chacun travaille de son côté, il faut qu'ils travaillent ensemble avec une plus-value transfrontalière derrière, c'est-à-dire qu'ensemble, ils doivent mener des actions qui vont apporter une plus-value supérieure à ce qu'ils auraient pu faire tout seuls dans leur coin. En gros c'est de dire par exemple tu prends un sentier de randonnées entre Sedan et Bouillon et l'avantage de travailler ensemble, c'est qu'il y a un point de départ qui est à Sedan, mais ça amènera les touristes à aller au sommet à Bouillon et vice versa bien entendu.

Donc on crée une plus-value dans ces cas là quand on va créer par exemple des études qui va se lancer des études qui va y avoir des accompagnements de faits quand elle le fait dans le cadre d'un projet européen, elle le fait avec les belges, mais surtout ils vont faire venir des intervenants qui vont intervenir en France en Belgique, ou qui vont tourner. Ou alors ils vont réunir tout le monde en un

même lieu pour justement former tout ensemble pour qu'il puisse y avoir des échanges de bonne pratique, qu'il puisse y avoir des événements créés comme ça pour améliorer et pour accompagner les professionnels par exemple. Donc en gros on parle bien à la fois de cette obligation d'avoir des opérateurs de chacun de chaque versant, mais aussi surtout que dans le cadre des actions que ces actions l'impact des actions soient supérieures à ce qu'ils auraient pu faire tout seul. Et surtout que c'est un impact au niveau transfrontalier, donc quand on fait des itinéraires vélos qui traversent la frontière, pour le coup naturellement on sait que ça va être transfrontalier.

Et les difficultés ?

c'est toujours un petit peu plus les difficultés d'échanges liées à l'éloignement en partie déjà, maintenant on a la visioconférence ça va mieux, mais ça veut dire qu'il faut quand même à chaque fois avoir à travailler ensemble, c'est-à-dire à organiser des réunions sur chaque versant par exemple, je vais à Namur pour une réunion, imagine c'est 1h30 route donc je vais aller une réunion de deux heures et je reviens ce soir très tard donc c'est du temps mais c'est aussi derrière du gain aussi parce qu'on va travailler des beaux projets ensemble. On va gagner aussi en efficacité, mais ça suppose du temps la coopération c'est tout ça la volonté aussi de travailler ensemble, on n'a pas toujours la même culture chaque territoire, il y en a qui travaillent un petit peu de manière ici l'ADT tu vois ils ont un fonctionnement, les OT ils ont leur propre fonctionnement en Belgique, c'est encore un autre fonctionnement donc il faut essayer de trouver aussi les liens qui nous unissent, et surtout la manière dont on travaille, c'est de trouver une gouvernance, de mettre en place une gouvernance et surtout un mode de travail, un peu on va dire un peu unique pour essayer d'avancer efficacement sur la mise en œuvre des actions. Je vais te dire c'est plus compliqué parce que c'est ça par exemple ici tu vas avoir un document à faire imagine, tu dois faire une brochure. On est ici tous ensemble à vouloir faire la brochure de l'ADT, la com va présenter sa brochure Qu'est-ce qui va se passer ? Il y a le directeur qui va arriver qui va dire bon ça va c'est nickel c'est bon on valide la brochure est faite. Nous c'est pas pareil, on doit travailler avec d'autres acteurs et des fois c'est pas facile si tu veux d'avancer parce qu'il y en a un qui va te dire mais ça ça va pas, j'aurais préféré ça parce qu'ils ont pas la même idée des choses, tu vois la couleur le truc et on en revient un petit peu sur tout ce qui se passe quand tu regardes à l'échelle de l'Europe. Tout le monde n'est pas systématiquement d'accord, mais c'est un peu la même chose c'est qu'un un moment donné il y a aussi des frictions par rapport à ça ouais j'aurais pas vu ça comme ça. J'aurais préféré ça ou alors j'aurais préféré que tu parles plus de Dinant, j'aurais préféré que tu fasses plus de Namur, j'aurais préféré que tu parles plus de Bouillon. Plus il y a d'acteurs, plus on est sur un territoire important, en plus on est sur un territoire transfrontalier avec des méthodes de travail qui sont différentes, plus c'est compliqué quand même de caler des choses et d'avancer ensemble sur une action. Ça veut pas dire que c'est bloquant, j'ai dit que c'est plus difficile parce qu'on y arrive quand même au final. Donc c'est pour ça que moi je suis un petit peu là le coordinateur en tant que pilote dans les projets pour essayer de mener à bien les choses et faire en sorte que tout le monde s'entende ça c'est une première chose. Après pour terminer il y a aussi la partie administrative, on en parle beaucoup quand on dépose des projets à l'Europe, derrière ça génère derrière des complications au niveau administratif, c'est-à-dire qu'à chaque fois qu'on va dépenser des, on va mener des actions avec des dépenses, il faut rendre des comptes à l'Europe, c'est très très stricte, c'est-à-dire qu'on a pas une carte blanche, on, on va faire ça, on va faire ça, on va faire ça. Il faut à la fois l'expliquer, il faut justifier et surtout derrière au niveau des dépenses, il y a des mises en concurrence à faire, il y a plein de choses à faire, c'est des règles, des règles européennes en terme de financement public, et donc elles sont quand même assez strictes, donc il y a toute une, on va dire un cadre juridique et un cadre administratif assez lourds qui s'impose donc on est obligé de suivre ce cadre et c'est ce qui des fois un petit bloquant.

