



Recherche

Recherche

« État de lieux et bonnes pratiques :
entreprendre dans le Tourisme
Responsable, une opportunité à saisir ? »



Go Responsible
Unlocking the potential of Youth Entrepreneurship
through Responsible Tourism

Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne





Recherche

**« État de lieux et bonnes pratiques : entreprendre dans le
Tourisme Responsable, une opportunité à saisir ? »**

En collaboration avec Beth Wright, Évaluateur Externe

Rédigé en Janvier 2020
Révisé en Avril 2020





Table des matières

Table des matières	3
Synopsis du Project	4
<i>Liste des Figures et tableaux.....</i>	<i>5</i>
<i>Légende des Icônes</i>	<i>6</i>
<i>Résumé.....</i>	<i>6</i>
<i>Contexte et Objectif</i>	<i>7</i>
<i>Méthode.....</i>	<i>8</i>
Principales Constatations	9
<i>Le Secteur Du Tourisme Responsable Et Le Développement Des Petites Entreprises.....</i>	<i>10</i>
Principale constatation no 1 : Le tourisme et les voyages en tant qu'industrie majeure.....	10
Constatation Clé No 2 : L'Écosystème Du Tourisme Responsable	11
Constatation clé No 3 : Ressources de développement pour un tourisme responsable	11
Constatation clé No 4 : ressources financières pour un tourisme responsable	12
Constatation clé No 5 : Le financement et les Finances sont les plus grands défis pour le développement des entreprises	13
Principale constatation no 6 : principaux défis externes et internes pour le développement des petites entreprises.....	13
<i>Développer une entreprise touristique responsable : le point de vue de L'Entrepreneur.....</i>	<i>15</i>
Constatation clé No 7 : diversité dans les entreprises de Tourisme Responsable	15
Principale constatation no 8 : internet est la source de soutien la plus accessible	15
Constatation clé No 9 : Trois façons de mieux soutenir les entrepreneurs du Tourisme Responsable	16
<i>Des Groupes De Discussion</i>	<i>16</i>
Bulgarie	16
Grèce	17
Martinique	17
<i>Entretiens en Martinique</i>	<i>18</i>
Méthodologie.....	19
Observation	19
Annexe.....	22
<i>Annexe 1 : Questionnaires D'enquête et modèles de groupes de discussion pour la première production intellectuelle.....</i>	<i>22</i>
<i>Annexe 2 : La Grèce - Groupe De Discussion, Un Résumé.....</i>	<i>27</i>
<i>Annexe 3 : Résumé Du Deuxième Groupe De Discussion Sur La Grèce.....</i>	<i>28</i>
<i>Annexe 4 : Résumé Du Groupe De Discussion Un De La Martinique</i>	<i>30</i>
<i>Annexe 5 : Résumé Du Deuxième Groupe De Discussion De La Martinique.....</i>	<i>32</i>
Référence.....	36





Synopsis du Project

Titre Du Projet : « Tentez votre chance : devenez responsable ! Libérer le potentiel de l'entrepreneuriat des jeunes par le tourisme responsable »

Numéro De Référence : 2018-2-FR02-KA205-014604

Organisations Partenaires : D'antilles et D'ailleurs (DA&DA), Solidarity Tracks, Bulgarian Association of Alternative Tourism (BAAT)

Pays : Martinique (France), Grèce, Bulgarie

Date de Début : 15 mai 2019

Date de Fin : 30 août 2020

Type de Sortie Intellectuelle : Recherche « État de lieux et bonnes pratiques : entreprendre dans le Tourisme Responsable, une opportunité à saisir ? »





Liste des Figures et tableaux

Figure 1 : Le tourisme et les voyages, une industrie commune pour le développement	Page 7
Figure 2 : Écosystème connu des entreprises touristiques	Page 8
Figure 3 : Ressources De Développement Connues	Page 9
Figure 4 : Principaux défis internes pour les petites entreprises	Page 10
Figure 5 : Défis info graphiques, internes et externes pour le développement des affaires	Page 11
Figure 6 : Infographie, idées d'entreprise des participants	Page 12
Figure 7 : La Meilleure source d'information sur le développement du Tourisme Responsable	Page 12
Tableau 1 : Ressources financières connues pour le développement des entreprises du Tourisme Responsable	Page 10





Légende des Icônes



Résumé

Le Tourisme Responsable est un secteur émergent et dynamique au sein de l'industrie du voyage et du tourisme. Comme d'autres industries qui prennent un virage décisif pour se développer et exister de manière plus durable, le tourisme responsable présente à parts égales de sérieux défis et d'immenses opportunités. Le secteur est composé d'acteurs conscients de l'avenir dans tout l'écosystème économique du tourisme, des grands hôtels, restaurants et produits du secteur privé aux entités gouvernementales, aux établissements d'enseignement, aux organisations non gouvernementales et aux entrepreneurs qui développent de petites entreprises qui offrent des expériences et des services touristiques authentiques, tout en maintenant des normes de qualité élevées pour les personnes, la culture et la nature.

« Tentez Votre Chance : Devenez Responsable ! Libérer le potentiel de l'entrepreneuriat des jeunes grâce au tourisme responsable ! » est un projet multinational et multipartite conçu pour renforcer les compétences clés et les connaissances entrepreneuriales des jeunes au sein du Tourisme Responsable (TR) à travers le mentorat, l'éducation non formelle, le soutien à la permanence électronique et les tutoriels sur le commerce électronique. Le projet fournit aux professionnels du tourisme responsable et de l'entrepreneuriat des jeunes des outils et des ressources axés sur l'efficacité.





Cette recherche représente le résultat intellectuel (IO) du présent projet et rend compte des résultats d'enquêtes, de groupes de discussion et d'entrevues menées. Le but est de fournir un aperçu de la situation actuelle de l'entrepreneuriat dans le domaine du TR ciblant les jeunes et de fournir les connaissances fondamentales pour affiner les objectifs ciblés des extraits intellectuels 2-6 restant. Les résultats de la recherche fournissent un aperçu des connaissances fondamentales de l'écosystème de développement et éclaireront les bonnes pratiques, les défis, les solutions et les opportunités pour les jeunes entrepreneurs dans le domaine du Tourisme Responsable.

Contexte et Objectif

Le tourisme responsable est un secteur émergent et dynamique au sein de l'industrie du voyage et du Tourisme. Comme d'autres industries qui prennent un virage décisif pour se développer et exister de manière plus durable, le tourisme responsable présente à parts égales de sérieux défis et d'immenses opportunités. Comme l'un des participants au sondage l'a décrit, « [le tourisme responsable] est un tourisme de qualité qui soutient la culture, l'économie et la nature locales. » Un autre participant a déclaré « [le tourisme responsable] est un tourisme qui répond aux besoins d'aujourd'hui sans sacrifier les ressources de demain. » Le secteur est composé d'intervenants soucieux de l'avenir dans l'ensemble de l'écosystème économique du tourisme, des grands hôtels, restaurants et produits du secteur privé aux entités gouvernementales, aux établissements d'enseignement, aux organisations non gouvernementales et aux entrepreneurs qui développent de petites entreprises qui offrent des expériences et des services touristiques authentiques tout en maintenant des normes de qualité élevées pour les gens, la culture et la nature.

Le but de la présente production intellectuelle est de fournir un aperçu de la situation actuelle de l'entrepreneuriat dans le domaine du TR ciblant les jeunes et de fournir les connaissances fondamentales pour affiner les objectifs ciblés des extraits intellectuels qui restent; 2-6. Les résultats de la recherche donnent un aperçu des connaissances fondamentales de l'écosystème de développement et éclaireront les bonnes pratiques futures, les défis, les solutions et les opportunités pour les jeunes entrepreneurs dans le domaine du Tourisme Responsable.





Méthode

La recherche est basée sur les principaux résultats des études, des groupes de discussion et des entrevues menées par les partenaires du projet et impliquant trois principaux groupes d'intervenants dans l'industrie du tourisme responsable de leur pays respectif : les jeunes entrepreneurs, les institutions et les entreprises commerciales.

En plus de ces études, chaque partenaire a effectué au moins un groupe de discussion.





Principales Constatations

En six mois, 166 personnes ont rempli l'un des trois questionnaires, fournissant une compréhension directe du climat économique actuel pour le développement d'entreprises touristiques responsables en Martinique, en Bulgarie et en Grèce. Pour le questionnaire d'affaires, 64 participants représentant des entreprises de tourisme et de voyage telles que les agences de voyages, les sociétés de marketing, les hôtels et les maisons d'hôtes, les fermes et les guides de nature et de sport ont fourni leurs idées sur les ressources et les formations disponibles dans leur pays. Parmi ceux qui ont répondu au questionnaire d'affaires, 67% sont directement impliqués ou bénéficient indirectement du secteur du tourisme responsable, et 33% des participants n'ont aucun lien avec le secteur.

