

A silhouette of a person standing on a rocky outcrop with their arms outstretched, set against a bright sunset sky. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The background shows a hazy landscape with mountains or hills.

ouvrir la voie à un avenir
positif en établissant
aujourd'hui une connexion
entre l'homme et la nature

UNESCO MAB - Redynamiser le tourisme responsable

Un guide pour notre réseau mondial - 2020

A New Narrative for Responsible Tourism

A Guide for the UNESCO World Network

Ce guide a été créé par le Réseau mondial des réserves de biosphère de l'UNESCO pour aider à raconter une nouvelle histoire qui répond au contexte actuel dans lequel nous vivons tous.

Nous sommes dans une période de transformation, qui comporte à la fois des défis et des opportunités. Le secteur du tourisme est plus que jamais confronté à des défis, mais même au milieu d'une crise importante pour cette industrie, des opportunités existent.

Cette opportunité réunit l'économie, l'environnement et la société. Pendant et après la pandémie COVID-19, le tourisme responsable représentera une voie de réhabilitation, tant pour le secteur que pour les communautés dans lesquelles il opère.

Les gens sont plus que jamais prêts à réimaginer leur façon de voyager et à contribuer à la restauration et à la conservation des écosystèmes et des cultures qu'ils visitent. Et le réseau de réserves de biosphère du MAB est l'endroit idéal pour y parvenir.

Meriem Bouamrane
Secrétariat du MAB de l'UNESCO

Utilisation de ce guide

Cette ressource décrit une approche pour le réseau MAB de l'UNESCO afin d'engager et d'inspirer les opérateurs touristiques responsables.

L'approche est conçue pour aider les opérateurs de tourisme responsable à utiliser les qualités uniques des réserves de biosphère comme source d'inspiration pour attirer les visiteurs vers le tourisme responsable à un moment extrêmement difficile pour le secteur, et ce faisant, soutenir le Réseau MAB pour réaliser ses priorités.

- Lisez les tendances et les exemples
- Réfléchissez à la manière dont ces éléments peuvent constituer la base de votre communication avec les opérateurs touristiques de votre réseau
- Adaptez vos propres messages en fonction de ce que votre propre réserve de biosphère a à offrir
- Consultez la stratégie de communication globale du MAB de l'UNESCO pour savoir comment atteindre vos publics de manière plus efficace

Stratégie de communication globale du MAB de l'UNESCO

"Une communication moderne, ouverte et transparente"

La façon dont le MAB de l'UNESCO communique évolue afin d'impliquer plus efficacement les gens sur ce qu'est une réserve de biosphère, comment le réseau fonctionne, pourquoi il est important pour les autres et comment les gens peuvent s'impliquer.

Ce "grand changement" a été décrit dans la boîte à outils "Brand & Story" du MAB et est devenu l'inspiration pour créer des plans de communication plus dynamiques et plus efficaces.

La stratégie de communication globale du MAB de l'UNESCO a été créée pour répondre à chacun de ces changements.

Notre nouveau récit renforce notre rôle qui consiste à inspirer les gens en leur donnant la possibilité de changer grâce à des histoires de changement en action.

Ce guide vous invite à intégrer cette approche dans la manière dont vous cherchez à engager les opérateurs locaux de tourisme responsable.

Changer la façon dont nous présentons les choses:

Diffusion



Dialoguer

Moins d'affirmations, plus de dialogue

Expliquer



Inspirer

Moins de mots et de arguments, plus d'inspirations et d'images

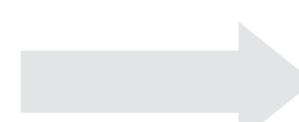
Lieu



Populations

Moins de géographie, plus d'humain

Faits



Anecdotes

Moins de partage de données, plus d'anecdotes

Règlement



Possibilité

Moins d'informations sur que les gens ne peuvent pas faire, plus sur ce qu'ils peuvent faire

La durabilité ne doit plus être une niche du tourisme mais doit être la nouvelle norme pour chaque partie de notre secteur.