T'as un exemple de difficulté que vous avez eu avec la Belgique ou c'est plus ?

Je te l'ai dit d'une manière un peu générale, on peut avoir des blocages au niveau du choix de tel ou tel document de telle ou telle réalisation. Après bien c'est entendu, on va être aussi sur des choix de quand tu fais une campagne de communication, tu vas te dire, je vais mettre plus en avant Sedan, je vais plus en avant Charleville, je vais mettre plus en avant Bouillon. Donc plus on est nombreux, plus il y a des difficultés donc c'est cette coordination, mais c'est pas impossible c'est pas impossible, on dit que l'Europe ça va c'est quand même lentement parce que c'est quand même 27 pays, tu vois c'est un peu à la même échelle. sauf qu'on est évidemment plus petit ça c'est évident, mais il y a quand même toutes ces questions. Après il y a tous les dépôts de projet tout ça qui sont quand même aussi très compliqués.

C'est beaucoup de travail en amont, c'est beaucoup de réunions c'est aussi l'éloignement parce que là si on était que au sein de l'ADT Je dirais tiens on fait une réunion cet après-midi avec Hugo avec Hervé avec Stéphanie ça on fait ça, on fait ça, on fait ça et c'est terminé sauf que là c'est pas le cas alors par contre ce que ça nous apporte c'est que derrière l'Europe nous finance énormément. Nous, on a des projets qui sont financés à hauteur de 70 % 80 % même. Donc c'est quand même énorme, tu vois tu vois sortir une brochure financée à 80 % tu vas te coûter 10 000 ça te coûte 2000 c'est quand même plus intéressant quand même. C'est les soldes toute l'année avec l'Europe. Et c'est quand même des projets aussi qui sont intéressants parce que ça dure quatre ans donc c'est des enveloppes qui sont dédiées pendant quatre ans, on fait un petit peu Je vais pas dire ce qu'on veut, parce que encore une fois on a un cadre, mais on peut disposer de financements quand même assez intéressants.

Mais pendant ces quatre ans, tu prépares les prochaines années ?

Les dernières années on prépare déjà les projets d'après et on n'en est pas là c'est le début.

Oui c'était 2010, je travaillais à ce moment-là pour les projets européens. C'était la Meuse et vous donc un projet qui a été travaillé avec les français, mais notamment la partie tu sais le nord de l'Ardenne, Ardennes Rives de Meuse, la pointe tu sais avec les Namurois et Dinant Et ils avaient monté un projet pour promouvoir la Meuse donc aussi bien c'est les points d'intérêt le long de la Meuse, les points de points on va dire tout ce qui est lié, notamment au service donc au loisirs et aux services, mais surtout les services en lien notamment avec la la navigation fluviale. C'est ce qui s'est passé au départ donc il y a eu des actions qui ont été menées pour essayer de promouvoir sur les ports, c'est un petit peu ce que tu

Mais ils ont amélioré les haltes, les ports pas du tout ?