Le deuxième groupe en importance, 59 jeunes entrepreneurs, a fourni des informations précieuses sur les défis, les opportunités et le soutien nécessaires pour que les jeunes développent des petites et moyennes entreprises (PME) dans le secteur du Tourisme Responsable en Martinique (France), en Bulgarie et en Grèce. Les principales constatations du groupe d'intervenants des entrepreneurs sont présentées dans la section intitulée Le Point de vue des entrepreneurs.

Les institutions constituent un autre groupe important de parties prenantes interrogées, avec 43 participants provenant de diverses organisations telles que le Ministère du Tourisme et le Fonds mondial pour la nature, avec des professionnels travaillant comme consultants en formation, des gestionnaires de projets communautaires et D'ONG, des travailleurs sociaux, des jeunes et des éducateurs. [Lorsque nous avons demandé aux participants](#) « Comment votre institution soutient-elle les jeunes entrepreneurs ? » _plus de 88% des participants des établissements ont déclaré qu'ils offrent un ou plusieurs des services suivants : consultation, formation, stages, partenariats et soutien au développement des affaires et au marketing.

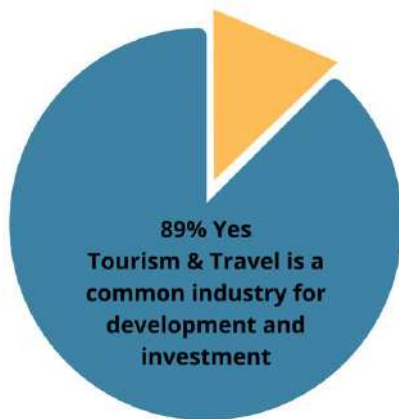




Le Secteur Du Tourisme Responsable Et Le Développement Des Petites Entreprises

Principale constatation no 1 : Le tourisme et les voyages en tant qu'industrie majeure

Figure 1 : Le tourisme et les voyages en tant qu'industrie commune pour le développement



(GTP, 2018).

La grande majorité des participants reconnaissent que l'industrie du Tourisme et des Voyages est un secteur qui offre de nombreuses possibilités de développement des affaires et d'investissement. Cette perception est valable pour les trois sites du projet et démontre le besoin de ressources et de soutien à la formation pour les jeunes entrepreneurs qui cherchent à construire des entreprises touristiques responsables. En Martinique, Les voyages et le tourisme représentaient 13,5% du PIB en 2017 et n'ont augmenté que depuis (Montanez, 2019). En 2018, Les Voyages et le tourisme en Bulgarie ont atteint 11,7% du PIB (Knoema 2020). L'industrie du voyage et du tourisme en Grèce a atteint 19,7% du PIB en 2017 avec des prévisions d'atteindre 22,5% d'ici 2028

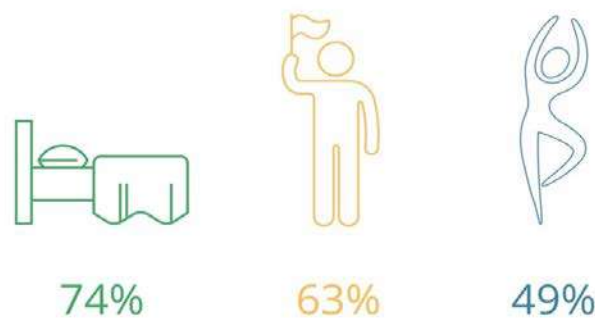




Constatation Clé No 2 : L'Écosystème Du Tourisme Responsable

Lorsque nous avons demandé aux participants : « Quels types d'entreprises de Tourisme Responsable existent dans votre pays ? » les 144 participants ont identifié dix types d'entreprises de voyage/tourisme dans leur pays qui, selon eux, font partie du secteur du tourisme responsable, notamment : l'hébergement, la culture, les guides, les arts et l'artisanat, les sports, la gastronomie, les attractions/sites, les agences de voyage/tour-opérateurs, la restauration et le transport. Les catégories d'entreprises qui pourraient être

Figure 2 : écosystème connu des entreprises touristiques



considérées comme faisant partie du secteur du Tourisme Responsable ont été les plus nombreuses (107), les guides (90) et la culture (70). Les participants ont pu choisir autant de types d'entreprises qu'ils le souhaitaient.



Constatation clé No 3 : Ressources de développement pour un tourisme responsable

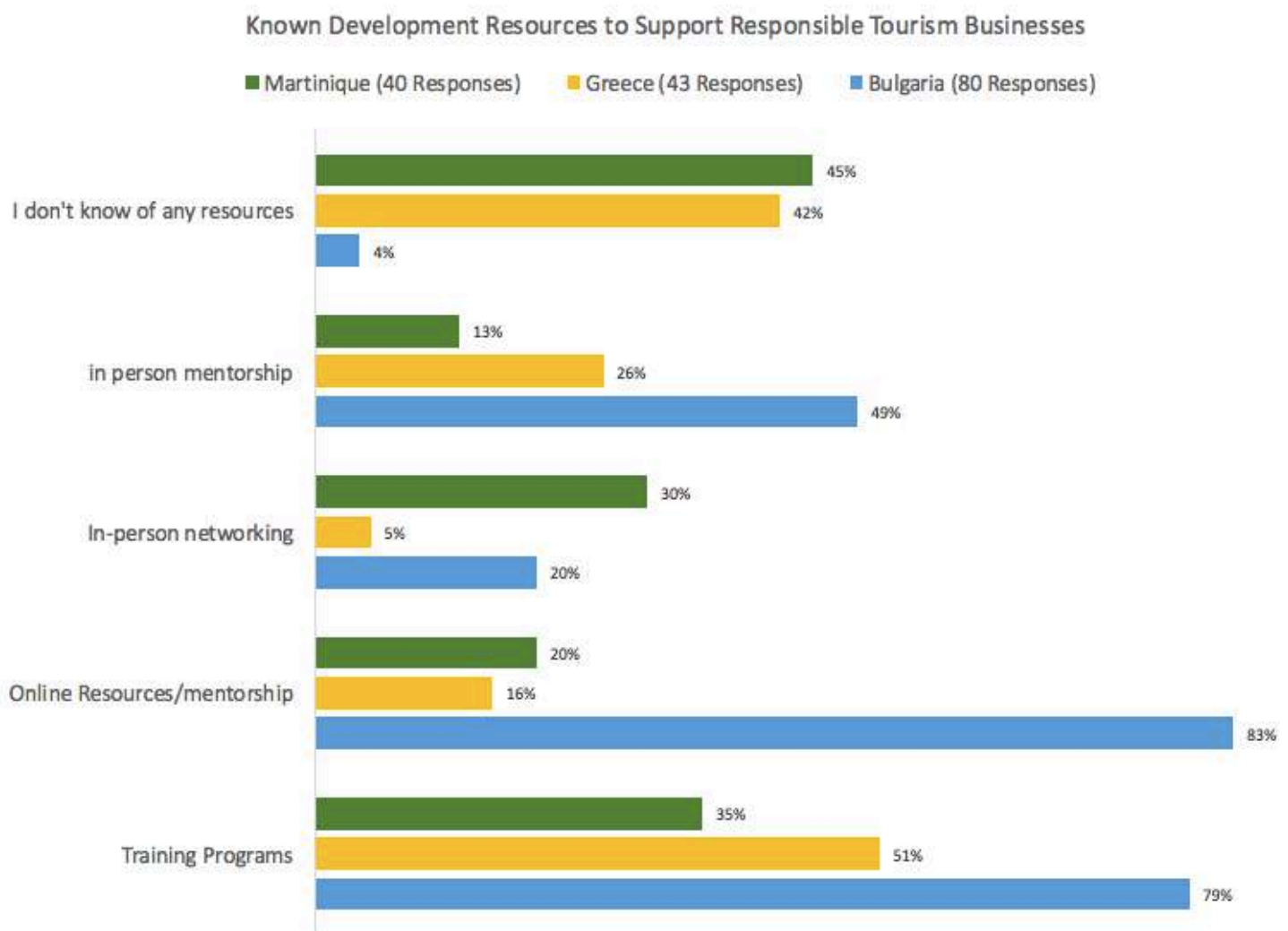
Pour évaluer la connaissance des ressources de développement possible il a été demandé : « Quelles ressources de développement existent dans votre pays pour soutenir une nouvelle entreprise de Tourisme Responsable ? » sachant qu'il y a cinq domaines généraux de soutien au développement à choisir : mentorat en personne, réseautage en personne, ressources en ligne/mentorat, programmes de formation ou ressources inconnues. Les réponses variaient considérablement d'un pays à l'autre, mais dans l'ensemble, les programmes de formation constituaient la ressource de soutien la plus connue. En Martinique, la majorité des participants ne savaient pas quel type de ressources était disponible. Pour les participants Grecs, la plus grande ressource choisie était les programmes de formation. Et une grande majorité des participants bulgares ont choisi en ligne / mentorat comme la ressource la plus populaire avec 83%. Ces résultats démontrent





la nécessité d'éduquer toutes les parties prenantes, des gens d'affaires aux éducateurs et aux dirigeants à but non lucratif, et surtout aux jeunes entrepreneurs eux-mêmes, dans les ressources de développement disponibles et comment les appliquer et les utiliser pour soutenir la création et le maintien d'entreprises de TR durables.