UNWTO
One Planet Vision for the Responsible Recovery
of the Tourism Sector

Le changement

Relancer le tourisme responsable

La crise COVID-19 a touché le monde entier, entraînant un défi important pour les personnes et les industries du monde entier. Peu de secteurs sont plus touchés que celui du tourisme et de l'hôtellerie, où les fermetures et les interdictions de voyager ont eu un impact dévastateur sur de nombreux opérateurs et fournisseurs.

Avec 1 personne sur 10 employée dans le tourisme au niveau mondial, l'effet sur les économies locales est significatif. Et lorsqu'il est pratiqué de manière responsable, nous savons que le tourisme peut jouer un rôle important en mettant les gens en contact avec la nature et en leur faisant découvrir d'autres cultures. Il a le potentiel de soutenir la conservation et la restauration des écosystèmes et des connaissances locales et indigènes.

Comme pour toutes les transformations importantes, il y a toujours des possibilités. Dans le cas présent, nous voyons l'opportunité pour le réseau MAB des réserves de biosphère de jouer un rôle dans la relance du tourisme responsable dans le sillage de la pandémie mondiale. Nous sommes en mesure d'aider les opérateurs à pratiquer un commerce plus responsable et à utiliser les expériences naturelles et culturelles étonnantes qui existent dans les réserves de biosphère du monde entier pour répondre à la demande croissante d'expériences de voyage plus locales, plus significatives et même plus virtuelles.

1 emploi sur 10 dans le monde est dans le tourisme - UNWTO

En aidant à relancer le tourisme responsable à travers notre réseau, nous avons la possibilité d'avoir un impact économique positif significatif alors que nous cherchons à conserver et à restaurer les écosystèmes et les connaissances locales et indigènes.

Notre nouveau récit

Notre approche pour engager les prestataires de tourisme responsable est ancrée dans le nouveau récit du réseau MAB de l'UNESCO - notre façon de comprendre le rôle que nous jouons en cette période de transformation.

C'est une période de transformation, qui apporte à la fois des défis et des opportunités

En termes de tourisme responsable, le défi est évident : les voyages devraient diminuer de 80 % à l'échelle mondiale d'ici 2020. Cela aura un effet catastrophique sur de nombreuses personnes travaillant dans ce secteur.

Mais pour ceux qui sont capables de survivre, aller de l'avant dans une direction plus responsable leur procurera un grand avantage.

Les réserves de biosphère représentent un phare pour le développement durable au niveau mondial et local

Avant la pandémie, le secteur des voyages et de l'hôtellerie prévoyait déjà une croissance rapide du tourisme plus responsable. Le désir de profiter de voyages plus locaux et plus significatifs devrait augmenter pendant et après cette crise.

Si les réserves de biosphère doivent représenter un phare pour le développement durable au niveau mondial et local, nous devons influencer et soutenir les voyageurs responsables afin qu'ils saisissent cette opportunité.

Nous inspirons le changement avec des histoires réelles d'actions pratiques de transformation

Les personnes interrogées s'accordent à dire que notre plus grand défi pour engager les prestataires de services touristiques est de les aider à utiliser l'histoire des réserves de biosphère pour aider les prestataires de services touristiques à attirer et à engager leurs visiteurs.

Nous avons des histoires réelles de transformation pratique qui peuvent soutenir les voyageurs responsables de la manière la plus efficace possible.

3 tendances en matière de tourisme

Au lendemain de la pandémie mondiale, et des manifestations pour le climat menées par Greta Thurberg qui l'ont précédée, nous constatons trois tendances importantes que le réseau MAB peut soutenir pour aider à relancer le tourisme responsable.