Y' pas eu d'aménagements à proprement parler c'était plus de la promotion et de la communication et de l'accompagnement des acteurs, u'a pas eu d'aménagement en tant que tel, pas quand AITIMI. Donc nous là dessus on avait créé un itinéraire puisque, moi tu étais parallèlement, j'étais employé à développer des itinéraires transfrontalier, les routes de fortifications que tu vois le long des routes françaises, on les a prolongé en Belgique, route des légendes routes on a tout c'est tout un travail que j'avais réalisé donc c'était en interreg quatre donc en 2010, c'est-ce que je te disais. Je vais te montrer vite fait. Et si tu veux, il y avait eu, il y avait tout un tas d'itinéraires donc on a développé. À l'époque, on avait créé un site mais il était rattaché à notre site touristique donc le site visite ardennes.com. les routes touristiques d'accord.

Ah il y avait y avait du vélo, il y avait Ardenne cyclo qui était déjà en fin de compte c'est le projet qui avait lancé tu sais aujourd'hui le projet AITIMI de l'itinérance, c'était le précurseur, donc on avait la route des fortifications, la route de la bière, la route des abbayes tout ça ça a été développé en interreg 4 d'accord la route Rimbaud Verlaine, la route légendes ça c'était un travail, encore plus de route je te dis ça parce que je vais arriver à ton thème et j'avais ajouté comme il y avait eu la Meuse à vélo qui s'était engagée et en bateau, la meuse et vous. Tous ces itinéraires, si tu veux, avaient été développés en interreg et on les a intégrés sur visitardenne et donc c'est tout le travail qui a été fait ça c'était le travail que j'avais fait à l'époque avec un développeur donc avec chaque étape, on avait

ajouté une fortification bière, donc en fait quand on mettait en avant via la Meuse, es points d'intérêt, parce que c'était l'objectif, moi j'étais à faire valoriser si tu veux les points d'intérêt ce qui avait à voir tout ça. Et à chaque étape t'avais. Alors le problème c'est que ça n'a pas été fonctionne tu vois mais ça n'a pas été trop actualisé, mais il y a encore donc les tarifs, tu vois en savoir plus alors je pense que ça s'est dépassé, il faudrait que je refasse complètement tout, donc tu vois bien c'est tout plein de petites choses comme ça, mais par contre derrière il y a du contact, il y a des choses tout est une capacité à 88 bateaux. Et après t'avais tous les points d'intérêt qui étaient mis en avant quand vous arriviez à Charleville, vous avez à la fois donc là c'était au départ les services sur place tu vois et après on avait les points d'intérêt, la place ducale, Rimbaud, musée de l'Ardenne tu vois. Donc tu veux quand tu reprends un peu les choses, c'est à chaque fois si tu veux donc tu avais des liaisons c'est tout le principe de toutes les routes, tu avais des liaisons entre les deux. Et t'avais même les infos sur.. ses infos techniques

Nous on aimerait bien actualiser un petit peu les choses parce que voilà mais bon il y a déjà des choses mais on a pas de projets dédiés. Donc il y avait tout un travail qui avait été fait, on avait fait ça avec la CCI à l'époque et sinon à chaque étape donc les étapes elles sont là c'est entre les deux c'était plus la partie technique si tu veux avec les passerelles, les ponts. Et là on arrivait pareil, hop la Meuse, on a ici tu vois la halte fluviale. Et souvent c'est là que ça bug quoique des fois ça peut passer, mais on a les renvois qui sont toujours un petit peu Je sais pas ce qui se passe ça charge et donc t'avais systématiquement les infos que tombaient, voilà

tu sais, tu m'avais dit un peu au tout début là par rapport aux habitants. Tu sais comment ils perçoivent un peu ces projets ou pas du tout ?

Mais là c'est plus de manière générale, nous, on a embarqué avec nous les habitants. Beaucoup d'habitants, mais principalement c'est des professionnels. Les habitants, on les a intégrés entre autres, on a fait a réalisé un site qui s'appelle mon ardenne, je ne sais pas si tu te rappelles, sii tu connais, tu peux taper ou on a mis en avant justement des habitants qui s'engagent un petit peu dans le cadre du Ardenne, la communauté de ceux qui vivent l'Ardenne, tu vois. Donc c'est pour ça qu'on inclut quand même les habitants avec nous. Après tout le ressenti, on sait pas plus que ça. Par contre ça c'est intéressant parce que t'as vraiment des portraits, de projets mais autrement t'as des portraits d'habitants tu sais qui s'engage pour des choses c'est assez sympa. Et donc il y a tout un travail à refaire aussi autour de ça, t. Donc on les a intégrés aussi pour essayer de les faire aussi rentrer dans notre démarche.