Figure 3 : Ressources De Développement Connues, Bulgarie, Grèce Et Martinique



Constatation clé No 4 : ressources financières pour un tourisme responsable

Lorsque nous avons demandé aux participants : « quelles ressources financières sont disponibles pour les jeunes intéressés à créer une entreprise dans le tourisme responsable dans votre pays ? » 96% des 166 participants ont déclaré qu'ils savaient que le financement était disponible dans une ou plusieurs sources suivantes :





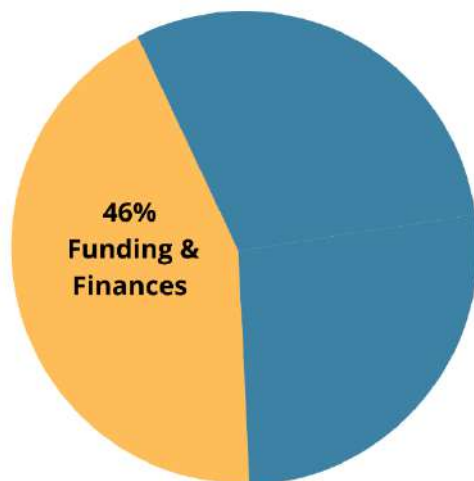
Tableau 1 : ressources financières connues pour le développement des entreprises du Tourisme Responsable

Sources De Financement Connues	Financement public	Financement de fondation but lucratif	Le financement à non investissements	Concours fondés des prix	Je ne connais aucune ressource
Bulgarie	100%	59%	63%	39%	0%
Grèce	65%	16%	42%	7%	5%
Martinique	60%	15%	23%	21%	9%
Total	80%	36%	46%	26%	4%

Remarque : Il a été demandé aux participants de choisir toutes les réponses qui s'appliquent. Les pourcentages représentent le ratio des participants ayant répondu " oui " pour chaque catégorie répertoriée par leur pays.

Constatation clé No 5 : Le financement et les Finances sont les plus grands défis pour le développement des entreprises

Figure 4: principaux défis internes pour les petites entreprises
Primary Internal Challenge of a Small Business Enterprise



Lorsque nous avons demandé aux participants : « En général, que diriez-vous sont les principaux défis internes d'une pme/Start Up dans votre pays? » près de la moitié (46%) des participants ont déclaré que « le financement et les finances » étaient l'un des principaux défis pour une petite entreprise. Cela démontre un besoin évident de formation et d'accès à l'information pour aider les petites entreprises et les entrepreneurs à rechercher et à obtenir les fonds nécessaires au développement de leur entreprise.

Principale constatation no 6 : Principaux défis externes et internes pour le développement des petites entreprises

Dans l'ensemble, l'étude a demandé aux participants des trois groupes de parties prenantes : entreprises, institutions et entrepreneurs des trois pays de décrire ce qu'ils considèrent





comme les principaux défis externes (systèmes) dans l'industrie, ainsi que les principaux défis internes pour une petite entreprise ou une start-up pour se développer et réussir. Des thèmes clés sont ressortis des trois pays et des groupes d'intervenants. Plus particulièrement, les principaux défis externes relevés par les participants sont la bureaucratie, le système financier et le manque de soutien gouvernemental aux petites et moyennes entreprises de l'industrie du tourisme, la plupart du soutien et des ressources allant au développement du tourisme de masse, et peu de soutien systématique ou politique pour le petit secteur du Tourisme Responsable. Lorsqu'on leur a demandé de réfléchir aux défis internes d'une petite entreprise, en plus du financement et des finances, la plupart des participants ont déclaré que le manque de travailleurs qualifiés et d'un plan stratégique pour le développement et/ou la commercialisation étaient également des défis majeurs pour le développement réussi d'une petite entreprise.

Figure 5 : défis infographiques, internes et externes pour le développement des affaires



Les autres défis mentionnés comprenaient le changement climatique, une main-d'œuvre touristique imprévisible, des touristes ignorants et la saisonnalité. Ces réflexions montrent la nécessité pour ce projet de fournir des conseils de mentorat et des ressources pour aider les jeunes entrepreneurs à surmonter ces problèmes avec un meilleur accès à des formations stratégiques dans la gestion du personnel/équipe, les finances, le réseautage, l'engagement des parties prenantes, le marketing et l'image de marque, et la planification stratégique des affaires.





Développer une entreprise touristique responsable : Le point de vue de L'Entrepreneur

Au total, 59 jeunes entrepreneurs de la Martinique, de La Bulgarie et de la Grèce ont participé à des groupes de discussion, à des entrevues et ont rempli des enquêtes pour mieux comprendre les défis, les besoins et les opportunités spécifiques pour développer des entreprises dans le secteur du Tourisme Responsable. La section suivante met l'accent sur les résultats clés spécifiquement pour les entrepreneurs impliqués dans la recherche intellectuelle Output One.

Constatation clé No 7 : Diversité dans les entreprises de Tourisme Responsable

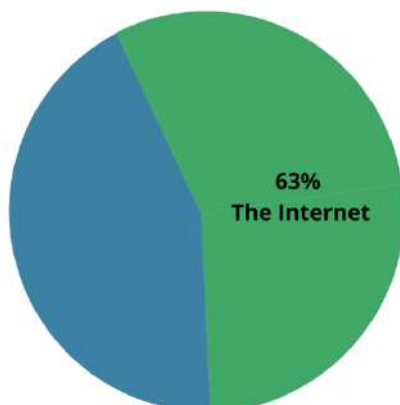
Il a été demandé aux entrepreneurs des trois pays de décrire leur idée d'entreprise/nouvelle initiative, et les réponses variaient dans dix domaines clés : éco-logement, excursions dans la nature, visite du patrimoine culturel, des expériences gastronomiques d'origine locale, activités sportives soutenables, agritourisme, centres de jeunesse, artisanat local, et le développement des organisations locales de gestion des destinations. Il a été identifié que toutes les idées d'affaires impliquaient un service de notre produit qui sert directement la population touristique en visite.

Figure 6: infographie, idées D'entreprise des participants



Principale constatation no 8 : Internet est la source de soutien la plus accessible

Best Source of Information on Responsible Tourism



À travers l'étude il a été demandé aux entrepreneurs quelle est selon eux la meilleure source d'information pour en apprendre davantage sur le secteur du tourisme responsable et d'autres ressources de soutien ; ainsi 63% des participants déclarant "Internet, sites Web." Cela démontre en outre la valeur d'une ressource en ligne complète accessible aux entrepreneurs de toute l'Union européenne pour en apprendre davantage sur le secteur du TR et sur la façon de développer une entreprise dans leur écosystème économique.





Constatation clé No 9 : Trois façons de mieux soutenir les entrepreneurs du Tourisme Responsable

Il a été demandé à tous les groupes d'intervenants d'énumérer trois façons dont, selon eux, les entrepreneurs et les petites entreprises de Tourisme Responsable pourraient être mieux soutenus dans leur pays respectif. Quel que soit leur pays il y avait un consensus général parmi les réponses pour :

Figure 7 : meilleure source d'information sur le développement du Tourisme Responsable



Un changement dans les politiques gouvernementales pour réduire les processus bureaucratiques et fournir un plus grand soutien (financier et programmatique) aux petites et moyennes entreprises, en particulier dans le secteur émergent du Tourisme Responsable



Le développement d'un réseau d'entrepreneurs, de professionnels du tourisme et de membres de la communauté pour l'échange d'idées et la création de partenariats professionnels (localement et en ligne)



Accès à de l'information facile à comprendre (de préférence en ligne) qui décrit les exigences et les recommandations pour un développement commercial réussi, l'accès au financement, la gestion financière, le marketing et la promotion, et les partenariats professionnels

Des Groupes De Discussion

L'objectif de la phase de groupe de discussion pour la recherche IO 1 était de mieux comprendre comment les jeunes entrepreneurs et les autres intervenants perçoivent les défis et les opportunités au sein de l'industrie du tourisme responsable, et de déterminer les domaines de recherche et d'orientation pour le projet.