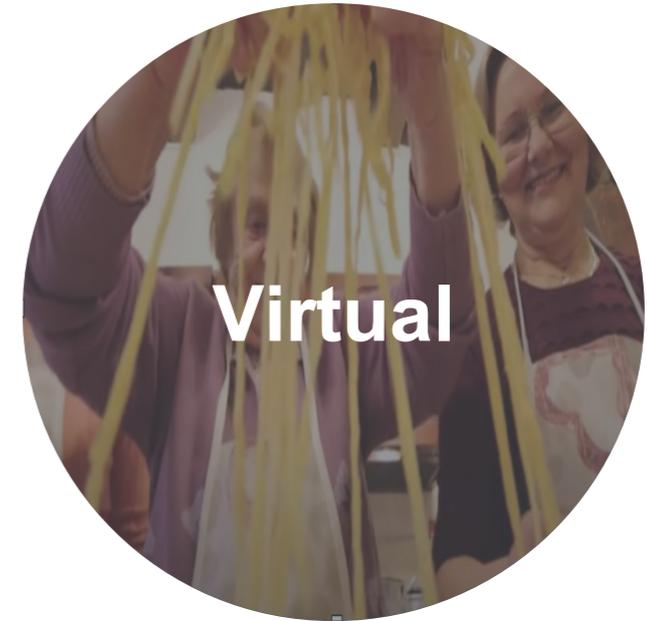
Les gens ne pouvant pas voyager à l'étranger et sur de longues distances, les fournisseurs et les opérateurs touristiques se concentrent sur les marchés locaux à mesure qu'ils rouvrent, cherchant à attirer les visiteurs des communautés locales.

Cela fonctionne bien dans certaines régions du monde, mais peut être plus difficile pour d'autres régions qui dépendent davantage d'un marché touristique international.



Il y a une évolution vers un voyage significatif où les touristes recherchent une expérience de voyage élevée qui apporte de la richesse à leur vie, au-delà de la simple détente sur une plage.

Ces touristes veulent s'impliquer dans la nature et la culture locales. Ils représentent une génération de voyageurs plus conscients qui comprennent et veulent gérer l'impact de leur voyage sur la région qu'ils visitent.



En l'absence de possibilité de visiter physiquement les lieux d'intérêt et de beauté, nous constatons un changement de cap vers l'utilisation de la technologie pour amener cette expérience chez les gens.

En plus d'être des moyens de stimuler le tourisme en général, chacune de ces transformations a également le potentiel d'avoir un impact plus positif du point de vue de la durabilité.

Local

En quoi consiste cette tendance ?

Les vacances locales gagnent en popularité, en particulier dans les circonstances actuelles de pandémie. L'année 2020 a été surnommée l'année du "séjourcation", où les touristes optent pour des expériences locales, plutôt que de voyager plus loin.

Pourquoi le réseau MAB est bien placé pour aider

Notre stratégie de communication globale se concentre sur les communautés locales, qui constituent l'un de nos principaux publics cibles. Ce groupe peut sensibiliser et susciter des actions en faisant l'expérience de la richesse de leur territoire local. Sensibiliser les populations locales à l'existence des réserves de biosphère, à leur rôle et à la richesse de la nature et de la culture qu'elles offrent est une démarche gagnante pour le réseau MAB et les opérateurs touristiques locaux.

Les meilleurs conseils pour s'engager sur cette voie

1. Permettre aux opérateurs touristiques locaux de comprendre plus facilement ce que les attractions et les expériences de la réserve de biosphère ont à offrir aux communautés locales.
2. Aider les opérateurs à créer une célébration de ce qu'il est bon d'apprécier dans leur jardin, ainsi que des moyens clairs pour en profiter en toute sécurité.
3. Utiliser une communication qui s'adresse aux résidents en utilisant la langue et les références locales.
4. S'associer aux prestataires locaux pour encourager les offres de "séjour" locales pour les communautés et les résidents.





This is Our #VancouverComeBack

As we reopen our city to locals and visitors, we know we must act cautiously and responsibly to not undo the great work that all British Columbians have done so far. That is why we, along with our industry partners, are listening carefully to the Ministry of Health and WorksafeBC to ensure every possible safety protocol is in place. We will continue to monitor our progress closely and adapt as the situation evolves.