Et du coup tu penses qu'il y a des pistes d'amélioration pour renforcer la coopération ?

Nous on est un peu au cœur du système donc derrière on sait qu'il y a toujours possibilité de redéposer des projets. Après les besoins là pour l'instant on vient de démarrer nos projets à peine donc quatre projets des projets constitutifs du portefeuille. Mais on sait qu'on peut aller beaucoup plus loin pour justement, renforcer nos pistes cyclables, renforcer nos liens. Même si les pistes cyclables sont quand même beaucoup très développées aujourd'hui, faut surtout en faire la promotion, renforcer derrière des services entre les frontières par exemple du portage de bagage renvoyer aussi de sites en sites c'est ce qu'on fait mais renforcer un peu tout ça pour accompagner les acteurs pour entrer dans cette démarche et donc il y a pas de là-dessus, on est, on sait qu'il y aura toujours des besoins après les besoins pourraient être identifiés au fur et à mesure. Bon là aujourd'hui on est sur un portefeuille de transition durable qui est lié aussi au réchauffement climatique et tout ça donc il y a tout ce travail, c'est Stéphanie qui porte un petit peu ça à bout de bras donc tout ce travail il est fait en continu, mais il y aura peut-être de nouveaux besoins en lien aussi, c'est-ce qu'on fait déjà aussi avec l'intelligence artificielle, il y a plein plein plein de choses à penser dans l'avenir, mais pour l'instant on a pas encore identifié tout à fait parce qu'on vient de démarrer

Et dernière question, est-ce que tu trouves qu'il y a une différence identitaire entre nous le côté français ?

On a quand même beaucoup, on a quand même beaucoup de points communs. Nous l'avantage qu'on a sur cette destination c'est que tu imagines, on l'Ardenne sur trois pays et on parle tous français déjà la langue on partage la même langue. Parce qu'au Luxembourg ils parlent français, ils parlent pas que le français, mais ils parlent le luxembourgeois, ils parlent le français notamment. Et donc on a déjà ce point commun d'avoir une langue commune, ce qui est déjà important en terme d'échange. Et après tu connais un petit peu les wallons, les belges, on a quand même des intérêts, on aime partager, on aime avoir derrière cet esprit de fête tout ce qui est notamment lié aussi au bien être, au plaisir, on a une forêt commune, on a, on a en gros beaucoup d'atouts qui sont communs donc on a quand même beaucoup de valeurs communes et sur la marque Ardenne, je sais pas si tu l'as vu on a mis en avant les quatre valeurs qui nous rejoignent qui nous soudent un petit peu, c'est le bien être, le partage. Donc il y a tout ce côté valeur commune qu'on avait défini, notamment dans un code de marque où on a dit. On est quand même très liés parce qu'on a quand même beaucoup de valeurs communes, c'est pas comme on peut avoir des fois d'un pays à un autre des changements c'est très très radical avec des politiques différentes aussi tu vois bien sauf que les belges un peu comme les français.

Par contre je te parle bien des belges wallons, on parle bien de la frontière, on parle de la coopération frontalière après t'as les flamands qui sont belges mais qui font partie de la Flandres donc c'est ce qu'on appelle les néerlandophones.

Table des figures

Figure 1 : Schéma des itinéraires cyclables en France.....	34
Figure 2 : Les différents profils des touristes à vélo.....	35
Figure 3 : Réseau national des itinéraires Gr et GR de pays.....	38
Figure 4 : Les profils des randonneurs.....	39
Figure 5 : Les 461 adhérents de Vélo & marche.....	53
Figure 6 : L'environnement institutionnel national de VNF.....	59
Figure 7 : L'écosystème touristique des Ardennes.....	81
Figure 8 : Le portefeuille de projets Ardenne Attractivity 2018-2022..	88
Figure 9 : Le portefeuille de projets Ardenne Transition Durable	
2024-2028.....	89
Figure 10 : Ardenne Transition Durable en résumé.....	89
Figure 11 : Situation géographique des Ardennes.....	91
Figure 12 : Les communautés de communes des Ardennes.....	92
Figure 13 : La mobilité dans les Ardennes.....	95
Figure 14 : Le réseau de bus dans les Ardennes.....	96
Figure 15 : Synthèse des enjeux touristiques du PNR des Ardennes	
100	
Figure 16 : Les ports de plaisance en Ardennes.....	104
Figure 17 : Les voies cyclables dans les Ardennes.....	109
Figure 18 : Carte des voies cyclables et des randonnées pédestres	
dans les Ardennes.....	112
Figure 19 : schéma de méthodologie adoptée pendant le stage et la	
rédaction du mémoire.....	127
Figure 20 : Motivations de la venue des plaisanciers dans les	
Ardennes.....	144
Figure 21 : Activités susceptibles d'intéresser les plaisanciers....	145
Figure 22 : Le niveau de dépenses des plaisanciers en fonction des	
activités qui les intéressent.....	146