Bulgarie

BAAT de Bulgarie a organisé une variété d'événements pour les jeunes entrepreneurs et d'autres parties prenantes TR au cours des six mois pour la Production Intellectuelle Un. Au point culminant de chaque événement, les participants ont rempli le sondage en ligne. Ces résultats sont intégrés dans la section des résultats clés de cette recherche.





Grèce

Solidarity Tracks de Grèce a accueilli deux groupes de discussion locaux au cours des six mois pour la Production Intellectuelle Un.

Le premier groupe de discussion de Solidarity Tracks a été organisé comme un événement de clôture et de promotion suite à la formation pour les mentors en Grèce, Lefkada. Le groupe de discussion s'est déroulé dans un café culturel, Z Bar, où plus de gens pourraient être atteints. En introduction, le représentant du promoteur du projet, Lavinia, et le représentant de Solidarity Tracks, Reka, ont présenté l'idée principale et le flow du projet Go Responsible. Cette présentation a été suivie par la présentation des sujets principaux, et un questionnaire qui a également été partagé à la fin de la session à remplir par les participants. Les thèmes principaux comprenaient : le tourisme, le développement des infrastructures et l'extraction des ressources naturelles en relation avec la destination et l'industrie touristique locale (Solidarity Tracks, 2019). Un résumé complet du premier groupe de discussion tenu en Grèce se trouve à l'Annexe 2.

Le deuxième groupe de discussion "Solidarity Tracks" s'est organisé dans son nouveau bureau fraîchement repeint afin d'attirer plus de monde. L'événement a commencé par une très petite présentation sur le sujet principal : le tourisme et le sur-tourisme. Après la courte présentation, le film documentaire Crowded Out : the story of over tourism (l'histoire du sur-tourisme) a été projeté. (<https://youtu.be/U-52L7hYQIE>). Le documentaire nous montre quelques problèmes principaux du tourisme dans les 30 dernières années lorsque ce terme sur-tourisme est né pour le manque de penser d'une manière durable. Il y a un impact négatif énorme sur l'environnement, la culture et l'infrastructure des destinations populaires à cause du nombre croissant de touristes. (Solidarity Tracks, 2020).

Martinique

D'Antilles et D'Ailleurs de Martinique a accueilli deux groupes de discussion en 2019 au cours des six mois pour la production intellectuelle.

Le premier groupe de discussion a commencé par une présentation sur le tourisme de croisière en Martinique et ses implications sur l'économie touristique locale. D'Antilles et D'ailleurs a ensuite engagé le groupe dans la discussion, « Quel type de profil sont vos clients. » Le groupe a discuté de la nécessité d'une plate-forme commune permettant aux parties prenantes du RT d'échanger des idées et de travailler ensemble. Le besoin de traducteurs a également été identifié pour interagir avec les touristes des navires de croisière. (D'antilles et d'ailleurs, 2019) Un résumé des notes du groupe de discussion One Martinique se trouve à L'Annexe 4.





Pour le deuxième focus group, D'Antilles et D'ailleurs a présenté sur le thème « Marketing et pouvoir narratif : comment montrer la Martinique aux médias ? » Les Participants au groupe de discussion ont également défini le tourisme responsable et discuté des difficultés et des opportunités. Il a été convenu qu'il est nécessaire de construire un réseau solide pour soutenir la réussite des entreprises de tourisme responsable en Martinique pour l'avenir (D'antilles et d'ailleurs 2, 2019). Un résumé des notes du groupe de discussion de Martinique se trouve à L'Annexe 5.

Entretiens en Martinique

Au cours du dernier trimestre 2019, D'Antilles et d'Ailleurs a organisé trois entretiens en personne avec des entrepreneurs Martiniquais travaillant dans l'industrie du tourisme : une entreprise de kayak, une entreprise de taxi et une société de gestion de villa. Toutes les personnes interrogées ont une formation scolaire, mais pas dans les études qui les ont immédiatement préparés pour le développement des entreprises ou de travailler dans le tourisme, encore moins le tourisme responsable. Ils ont chacun vu une opportunité dans l'économie Martiniquaise locale, et par divers moyens de financement : épargne personnelle, fonds publics et prêts, ont développé leurs entreprises. Certains des défis similaires qu'ils ont tous mentionnés spécifiquement dans le cas de la Martinique sont les suivants :

- Défis avec la barrière de la langue (la plupart des gens ne parlent que le français)
- Taxes et dépenses élevées, la Martinique utilise L'Euro et coûte très cher
- Manque de connaissance par la population locale du tourisme responsable et manque de soutien du réseau
- Surmené en haute saison, mais nettement sous-travaillé en basse saison

Dans la prochaine phase de la recherche, d'autres entretiens seront menés en Martinique, et potentiellement avec des parties prenantes en Bulgarie et en Grèce. Pour s'assurer que les personnes interrogées demeurent anonymes, les résumés des entrevues ne sont pas inclus.





Méthodologie

Pour IO One, les partenaires du projet ont diffusé des questionnaires aux trois principaux groupes d'intervenants de l'industrie du tourisme responsable de leur pays respectif : les jeunes entrepreneurs, les institutions et les entreprises commerciales. En plus de ces enquêtes, chaque partenaire a effectué au moins un groupe de discussion. D'Antilles et D'Ailleurs de la Martinique a également mené une série pilote d'entretiens, basés sur des questions similaires du questionnaire et du groupe de discussion pour mieux comprendre les intervenants locaux.

Trois questionnaires ont été créés avec des questions ciblées pour chaque groupe d'intervenants spécifique (entrepreneur, entreprise, institution). Huit questions étaient les mêmes pour tous les groupes d'intervenants. Selon le groupe d'intervenants particulier, des questions supplémentaires ont été incluses pour fournir une compréhension plus holistique et globale de l'écosystème du tourisme responsable dans chaque pays. Chaque questionnaire a été rempli dans un formulaire Google et traduit dans la langue principale du pays partenaire. Les données des formulaires soumis ont été recueillies automatiquement dans une feuille de calcul accessible à tous les partenaires. Ces questionnaires se trouvent à l'Annexe 1.

Observation

Les résultats de l'enquête ont révélé que la plupart des entrepreneurs recherchent des informations sur le secteur du tourisme responsable et le développement des affaires par le biais de ressources en ligne, mais ont simultanément noté qu'ils avaient besoin de plus de formations et de ressources compréhensibles pour ces sujets de développement.

Pour les réponses des entrepreneurs, la plupart ont indiqué que leur idée commerciale était de créer des entreprises touristiques communes « des entreprises aux particuliers ou B2C », en mettant simplement l'accent sur des pratiques responsables/durables. Les écolodges, les circuits alimentaires durables et les expériences agrotouristiques en sont des exemples. On a fait observer qu'il n'y avait aucune idée d'entreprise donnée qui fournirait des solutions responsables/durables aux entreprises touristiques existantes, ni des solutions “d'entreprise à entreprise”. Pour les entrepreneurs qui sont intéressés par le domaine du tourisme responsable, mais qui n'ont pas d'idée spécifique, Business to Business pourrait être un domaine intéressant, utile et lucratif pour développer une entreprise. Les services de





soutien font partie intégrante de l'industrie du voyage et du tourisme et peuvent être le meilleur domaine pour tirer parti de pratiques responsables. Par exemple, la gestion des déchets et de l'eau, les liens entre la chaîne d'approvisionnement (par exemple, la mise en relation des agriculteurs locaux avec les hôtels et les restaurants) ou l'approvisionnement en produits à usage unique non plastiques pour l'approvisionnement des hôtels et des restaurants locaux.

Un exemple mis en évidence dans le rapport « Un siècle de tourisme non durable dans les Caraïbes » décrit le programme « Sandals Resort Farmer » en Jamaïque en collaboration avec La Rural Agricultural Development Authority (Rada). Fournir des services durables “business to business”, cette collaboration développe des “relations de travail étroites entre les agriculteurs et les hôtels en améliorant la qualité des produits, en développant des arrangements de prix appropriés et en améliorant les communications entre les agriculteurs et les hôtels (Walton, et al, 2018). Ce projet particulier répond aux objectifs du tourisme durable en améliorant les chaînes d'approvisionnement locales, en soutenant les agriculteurs locaux et en améliorant l'économie locale. Bien que la RADA fasse beaucoup de choses et qu'il ne s'agisse que d'un programme en son sein, il s'agit d'un bon exemple d'une opportunité commerciale de créer des liens et des services de réseau pour améliorer la durabilité à long terme de l'écosystème touristique. En débutant avec seulement dix agriculteurs, le programme compte maintenant 80 agriculteurs à travers la Jamaïque, en trois ans, les ventes sont passées de 60 000\$US à 3,3 millions de dollars. Les revenus des agriculteurs ont augmenté et sont plus fiables, tandis que les hôtels ont bénéficié d'une plus grande variété de produits locaux de bonne qualité et d'économies de coûts (Walton, et al, 2018). Le programme est maintenant utilisé comme modèle pour des destinations similaires.