More [COVID-19 Update & Information](#)

Image: tourismvancouver.com/comeback/

Tourism Vancouver a lancé une campagne visant à ramener les résidents dans la communauté de manière sûre, en mettant l'accent sur les restaurants, les hôtels, les attractions et les entreprises locales.




1. Point Grondine Park
Learn about Anishinaabek culture as you canoe, camp & hike in this large natural park.
visitamazingplaces.ca/pgg
Highway 637, Killarney

2. Five Finger Rapids
At the headwaters of the French River in Dokis First Nation, wilderness camping awaits.
visitamazingplaces.ca/ffr
Dokis Reserve Rd, West Nipissing

3. French River Gorge
Enjoy a spectacular view of the river and learn about Indigenous cultures at the Visitor Centre.
visitamazingplaces.ca/frg
20526 Highway 69

Image: visitamazingplaces.ca

Le projet de cartographie Amazing Places - initié par la réserve de biosphère de Fundy au Canada - cartographie des lieux étonnants à visiter, qui s'adresse aux visiteurs mais aussi aux résidents locaux des réserves de biosphère canadiennes comme la Baie Georgienne, l'Arche de Frontenac. Cette initiative locale permet de sensibiliser les gens aux curiosités et expériences locales étonnantes.

Significatif

En quoi consiste cette tendance ?

La pandémie et les manifestations climatiques qui l'ont précédée ont créé une conscience et un désir croissants (surtout chez les jeunes) de voyager de manière plus éthique, responsable et durable. Ces visiteurs veulent voyager, manger et séjourner de manière plus durable, ainsi que jouer un rôle plus actif en s'engageant dans la nature et les cultures qu'ils visitent.

Pourquoi le réseau MAB est bien placé pour aider

Les réserves de biosphère sont des lieux où le développement durable se produit, que ce soit par la conservation de la biodiversité, la restauration des écosystèmes ou le respect et le partage des connaissances locales et indigènes. Dans l'ensemble de notre réseau, nous disposons d'un grand nombre d'attractions, d'activités et d'expériences qui se prêtent à un tourisme plus responsable et plus significatif.

Les meilleurs conseils pour s'engager sur cette voie

1. Communiquer aux voyageurs les possibilités pour les visiteurs de jouer un rôle plus actif dans la conservation de la nature, en s'engageant auprès des communautés locales ou en découvrant les coutumes locales
2. N'oubliez pas que ce travail s'adresse en priorité aux jeunes générations. Adaptez donc votre langage et vos canaux de communication aux jeunes
3. N'oubliez pas de vendre l'impact positif que les touristes peuvent avoir, et comment, autant que l'expérience de la visite du lieu.



‘Transformational travel’ is intentionally travelling to stretch, learn and grow into new ways of being and engaging with the world.

Kristie Goshaw, CMO, Preferred Hotels & Resorts



Image: Empowerment Tourism www.empowermenttourism.com/

Empowerment Tourism est un tour opérateur spécialisé dans les voyages à impact social et les voyages d'immersion culturelle. Les voyageurs voient les sites touristiques célèbres du pays et savent de première main que leurs fonds et leur temps ont permis de créer de nouveaux emplois et ont inspiré quelqu'un pour une nouvelle entreprise.



Image: ecoturismo.lanzarotebiosfera.org

Revivir Lanzarote est une campagne de tourisme durable qui fait la promotion du paysage et de la culture uniques de la réserve de biosphère de Lanzarote, ainsi que des façons dont les touristes peuvent s'impliquer dans ce lieu.

Virtual

En quoi consiste cette tendance

Le tourisme virtuel consiste à utiliser le pouvoir de la technologie pour mettre les gens du monde entier en contact à distance avec notre nature, notre culture et nos connaissances locales et indigènes. Grâce au tourisme virtuel, nous pouvons accéder à un public mondial et faire vivre l'expérience aux gens, où qu'ils se trouvent dans le monde.