Table des sigles

ADTA : Agence de Développement Touristique des Ardennes
CDT : Comité Départemental du Tourisme
GEIE : Groupement d'Intérêt Économique Européen
PNRA : PArc Naturel Régional des Ardennes
OMD : Objectifs du Millénaire pour le Développement
ODD : Objectifs de Développement Durable
OMT : Organisation Mondiale du Tourisme
CEE : Communauté Économique Européenne
FEDER : Fonds Européen de Développement Régional
PESC : Politique Étrangère et Sécurité Commune
UEM : Union économique et Monétaire
BCE : Banque Centrale Européenne
OCDE : Organisation de Coopération et Développement économiques
GECT : Groupements Européens de Coopération Territoriale
FSE : Fonds Social Européen
FJT : Fonds pour Transition Juste
VNF : Voies Navigables de France
CNTE : Comité National de Tourisme Équestre
CNSGR : Comité National des Sentiers de Grande Randonnée
ADEME : Agence de la transition écologique
ONN : Office National de la Navigation
CREDOC : Centre Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie
EPA : Établissement Public Administratif
PAMI : Plan d'Aide à la Modernisation et à l'Innovation
PAPI : Programmes d'Actions de Prévention des Inondations
MSJOP : Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques
PNACC : Plan National d'Adaptation au Changement Climatique pour le Sport
EPCI : Établissements publics de Coopération Intercommunale
ECF : Fédération Européenne des Cyclistes
FWF : programme Interreg France Wallonie Flandres
BER : Bassin d'Emploi à Redynamiser
DTNE : Direction Territoriale Nord Est

DTBS : Direction Territoriale du Bassin Seine
RAVeL : Réseau Autonome des Voies Lentes
SPW : Service Public de Wallonie
AITIMI : Ardenne ITInérance Mobilité Infrastructures
ATLAB : Ardenne Tourisme Lab
ATD : Ardenne Transition Durable
ATC : Ardenne Tourisme Compétences
ATRT : Ardenne Tourisme Responsable pour Tous
AGL : Ardenne Good Life
CDRP : Comité Départemental de la Randonnée Pédestre
RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

Table des matières

Remerciements.....	6
Sommaire.....	7
Introduction générale.....	9
Partie 1 : Entre rives et frontières : itinérance touristique et dynamiques territoriales.....	11
Introduction de la partie 1.....	12
Chapitre 1 : Tourisme et coopération transfrontalière comme vecteur de développement territorial.....	13
1. Le tourisme facteur de développement territorial durable.....	13
1.1 Multiplicité des formes et des pratiques touristiques.....	13
1.2 Comprendre le développement territorial.....	15
1.3 Développement durable.....	17
2. La coopération transfrontalière dans l'Union européenne.....	19
2.1 Des origines de la CEE à l'intégration économique et politique de l'Union européenne.....	20
2.2 La politique de cohésion européenne : une nouvelle dynamique pour les régions transfrontalières.....	21
3. Dynamiques transfrontalières : identités, pratiques et enjeux touristiques.....	23
3.1 Les identités transfrontalières comme enjeu de développement.....	23
3.2 Usages sociaux et pratiques différenciées de la frontière : entre contrainte et ressource touristique.....	24
Chapitre 2 : Comprendre le tourisme de l'itinérance douce : définitions, dynamiques et acteurs.....	27
1. Cadrage conceptuel: tourisme fluvestre et tourisme itinérant.....	27
1.1 Le tourisme itinérant.....	27
1.2 Les différentes formes d'itinérance.....	29
1.2.1 Le tourisme équestre.....	29
1.2.2 La randonnée en canoë.....	31
1.2.3 Le tourisme à vélo : le cas de la Loire à vélo.....	32
1.2.4 Le tourisme pédestre, le cas du GR34.....	36
1.2.5 Le tourisme fluvial.....	41
1.2.6 Le tourisme de loisirs nautiques.....	43
2. L'évolution de l'offre et des pratiques du tourisme itinérant.....	44
2.1 Évolution des attentes et nouveaux comportements des clientèles itinérantes.....	44
2.2 Une offre en mutation au service des nouvelles attentes des voyageurs.....	46
2.3 Les labels comme leviers de structuration du tourisme itinérant.....	47
2.3.1 Le label Accueil Vélo.....	47
2.3.2 Le Label Rando Accueil.....	48