La plupart des participants ont indiqué qu'internet était le moyen le plus accessible pour apprendre et développer leurs idées d'affaires en matière de tourisme responsable. Internet est le moyen le plus facile pour les petites entreprises touristiques de commencer à commercialiser leurs produits et services. Les plateformes en ligne les plus courantes et les plus accessibles avec une portée mondiale comprennent TripAdvisor, Booking.com, Facebook, Instagram, YouTube, Yelp et Airbnb (expériences Airbnb). TripAdvisor, Yelp et Airbnb sont des plates-formes gérées sur les évaluations des clients et sont généralement les premiers sites à apparaître si une personne Google (cherche en ligne) un intérêt de voyage ou d'affaires particulier. Les évaluations des clients sont extrêmement importantes dans l'industrie du tourisme et devraient être considérées en faisant partie du plan de marketing. Facebook, Instagram et YouTube sont aujourd'hui les plateformes de marketing en ligne les plus courantes en dehors des publications de voyage. Comme elles sont gratuites, ces plates-formes offrent aux entreprises touristiques de toute taille la possibilité de partager leur marque et d'attirer des clients à réserver leurs plans de voyage à





travers le monde. Avant le marketing, il est essentiel que les entrepreneurs prennent le temps de développer leur marque et leur stratégie, d'abord en menant des recherches pour connaître leurs marchés cibles et leur positionnement. Une fois que cela est arrivé, les entrepreneurs peuvent déterminer quelles plates-formes et quel style de marketing atteindra le mieux leur marché cible et les attirer vers leurs produits ou services.





Annexe

Annexe 1 : Questionnaires D'enquête et modèles de groupes de discussion pour la première production intellectuelle

IO 1 : Recherche

Modèles de questionnaires et de groupes de discussion

Voici trois questionnaires différents à utiliser pour le résultat intellectuel 1 : Recherche, « État des lieux et bonnes pratiques : entreprendre dans le tourisme responsable, une opportunité à saisir ? » Chaque questionnaire sera fourni sous la forme d'un formulaire Google, facile à remplir et dans la langue du pays partenaire. Les données des formulaires soumis seront automatiquement collectées dans une feuille de calcul accessible à tous les partenaires. Ces questions peuvent être utilisées à la fois comme questionnaire à remplir par le participant ou au sein d'un groupe de discussion. De plus amples renseignements sur les pratiques exemplaires des groupes de discussion seront fournis ultérieurement.

Le but de cette recherche est de fournir un aperçu de la situation actuelle de l'entrepreneuriat dans le domaine du TR (Tourisme Responsable) ciblant les jeunes. Il mettra en évidence les bonnes pratiques, les difficultés, les défis, les solutions et les opportunités pour les jeunes et l'esprit d'entreprise dans le domaine de la RT.

Questionnaire : Institutions (Gouvernement, Universitaire, Développement, Fondation)

1. Quel est votre nom complet ?
2. Quelle est votre adresse électronique (email) ?
3. Quel est votre numéro de téléphone ?
4. Que faites-vous pour le travail
5. Dans vos propres mots, veuillez définir le tourisme responsable.
6. Dans votre pays, l'industrie du Tourisme et du voyage est-elle un domaine commun de développement des affaires et d'investissement ?
 - a. Oui
 - b. Non
 - c. Je ne sais pas
7. Quels types d'entreprises de Tourisme Responsable existent dans votre pays ? Veuillez décrire aussi complètement que possible.





8. Quelles ressources de développement existent dans votre pays pour soutenir une nouvelle entreprise de Tourisme Responsable ?
 - a. Les programmes de formation
 - b. En personne de mentorat
 - c. Ressources en ligne/mentorat
 - d. Réseautage en personne
 - e. La communauté en ligne
 - f. Je ne suis au courant d'aucune ressource
9. Veuillez décrire les ressources et les programmes. Écrivez n/a si vous n'en connaissez pas.
10. Quelles sont les ressources financières disponibles pour les jeunes souhaitant créer une entreprise dans le Tourisme Responsable dans votre pays ?
 - a. Financement public
 - b. Fondation / financement à but non lucratif
 - c. Financement/investissement privé
 - d. Concours fondés sur des prix
 - e. Autre
11. Veuillez décrire les ressources et les opportunités. Écrivez n/a si vous n'en connaissez pas.
12. Comment votre institution soutient-elle les jeunes entrepreneurs (de n'importe quelle industrie) ?
13. Comment votre institution soutient-elle les jeunes entrepreneurs de L'industrie du Tourisme ?
14. Quels sont les principaux défis que vous voyez dans le développement des petites entreprises/Start-Ups du point de vue des systèmes dans votre pays ? Quel est le lien entre ces facteurs et les possibilités de développement des entreprises du Tourisme Responsable ? Veuillez fournir autant de détails que possible.
15. En général, quels sont, selon vous, les principaux défis internes d'une petite entreprise / Start-Up dans votre pays ? Comment sont-ils liés au succès d'une entreprise touristique responsable potentielle ou existante ? Veuillez fournir autant de détails que possible.
16. Quelles sont les trois façons dont vous pensez que les entrepreneurs et les petites entreprises de Tourisme Responsable pourraient être mieux soutenus dans votre pays ?
17. Veuillez décrire toutes les réussites des entrepreneurs / petites entreprises en matière de tourisme responsable dans votre pays.
18. Y a t-il autre chose que vous aimeriez partager avec nous au sujet de votre établissement





et/ou l'état actuel du Tourisme Responsable dans votre pays ?

Questionnaire : Entreprises

1. Quel est votre nom complet ?
2. Quelle est votre adresse électronique (email) ?
3. Quel est votre numéro de téléphone ?
4. Que faites-vous pour le travail ?
5. Dans vos propres mots, veuillez définir le tourisme responsable.
6. Dans votre pays, l'industrie du Tourisme et du voyage est-elle un domaine commun de développement des affaires et d'investissement ?
 - a. Oui
 - b. Non
 - c. Je ne sais pas
7. Quels types d'entreprises de Tourisme Responsable existent dans votre pays ? Veuillez décrire aussi complètement que possible.
8. Quelles ressources de développement existent dans votre pays pour soutenir une nouvelle entreprise de Tourisme Responsable ?
 - a. Les programmes de formation
 - b. En personne de mentorat
 - c. Ressources en ligne/mentorat
 - d. Réseautage en personne
 - e. La communauté en ligne
 - f. Je ne suis au courant d'aucune ressource
9. Veuillez décrire les ressources et les programmes. Écrivez n/a si vous n'en connaissez pas.
10. Quelles sont les ressources financières disponibles pour les jeunes souhaitant créer une entreprise dans le Tourisme Responsable dans votre pays ?
 - a. Financement public
 - b. Fondation / financement à but non lucratif
 - c. Financement/investissement privé
 - d. Concours fondés sur des prix
 - e. Autre





11. Veuillez décrire les ressources et les opportunités. Écrivez n/a si vous n'en connaissez pas.
 12. Comment votre entreprise interagit - elle avec L'industrie du Tourisme Responsable (TR) ?
 - a. Directement, mon entreprise est un TR
 - b. Directement, mon entreprise est un fournisseur pour une entreprise TR
 - c. Directement, mon entreprise fournit un soutien financier direct pour les opportunités TR
 - d. Indirectement, mon entreprise bénéficie de TR
 - e. Indirectement, mon entreprise parraine des programmes de soutien pour les opportunités TR
 - f. Mon entreprise n'est pas connectée à TR
 13. Que voyez-vous comme les principaux défis d'affaires dans l'Industrie Touristique ? Comment ces défis affectent-ils les entreprises de Tourisme Responsable ?
 14. En général, quels sont, selon vous, les principaux défis internes d'une petite entreprise /Start Up dans votre pays ? Comment sont-ils liés au succès d'une entreprise touristique responsable potentielle ou existante ? Veuillez fournir autant de détails que possible.
 15. Quelles sont les trois façons dont vous pensez que les entrepreneurs et les petites entreprises de Tourisme Responsable pourraient être mieux soutenus dans votre pays ?
 16. Veuillez décrire toutes les réussites des entrepreneurs / petites entreprises en matière de tourisme responsable dans votre pays.
 17. Y a t-il autre chose que vous aimeriez partager avec nous au sujet de votre entreprise et/ou l'état actuel du Tourisme Responsable dans votre pays?
-

Questionnaire : Jeunes Entrepreneurs

1. Quel est votre nom complet ?
2. Quelle est votre adresse électronique (email) ?
3. Quel est votre numéro de téléphone ?
4. Que faites-vous pour le travail ?
5. Dans vos propres mots, veuillez définir le tourisme responsable.
6. Dans votre pays, l'industrie du Tourisme et du voyage est-elle un domaine commun de développement des affaires et d'investissement ?