Pourquoi le réseau MAB est bien placé pour aider

Actuellement, les gens ont un énorme appétit pour les activités culturelles et naturelles pendant qu'ils sont enfermés. Chaque réserve a des aspects uniques qui méritent d'être communiqués et partagés. En mettant l'accent sur la manière dont nous équipons les opérateurs touristiques avec ce type de contenu, nous leur permettons d'intervenir et d'adopter les histoires que nous avons à offrir à un moment où ils recherchent un contenu unique qui stimule leur activité.

Les meilleurs conseils pour s'engager sur cette voie

1. Aidez les voyageurs locaux à se connecter à des expériences dans votre réserve de biosphère qui pourraient se traduire en contenu virtuel
2. Aidez les résidents de la réserve de biosphère - des artistes aux chefs cuisiniers, en passant par les agriculteurs - à mettre en relation l'expérience qu'ils ont à offrir avec les opérateurs touristiques locaux.
3. N'oubliez pas que les expériences courtes, simples et mémorables se traduisent le mieux par un contenu virtuel.



Image: <https://www.virtualyosemite.org/>

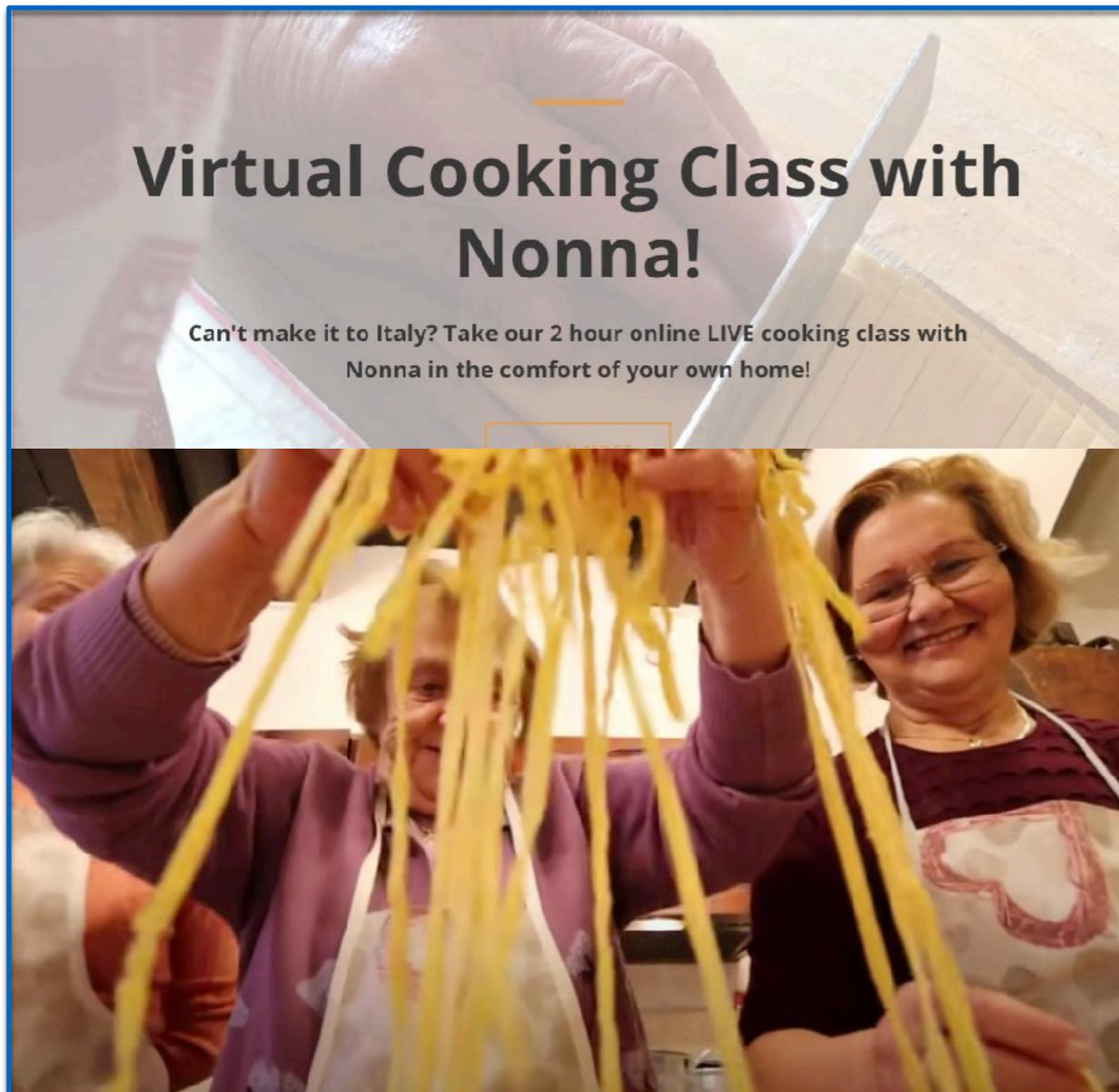


Image: nonnalive.com

Comme le tourisme s'est arrêté dans le village italien de Nonna, elle a choisi de mettre son expérience en ligne, en partageant ses cours de cuisine avec un public mondial. Aujourd'hui, cette expérience virtuelle est la mieux cotée sur Airbnb.