2.3.3 Le label Pavillon Bleu.....	48
3. Les acteurs clés du tourisme itinérant en France.....	49
3.1 France vélo tourisme.....	49
3.2 ADN Tourisme.....	50
3.3 Atout France.....	50
3.4 Vélo & Territoires.....	52
3.5 La Fédération française de la randonnée.....	55
3.6 Voie navigable de France : acteur moteur du tourisme fluvial.....	57
Chapitre 3 : Le tourisme fluvestre, vers une nouvelle forme de tourisme itinérant.	60
1. Dynamiques économiques et touristiques des espaces fluviaux.....	60
1.1 Genèse et essor des voies navigables : un outil de structuration territoriale.....	61
1.2 Complémentarité des acteurs et des pratiques dans le tourisme fluvestre.....	62
2. Le tourisme fluvestre, entre transition écologique et vulnérabilités climatiques.....	64
2.1 Le réseau fluvial entre renouveau stratégique et défis environnementaux.....	64
2.2 Vulnérabilité du tourisme fluvestre face au changement climatique....	67
3. Les espaces fluviaux urbains : entre attachement territorial et évolution des usages récréatifs.....	69
3.1 Évolution historique des loisirs fluviaux et construction des identités territoriales.....	69
3.2 L'attachement contemporain aux espaces fluviaux : de la dégradation à la restauration participative.....	70
Conclusion de la partie 1.....	72
Partie 2 : Enjeux et acteurs du développement touristique transfrontalier dans les Ardennes.....	74
Introduction de la partie 2.....	75
Chapitre 1 : Le rôle structurant du Département et du GEIE dans le développement touristique transfrontalier des Ardennes.....	76
1. Gouvernance et organisation de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes.....	76
1.1 Le rôle du Département et de l'ADT dans la gouvernance touristique	76
1.2 Organisation et fonctionnement de l'ADT des Ardennes.....	78
2. Fonctionnement et impact du GEIE dans le développement touristique transfrontalier.....	82
2.1 Le GEIE Destination Ardenne : coopération transfrontalière et promotion du territoire.....	82
2.2 Le programme Interreg France-Wallonie-Flandres : une coopération transfrontalière pour un tourisme durable en Ardenne.....	84
Chapitre 2 : Les Ardennes : diagnostic territorial et dynamiques touristiques transfrontalières.....	90

1. Diagnostic territorial.....	90
1.1 Les dynamiques démographiques des Ardennes : déclin, vieillissement et contrastes territoriaux.....	92
1.2 Une accessibilité contrastée dans un territoire rural.....	95
1.3 Une économie en reconversion sur fond d'héritage industriel.....	97
1.4 Présentation du Parc Naturel Régional des Ardennes.....	99
2. Le développement du tourisme dans les Ardennes.....	101
2.1 Le tourisme dans les Ardennes : un levier de reconversion territoriale... 101	
2.2 La Meuse et le canal des Ardennes : reconversion touristique d'un patrimoine fluvial.....	104
2.2.1 La vallée de la Meuse française : d'axe stratégique à destination fluviale.....	104
2.2.2 Le canal des Ardennes : d'axe industriel à destination touristique structurée.....	106
2.3 Les Ardennes à vélo.....	107
2.3.1 La Meuse à vélo : un itinéraire touristique transfrontalier structurant.....	107
2.3.2 Développement des voies vertes dans les Ardennes.....	109
2.4 La randonnée dans les Ardennes.....	111
Chapitre 3 : Définition des hypothèses : le tourisme fluvestre dans les Ardennes... 113	
1. Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement.....	113
1.1 Le tourisme fluvestre comme levier de préservation de l'environnement 113	
1.2 Vers un tourisme fluvestre durable dans les Ardennes.....	115
2. Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers.....	116
2.1 Un vecteur d'inclusion sociale et de revitalisation culturelle des territoires fluviaux.....	116
2.2 Une dynamique à encadrer : prévenir les conflits d'usage et penser les équilibres territoriaux.....	118
3. Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires.....	118
3.1 Le tourisme fluvestre : un levier de développement économique local... 119	
3.2 Tourisme fluvestre : un potentiel à structurer pour des retombées durables.....	120
Conclusion de la partie 2.....	123
Partie 3 : Répondre aux enjeux de l'intégration du tourisme fluvestre dans une logique d'itinérance et de développement territorial.....	124
Introduction de la partie 3.....	125
Chapitre 1 : Cadre méthodologique.....	126