- a. Oui
 - b. Non
 - c. Je ne sais pas
7. Quels types d'entreprises de Tourisme Responsable existent dans votre pays ? Veuillez décrire aussi complètement que possible.
8. Quelles ressources de développement existent dans votre pays pour soutenir une nouvelle entreprise de Tourisme Responsable ?
- a. Les programmes de formation
 - b. En personne de mentorat
 - c. Ressources en ligne/mentorat
 - d. Réseautage en personne
 - e. La communauté en ligne
 - f. Je ne suis au courant d'aucune ressource
9. Veuillez décrire les ressources et les programmes. Écrivez n/a si vous n'en connaissez pas.
10. Quelles sont les ressources financières disponibles pour les jeunes souhaitant créer une entreprise dans le Tourisme Responsable dans votre pays ?
- a. Financement public
 - b. Fondation / financement à but non lucratif
 - c. Financement/investissement privé
 - d. Concours fondés sur des prix
 - e. Autre
11. Veuillez décrire les ressources et les opportunités. Écrivez n / a Si vous n'en connaissez pas.
12. Quelle est votre idée d'entreprise et / ou nouvelle entreprise ? Comment est-il lié à L'industrie du Tourisme Responsable ?
13. De quelles ressources, formation et réseautage avez-vous besoin pour que votre entreprise réussisse ?
14. Quel a été le plus grand défi pour votre entreprise ?
15. À l'heure actuelle, quelle est la meilleure source d'information (que vous connaissez) pour en apprendre davantage sur l'industrie du tourisme responsable et les ressources de soutien ?
16. Quels sont, selon vous, les principaux défis systémiques (externes) de L'industrie du voyage et du Tourisme ? Comment ces défis affectent-ils les entreprises de Tourisme Responsable ?
17. En général, quels sont, selon vous, les principaux défis internes d'une petite entreprise /





Start Up dans votre pays ? Comment sont-ils liés au succès d'une entreprise touristique responsable potentielle ou existante ? Veuillez fournir autant de détails que possible.

18. Quelles sont les trois façons dont vous pensez que les entrepreneurs et les petites entreprises de Tourisme Responsable pourraient être mieux soutenus dans votre pays ?
19. Veuillez décrire toutes les réussites des entrepreneurs / petites entreprises en matière de tourisme responsable dans votre pays.
20. Y a-t-il autre chose que vous aimeriez partager avec nous au sujet de votre entreprise et/ou l'état actuel du Tourisme Responsable dans votre pays?

Annexe 2 : La Grèce - Groupe De Discussion, Un Résumé



Go responsible ! Premier rapport du groupe de discussion !

Le premier groupe de discussion de Solidarity Tracks a été organisé comme un événement de clôture et de promotion suite à la formation pour les mentors en Grèce, Lefkada. Le groupe de discussion s'est déroulé dans un café culturel, Z Bar, où plus de gens pourraient être atteints. En introduction, le représentant du promoteur du projet, Lavinia, et le représentant de Solidarity Tracks, Reka, ont présenté l'idée principale et le flow du projet Go Responsible. Cette présentation a été suivie par la présentation des sujets principaux, et d'un questionnaire qui a également été partagé à la fin de la session à remplir par les participants.

La discussion avec l'invité était en cours d'exécution sur plusieurs idées principales.

Tout d'abord, le groupe a identifié les principaux problèmes en Grèce et plus spécifiquement à Lefkada. Nous avons tous convenu qu'il y a un manque de responsabilité quand nous parlons de





tourisme. Le tourisme de masse est également un véritable défi pour les Lefkadiens. La raison en est la crise, les habitants ont besoin d'argent et ne pensant pas aux conséquences de la durabilité de leur entreprise et de l'environnement. Cependant, tout n'est pas sombre et triste, il y a quelques initiatives faites par les habitants, comme le trekking, les festivals locaux, les petites entreprises qui se concentrent sur l'authenticité du lieu, pour agir en tant que citoyens responsables (organisation d'activités de nettoyage de plage) etc.

Il y a aussi un règlement qui donne un aspect positif, il n'est pas autorisé de construire de grands hôtels à cause de la zone sismique.

Airbnb prend le marché ces derniers temps en Grèce. Mais avoir et garder sur le marché une entreprise responsable est un défi : (un exemple qui a été discuté) si votre logement n'est pas équipé d'air conditionné, la note sur Airbnb diminue et après il est plus difficile de trouver le logement sur le site. Dans le Tourisme Responsable il est important d'être persévérant, de croire en vos idées et de ne jamais abandonner. Le chemin n'est jamais facile, mais il est important que nous essayions. Être sur le marché et respecter les valeurs ... c'est le slogan.

D'autres sujets importants ont été discutés, comme le Pont. Lefkada est relié à la terre principale par un pont mobile. Ce pont permet aux voitures et aux bateaux d'entrer gratuitement dans la ville ou le port de Lefkada. Il y a un plan qu'il y aura un tunnel souterrain au lieu du pont pour lequel les gens devraient payer une redevance. Les habitants sont contre cette idée de payer chaque fois que vous voulez quitter ou entrer dans l'île.

L'extraction du pétrole a également été sur la table de discussion comme un sujet récent dans la région Ionienne. Les gens doivent être conscients que l'extraction du pétrole va polluer l'environnement, la vie marine et il n'y aura pas de revenus pour le bénéfice des habitants, ni même pour le pays. Une invitée, Julie est un acteur principal dans l'organisation de manifestations à Lefkada pour lutter contre cette question et sensibiliser et mobiliser les citoyens de Lefkada pour agir contre cette décision.

Comme il a été mentionné dans l'introduction, l'événement a été fermé en demandant aux participants de remplir les questionnaires imprimés, dont les résultats seront utilisés dans les prochaines étapes du projet.

Annexe 3 : Résumé Du Deuxième Groupe De Discussion Sur La Grèce

Go responsible ! 2e Rapport du groupe de discussion

Le deuxième groupe de discussion "Solidarity Tracks" s'est organisé dans son nouveau bureau fraîchement repeint afin d'attirer plus de monde. L'événement a commencé par une très petite présentation sur le sujet principal : le tourisme et le sur-tourisme. Après la courte présentation, le film documentaire Crowded Out : the story of over tourism (l'histoire du sur-tourisme) a été projeté. (<https://youtu.be/U-52L7hYQiE>). Le documentaire nous montre quelques problèmes principaux du tourisme dans les 30 dernières années lorsque ce terme sur-tourisme est né pour refléter le manque de penser d'une manière durable. Il y a un impact négatif énorme sur l'environnement, la culture et l'infrastructure des destinations populaires à cause du nombre croissant de touristes.





“Le "sur-tourisme" peut être défini comme l'augmentation rapide du volume de visiteurs vers des destinations populaires qui entraîne des dommages aux sites historiques, une réduction de la qualité de vie des résidents et le bouleversement des marchés locaux du logement. En tant que PDG et fondateur de Responsible Travel, Francis explore le thème de Sur-tourisme avec une variété d'experts dans le domaine du tourisme, ainsi que des résidents locaux qui expriment leurs préoccupations et leurs expériences.

Francis utilise Venise [Italie], Barcelone [Espagne] et Gili Trawangan [Indonésie] comme études de cas, et le spectateur est exposé à la pression des communautés locales. L'indisponibilité des locations d'appartements à long terme, le manque de commodités quotidiennes et la désintégration de l'authenticité culturelle éloignent de nombreux résidents de longue date de leurs maisons, afin d'échapper à la pléthore de vacanciers souvent irrespectueux dans leurs actions : ils boivent, ils bousculent et jettent des déchets sans tenir compte du fait qu'ils sont en vacances dans un endroit où quelqu'un habite.