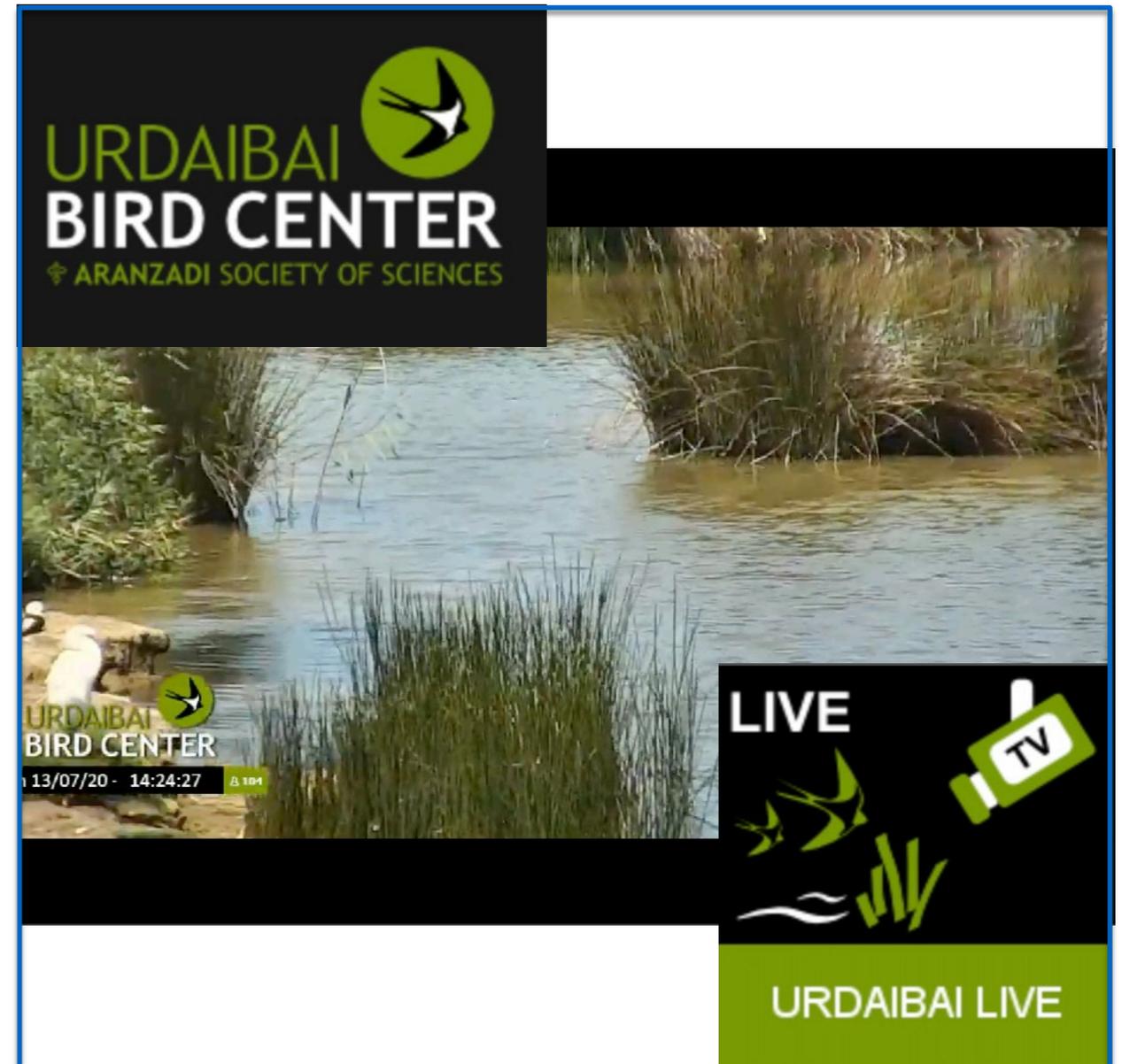


Image: birdcenter.org

Le centre des oiseaux de la réserve de biosphère d'Urdaibai a des images en direct des zones humides et de la faune aviaire. De nombreuses réserves de biosphère ont créé d'étonnantes visites exploratoires virtuelles à 360 degrés de leurs sites.

Relancer le tourisme responsable

FAQs

En quoi le message des réserves de biosphère aux opérateurs touristiques responsables est-il différent de celui des autres agences de l'UNESCO et des Nations unies ?

Les réserves de biosphère de l'UNESCO sont des exemples de lieux où le mode de vie durable fait une différence et où une transformation positive est déjà en cours. Nous sommes déjà la preuve vivante du développement durable en action - notre récit et les domaines d'intervention Restaurer, Conserver et Amplifier le renforcent. Nous différencions notre rôle en démontrant qu'il est déjà possible de vivre en harmonie avec la nature.

Comment relancer un tourisme responsable, par opposition à un tourisme non durable ?

Ce guide se concentre principalement sur les moyens d'engager les opérateurs de tourisme responsable autour de l'opportunité qui existe dans les réserves de biosphère pour qu'ils attirent des visiteurs afin de soutenir leurs entreprises. Les tendances à un tourisme plus local, plus significatif et plus virtuel offrent un réel potentiel pour une approche plus responsable du voyage. Toutefois, si vous cherchez des conseils pratiques ou des informations sur les éléments qui rendent le tourisme responsable, nous vous invitons à consulter les politiques et les pratiques que votre réseau régional du MAB a pu mettre en place.