1. Une approche hypothético-déductive pour l'étude du tourisme fluvestre.	126
1.1 La méthodologie hypothético déductive.....	126
1.2 Enquête qualitative.....	128
1.3 Enquête quantitative.....	128
2. Conduite de l'enquête de terrain.....	130
2.1 Diffusion du questionnaire.....	130
2.2 Construction et mise en œuvre de l'échantillon qualitatif.....	131
Chapitre 2 : Analyse des acteurs et dynamiques du tourisme fluvestre ardennais..	133
1. Résultats de l'enquête qualitative.....	133
1.1 Profil des participants aux entretiens.....	133
1.2 L'analyse transversale de l'enquête qualitative.....	134
1.2.1 L'attachement identitaire et la valeur de la nature ardennaise..	134
1.2.2 La frontière franco-blege comme levier de développement territorial.....	136
1.2.3 La reconversion économique des Ardennes : de la désindustrialisation au tourisme durable.....	137
1.2.4 L'implication et la coordination des acteurs locaux est nécessaire pour développer le tourisme fluvestre.....	139
1.2.5 Le tourisme fluvestre comme outil de développement économique.....	140
1.2.6 Le tourisme fluvestre comme moyen de valorisation du patrimoine.....	142
2. Résultat de l'enquête quantitative.....	143
2.1 Profil et origine des plaisanciers.....	143
2.2 Motivations, pratiques et durée de séjour.....	144
Chapitre 3 : Plan opérationnel et réponses à l'enquête pour un tourisme fluvestre durable.....	149
1. Plan opérationnel pour rendre le tourisme fluvestre facteur de développement territorial.....	149
1.1 Axes stratégiques.....	149
1.2 Actions préconisées.....	151
2. Résultats de la recherche.....	159
2.1 Réponses aux hypothèses.....	159
2.1.1 Le développement du tourisme fluvestre intégré à l'offre d'itinérance douce comme moyen de gestion durable de l'environnement.....	159
2.1.2 Le développement du tourisme fluvestre renforce les liens sociaux et culturels en particulier dans les contextes transfrontaliers.....	160
2.1.3 Le tourisme fluvestre dynamise l'économie locale en diversifiant les activités touristiques et en générant des retombées pour les territoires.....	161
2.2 Réponse à la problématique.....	162

2.3 Limites et perspectives de l'étude.....	163
Conclusion de la partie 3.....	165
Conclusion générale.....	167
Bibliographie.....	169
Table des annexes.....	175
Table des figures.....	200
Table des sigles.....	201
Table des matières.....	203

Le tourisme fluvestre, levier de développement territorial

Le cas du Département des Ardennes

Mots clés : tourisme fluvestre, itinérance, développement territorial, durable, voies d'eau, fleuve.

Résumé

Le tourisme fluvestre, tel que défini par Voies navigables de France, regroupe l'ensemble des activités pratiquées sur ou à proximité des voies d'eau. Il s'inscrit dans une dynamique de tourisme doux, intégrant notamment le cyclotourisme et la randonnée pédestre. Ce mémoire se propose d'analyser le potentiel du tourisme fluvestre en tant que levier de développement territorial durable dans un contexte transfrontalier, à travers l'étude de terrain menée dans les Ardennes transfrontalières.

River tourism, source of territorial development

Keywords : river tourism, itinerancy, territorial development, sustainable, waterways, river.

Abstract

River tourism, as defined by Voies navigables de France, encompasses all activities practised on or near waterways. It is part of a sustainable tourism approach, which also includes cycle tourism and hiking. This thesis aims to analyse the potential of river tourism as a lever for sustainable regional development in a cross-border context, through a field study conducted in the cross-border Ardennes region.