<https://www.themindfulword.org/2018/hospitality-and-tourism-video-review>

La projection a eu un effet réel sur les participants, certains d'entre eux ont exprimé leur choc en décrivant qu'ils n'y avaient jamais pensé en parlant de tourisme qu'il devenait si nocif dans tant d'aspects. La plupart d'entre eux étant jeunes ont avoué qu'en général, lors de la planification d'un voyage, ils ne prennent pas en considération l'idée de durabilité ou de responsabilité. *Nous voulons juste voyager.... Nous n'avons pas beaucoup d'argent.*

La discussion a été menée par des sujets du questionnaire. La première visait à déterminer s'il existe des problèmes similaires dans les communautés d'où proviennent les participants. Bien sûr, les similitudes existaient, puisque ce problème de tourisme de masse est un problème mondial. Tout le monde trouve et a convenu que le problème existe. Airbnb a de nouveau été mentionné comme dans le premier groupe de discussion, mais il y avait une mention d'un nouveau système qui semble venir comme « bed and breakfast » que devrait soutenir les habitants. Ici aussi, le Couch Surf (Réseau) a été mentionné comme une alternative lors d'un voyage.

Par la suite, le sujet suivant était de savoir ce que nous pouvons faire en tant qu'individus (touristes), entrepreneurs (hôtes) ou décideurs pour résoudre ce problème ou si nous ne pouvons pas résoudre totalement juste pour réduire les effets négatifs ?

La première réponse est que ce n'est pas notre responsabilité, c'est la responsabilité du gouvernement et des décideurs.

Plus tard, il y avait des diverses réponses à la fois positives et négatives: comme rester à la maison, il n'y a pas de solution ou de voyager d'une manière plus économique – découvrir un endroit avec des détails authentiques et rester dans cet endroit 1-2 semaines, acheter de la nourriture des habitants partout où vous voyagez, travaillez et voyagez (dans les fermes), utilisez les transports publics, faire du vélo, randonnée avec les guides locaux des endroits peu populaires, planifiez vos vacances en dehors de la haute saison, etc.

La dernière question s'est focalisée sur les participants et si jamais ils ont pensé à créer leur propre entreprise liée au tourisme et si oui quel genre d'idées ils aimeraient y arriver. Certains des participants ont parlé de guider, ce qu'ils font déjà, en fait gratuitement, comme un passe-temps, d'autres pour créer de l'artisanat traditionnel et de la nourriture locale.





Après cela, le projet GO responsable a été présenté en utilisant la présentation Prezi : https://prezi.com/yhiwhxzbtwh2/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

Après la présentation les participants ont rempli le questionnaire lié au tourisme responsable.

Annexe 4 : Résumé Du Groupe De Discussion Un De La Martinique

Groupe de discussion (les notes en fr)

24/08/2019

Intervention : Le tourisme en Martinique ne se fait que par des croisières, donc uniquement à Fort-de-France. La femme qui parle travaille au Lamentin où auparavant il y avait des initiatives de la population locale, mais ce n'est plus le cas.

Intervention de Marie-Line, l'agence de voyage « Voyager Vrai » :

Elle a parlé de quelques problèmes qu'elle a relevé dans le secteur du tourisme en Martinique :

- Le tourisme représente moins de 10% du PIB de la Martinique.
- Il est impossible d'entreprendre des activités seul.
- Si nous n'avons pas les touristes, c'est parce qu'il n'y a aucune offre.
- Nous avons un grand manque de guides locaux, en particulier les guides locaux qui parle anglais ou d'autres langues.
- Les agences de voyages diffusent de fausses communications sur les Antilles (exemple : ouragans en juin), alors que les 80% de personnes qui vendent des voyages en Martinique n'ont jamais été en Martinique, elles répètent simplement ce qu'elles ont lu quelque part.
- Nous avons besoin d'un changement dans la façon dont nous communiquons la communication
- Énorme besoin de formation en anglais
- Une nécessité de se concentrer sur les courts-circuits
- Pas assez d'hôtes de qualité
- La vie nocturne n'est pas suffisamment développée

Emilie, D'Antilles et D'Ailleurs demande quel type de profil sont vos clients ?

1- Il y a beaucoup de retraités, qui ont déjà beaucoup voyagé dans les complexes hôteliers, les 'resorts' etc, et maintenant on envie de vivre la vraie Martinique. Ils ne veulent pas se laisser bernier, veulent savoir que quelqu'un est là pour les rassurer, veulent partager des "moments", en restent en moyenne 2 semaines et en passent par 4 logements pendant leur voyage. Ils veulent tout voir, mais en même temps, ils veulent le confort.

2- Il y a ceux qui n'ont jamais voyagé mais qui sont retraités et qui viennent en Martinique pour enfin faire un beau voyage.





3- Il y a des familles avec enfants, elles cherchent la sécurité au niveau politique, sanitaire etc.

4- Couples sportifs qui veulent faire la randonnée, avoir un séjour sportif.

Dans le même temps, celui qui offre un service (activité ou hébergement, etc.) doivent s'assurer qu'ils offrent un bon service, pour donner une bonne impression et permettre aux gens de retourner en Martinique.

Intervention de Jacques Bajal, responsable de la division Yachting, croisière et sports nautiques de la CTM :

Son rôle est de coordonner les actions de promotion et d'animation de ce secteur.

L'Europe est le deuxième plus grand marché au monde après les États-Unis pour les croisières.

Selon une étude, chaque passager de croisière apporterait 69\$ sur le territoire (taxe portuaire incluse)

Sa définition de TR est : « tourisme équilibré, qui prend en compte les besoins et les intérêts de tous, de toutes les parties, touristes et commerçants, et respecte l'environnement. »

En tant que responsable, il constate qu'il y a des choses qui le dérangent dans le secteur des croisières, comme vouloir gagner de l'argent et ne pas penser aux autres éléments du tourisme. Il y a un nouveau phénomène, la création d'une plate-forme où c'est possible de connecter directement les entrepreneurs et les passagers de croisière.

Ce qui rend une destination réussie, c'est la capacité de cette destination à avoir de la bonne volonté, à travailler ensemble. Un exemple clé du succès est la capacité de garder une promesse, très simple mais pas toujours facile à pratiquer.

Il existe deux types de passagers de croisière :

- Ceux qui achètent avec l'aide des agences de tourisme, etc.
- Ceux qui achètent sur internet de manière indépendante via des entreprises comme Beyond the beach, etc., donc excursions etc.

Les échanges avec le public, des opinions et des idées :

- > Besoin d'une plate-forme (en ligne ou hors ligne) pour offrir des services aux passagers de croisière sans passer par des entreprises, pour vendre des produits directement aux passagers.

- > Les passagers de croisière sont désormais accueillis par de petits stands qui vendent des souvenirs (souvent fabriqués en Chine) : il faut changer ce qui est offert à leur arrivée ! Par exemple avec des produits fabriqués en Martinique. Les Artisans vendent des produits qui ne sont pas adaptés à ce que les clients veulent en termes de produit mais aussi en termes de prix !

- > Il y a un besoin de facilitateurs linguistiques pour les ventes. Il y a un problème avec la formation et la langue. Il y a des jeunes d'ici qui étudient l'anglais, de sorte que le commerçant pourrait





embaucher les jeunes pendant la saison de croisière pour faciliter les ventes, par exemple.

- > Il y a un problème des besoins de marketing pour des produits en termes de promotion des ventes.

- > Est-il possible d'offrir des activités/animations locales martiniquaises directement sur les croisières à leur arrivée et pas seulement sur terre ? Le budget est limité pour faire plus pour le moment, il y a aussi une politique de croisière qui ne veut pas amener des artistes/animateurs à bord du bateau car il y a déjà du personnel sur le bateau payé pour l'animation. Il y a aussi le problème de l'organisation et de la logistique.

- > Utiliser l'Internet, les médias, les réseaux, les technologies, pour communiquer avec les clients potentiels.

Annexe 5 : Résumé Du Deuxième Groupe De Discussion De La Martinique

Groupe de discussion (les notes en fr)

10/08/2019

Première intervention : Petit Cocotier

4 ans d'activité de gestion familiale de 2 familles ; 1 de Morne Rouge, 1 de Vauclin.

Petit Cocotier est une entreprise qui offre des paniers de fruits, légumes, épices, agriculture locale, et permaculture. Ils ont des sites web où les clients peuvent commander les paniers que seront livrés.

Message : « travailler en équipe avec la même vision, le même amour pour la Martinique, notre terre. »

Objectif : Créer un lien entre producteur et consommateur. Montrer que sur le terrain il y a des gens qui font du bon travail, responsable, durable, éco. Unir l'alimentation et l'Agriculture.

Dans l'agriculture, il y a un mélange entre les différentes cultures qui ont donné vie à ces terres : européenne, africaine, indienne, amérindienne, etc.