Où pouvons-nous trouver plus d'informations sur la manière d'engager et d'inspirer les gens avec le message de la réserve de biosphère ?

Nous vous recommandons vivement d'utiliser ce guide parallèlement à la stratégie de communication globale du MAB de l'UNESCO, qui fournit beaucoup plus de conseils sur la manière de communiquer l'histoire de la réserve de biosphère aux publics que nous devons toucher le plus. La stratégie fournit des conseils pratiques pour une communication efficace et des exemples de meilleures pratiques du réseau mondial.

Communiquer un message positif sur la relance d'une industrie à un moment où elle est en crise ne vous semblera-t-il pas insensé ?

Il est important de reconnaître que de nombreux opérateurs de l'industrie mondiale du tourisme voient une menace pour l'existence de leurs entreprises. Cela inclut également les opérateurs touristiques responsables. Il est également important de reconnaître que la situation peut être très différente dans les différents secteurs de l'industrie et dans les différentes parties du monde. Cependant, les valeurs du MAB nous encouragent à "modéliser des solutions" afin d'inspirer les gens vers un avenir positif. Notre rôle ici est de reconnaître le défi et d'offrir ce que nous considérons comme des solutions potentielles qui ont le potentiel de relever le défi économique tout en ayant un impact positif sur les écosystèmes, la biodiversité et les connaissances locales et indigènes.

UNESCO MAB - Communiquer sur la réserve de biosphère
Créé par le réseau mondial MAB de l'UNESCO
2020