Aujourd'hui, à l'échelle locale et internationale, chacun a besoin d'un tourisme responsable, d'authenticité du local, de reconnexion avec notre environnement.

Deuxième intervention : Jean-Paul propose des massages en pleine nature. Il décide de transformer son activité en activité touristique, par exemple à Cœur Bouliki.

Le public est invité à donner une définition du tourisme responsable (TR):

- Respectueux des êtres humains et de l'environnement.
- Mettre en évidence ce qui est différent, pittoresque, la biodiversité, les habitudes et les coutumes.
- Doit impliquer le plaisir, la découverte, et impliquer tous les acteurs, même les plus petits.
- Qui sollicite tous les acteurs.

Avant, le tourisme était massif, cela signifie faire beaucoup sans qualité avec l'inclusion de très peu





d'acteurs. Maintenant, grâce à la technologie numérique, nous pouvons créer un autre système, une collaboration entre différents acteurs, profitez du petit pêcheur, agriculteur, etc. - un écosystème constructif où tout le monde peut avoir des avantages. Pour ce faire, il est nécessaire d'associer avec d'autres personnes "petits comme nous".

Nous ne voulons pas un tourisme de grande échelle, comme avant, en Martinique, ici nous avons une richesse d'authenticité, de culture, de musique et nous voulons de la qualité et non de la quantité !

Un journaliste parle de la création de contenus, de programmes, de visibilité, de construire cet écosystème. La solution est de créer un modèle moins obsolète (plus de programmes culturels, plus d'utilisation et de costumes à montrer !).

Géraldine de Culture Egalité :

Nous n'avons pas le besoin de rivaliser avec les autres îles, mais d'être alliés avec eux ! Être ensemble, unis dans un tourisme de qualité qui favorise le développement des communautés. Nous avons besoin de travailler ensemble. Pour lutter contre les géants, nous devons trouver des partenariats avec d'autres gens qui font la même chose que nous, aussi dans d'autres îles des Caraïbes.

Emilie Albert, D'Antilles et D'Ailleurs a demandé. Quelles ressources existent sur le territoire pour soutenir la création de nouvelles entreprises ? Avez-vous des idées ?

Une solution proposée : besoin de points relais ou de quelqu'un pour promouvoir un autre aspect du tourisme. Par exemple, sur le site AirB&B ou dans l'hébergement à l'offre.

Une femme répond avec son témoignage de son succès en partie grâce à la mobilisation de toute sa famille. (AirB&B) Promeut un tourisme différent de celui offert par les grands voyagistes.

Lavinia, D'Antilles et D'Ailleurs: Quelles sont les difficultés ??

Une réponse : réponse du jardin de Trenelle Citron, présentation du jardin et de ses activités. Ils reçoivent toujours des groupes de jeunes d'écoles secondaires... la difficulté est d'être submergé par tant des choses à faire et ne pas avoir le temps et l'organisation pour aller recruter du tourisme. Ils ont besoin de quelqu'un qui identifie les besoins et les désirs des touristes et les oriente vers des visites et des activités en fonction de leurs intérêts. Il faudrait donc avoir une entité qui identifie les besoins des touristes et les redirige vers des prestataires de services (- >intermédiaire, relais).

Autre réponse : le Département de l'Éducation Nationale a mis en place un programme (Hôtellerie, Marketing, restauration), mais reçoit très peu de retours de la part des professionnels et les étudiants ont beaucoup de mal à trouver des stages. Les étudiants qui ont de la difficulté à se projeter dans une carrière professionnelle dans ce secteur.

Une autre réponse : il est nécessaire de penser qu'il y a beaucoup d'artisanat sur l'île etc. mais comment les connaître ? Quelqu'un qui est dans son entreprise, est engagé tout au long de la journée dans son travail et il n'a pas le temps de mettre en valeur ses produits/activités. Il y a un





besoin pour quelqu'un qui peut communiquer le fruit de ses passions, pour permettre aux gens de connaître l'activité, d'être intéressés, et ainsi créer un canal touristique dans ce sens (Intermédiaire, relais).

Lavinia, D'Antilles and D'Ailleurs Lavinia présente le sujet : Le marketing et le pouvoir de la narration : comment montrer la Martinique aux médias ?

Nous avons demandé à **Creative Sun Film** de nous parler : présentation de leur entreprise : ils s'attachent à raconter des histoires vraies de passion, d'affaires, de vie réelle. Ils font des films qui visent à raconter des histoires (faire un produit, connaître la personne qui travaille pour lui, montrer la production et la qualité, etc.). Production-distribution-marketing, travailler ensemble pour le tourisme et le développement économique différent.

Mots clés de la conférence : construction, échange, partage, coopération, soutien.

Intervention par **Géraldine de Culture Égalité**:

Nous devons sortir du système capitaliste : Je gagne mon argent en écrasant les autres. Il est nécessaire de coopérer, de partager avec d'autres entrepreneurs. Éliminez l'idée que si je partage une idée, quelqu'un me l'enlèvera. Non ! Vous devez partager, travailler ensemble, vous entraider, échanger des informations, vous soutenir mutuellement sans vous écraser. La plateforme proposée par le projet Go Responsible peut être utilisée à cet effet ! Et en même temps donner à la Martinique une dimension internationale.

Nous devons nous débarrasser de l'idée de la concurrence, nous sommes tous dans le même bateau, alors arrêtons de nous battre et commençons à travailler ensemble !

Emilie, D'Antilles et D'Ailleurs: En regardant les données/chiffres, il y a beaucoup de touristes en Martinique, le problème est que nous ne pouvons pas utiliser ce chiffre. La plupart d'entre eux sont des touristes qui viennent de croisières et ne restent que 2/3 jours maximum sans utiliser nos services, etc. Alors, Comment faire pour qu'ils restent ?

Géraldine, Culture Égalité répond à la question : Leur donner la curiosité du lieu, les mettre en contact avec la population locale, les produits locaux, les histoires locales et pas seulement la même histoire et le même circuit touristique de tous les temps.

Proposer différentes choses à faire, et nous devons les organiser nous-mêmes parce que les autorités sont de la part du tourisme de masse. Nous ne devons pas attendre les institutions avec leurs obstacles bureaucratiques etc. Nous devons partir, nous, les citoyens !

Témoignage de l'île Dominique : Il y a beaucoup d'écotourisme, beaucoup de propositions, de petites entreprises qui proposent leurs produits ou activités, des gens qui offrent des services spéciaux et différents. Il est bon de créer un lien/réseau entre les différents secteurs du tourisme : audiovisuel, agriculture, transport, etc. et entre les différentes îles de la Caraïbes.

La Fin: Nous connaissons les difficultés, la réalité que les Géants veulent toujours manger et gagner, mais nous connaissons aussi les solutions : travailler ensemble, trouver un soutien entre nous ou





chacun capable de son art, les experts peut aider les autres, mais il est toujours difficile de mettre ces solutions en pratique.





Référence

1. D'Antilles et D'Ailleurs (2019). August 2019 Focus Group One Summary. Found in Appendix 4.
2. D'Antilles et D'Ailleurs 2 (2019). October 2019 Focus Group Two Summary. Found in Appendix 5.
3. Knoema (2020). "Bulgaria – Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP. *Knoema World Data Atlas*. Found at: <https://knoema.com/atlas/Bulgaria/topics/Tourism/Travel-and-Tourism-Total-Contribution-to-GDP/Contribution-of-travel-and-tourism-to-GDP-percent-of-GDP>
4. GTP (2018). "WTTC: Greek Tourism Key Economic Driver in 2017, Set for Growth in 2018). *Greek Travel Pages*. Found at: <https://news.gtp.gr/2018/04/12/wttc-greek-tourism-key-economic-driver-2017-set-for-growth-2018/>
5. Montanez, Ana Maria Rios (2019). "Caribbean: total contribution of travel & tourism to GDP 2017, by country." *Statista.com*. Found at: <https://www.statista.com/statistics/814155/caribbean-total-contribution-travel-tourism-gdp-country/>
6. Solidarity Tracks (2019). Focus Group One Summary. Found in Appendix 2.
7. Solidarity Tracks (2020). Focus Group Two Summary. Found in Appendix 3.
8. Sustainable Tourism (2020). "Definition: Responsible Tourism." *Sustainable Tourism*. Found at: <https://sustainabletourism.net/sustainable-tourism/definitions/>
9. Walton, Melissa Mooney, et al (2018). A Century of Unsustainable Tourism in the Caribbean: Lessons Learned and Opportunities for Cuba, 56-59. Retrieved from <https://oceandocor.org/report-century-unsustainable-tourism-caribbean-lessons-opportunities-cuba/>





2020

Cofinancé par le
programme Erasmus+
de l'Union européenne



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.