



# STAR Cities – Sustainable Tourism for the Attractivity of Riverside Cities

Guide des bonnes  
pratiques

**STAR Cities**  
Interreg Europe



European Union  
European Regional  
Development Fund

## **Editeur**

STAR Cities - Projet Interreg Europe mené par

Val-de-Marne Tourisme & Loisirs

[www.interregeurope.eu/starcities](http://www.interregeurope.eu/starcities)

[cchowah@tourisme-valdemarne.com](mailto:cchowah@tourisme-valdemarne.com)

Conception graphique : Vytis Gruzdys

Copyright © STAR Cities, tous droits réservés.

## **Crédits photos**

Front page: ©Geheimtipp ©A. Madzeliauskas // Page 7: ©CDT94-A. Laurin ©CDT94-D.Thierry ©CDT94-A. Laurin // Page 9: ©Alexis Bertrand // Page 11: ©Geheimtipp ©Bjoern Wengler ©photocompany GmbH // Page 13: © A.Aleksandravičius ©E. Kniežauskas // Page 15: ©D.Wedam ©M.Staples // Page 17: ©Vtlava, a river full of experiences // Page 19: ©Alexis Bertrand // Page 27: ©Sven Bardua ©Tanja Blätter ©Hafenmuseum Hamburg // Page 29: ©Alexis Bertrand ©Tanja Blätter // Page 31: © E. Virketis // Page 35: ©Water Museum Venice // Page 37 : ©CDT94 [www.photoinfographie.com](http://www.photoinfographie.com) ©CDT94 Patricia Couedelo :: Page 39: © Alstersegler CC BY-SA 4.0 Wikimedia Commons ©CD94 Sébastien Chambert // Page 41: ©CD94 Sébastien Chambert // Page 43: ©Flusslandschaft Elbe Tourismus Gesellschaft mbH ©Kurs Elbe ENNI // Page 45: ©Agenda Tevere – Tiberis Beach – Piazza Tevere // Page 47: ©CDT94 Patricia Couedelo // Page 49 : ©Karel Dolenc // Page 51 : ©Darinka Wedam // Page 53 : ©Au fil de l'eau ©CDT94 [www.photoinfographie.com](http://www.photoinfographie.com) ©CDT94 Clémence Bourrigault // Page 55 : ©Darinka Mladenovic // Page 57 : Thomas Guillot ©Nadine Jestin

# Table des matières

**Le guide des bonnes pratiques STAR Cities est le résultat de trois années de coopération sur le développement du tourisme fluvial. Ce document présente les principaux résultats du programme d'échanges d'expériences du projet et une sélection de bonnes pratiques proposées par tous les partenaires du projet.**

<b>Le projet STAR Cities: approche, partenaires et programme d'échanges d'expériences</b>	<b>4</b>
<b>Les bonnes pratiques STAR Cities, présentation thématique :</b>	<b>20</b>
Engagement et participation des habitants	<b>24</b>
Développement de produits et stratégies marketing	<b>32</b>
Gouvernance et coopération des acteurs	<b>40</b>
Environnement et développement durable	<b>48</b>
<b>Conclusion</b>	<b>56</b>

# Le projet STAR Cities

Échange de bonnes pratiques pour le développement du tourisme fluvial au sein de cinq villes européennes.

De nombreuses capitales européennes se sont développées **en relation étroite avec les fleuves et rivières** qui les traversent. Ces cours d'eau ont joué un rôle important dans leur histoire et sont aujourd'hui des **espaces de respiration au cœur de villes ou en périphérie**. Zones naturelles aux paysages préservés, elles abritent également **un riche patrimoine culturel**. Aujourd'hui, **ces espaces offrent aux métropoles européennes l'opportunité de diversifier leur offre touristique** et d'expérimenter de nouvelles solutions pour un développement durable du tourisme.

**Le projet STAR Cities associe 7 partenaires représentant 5 territoires européens :**

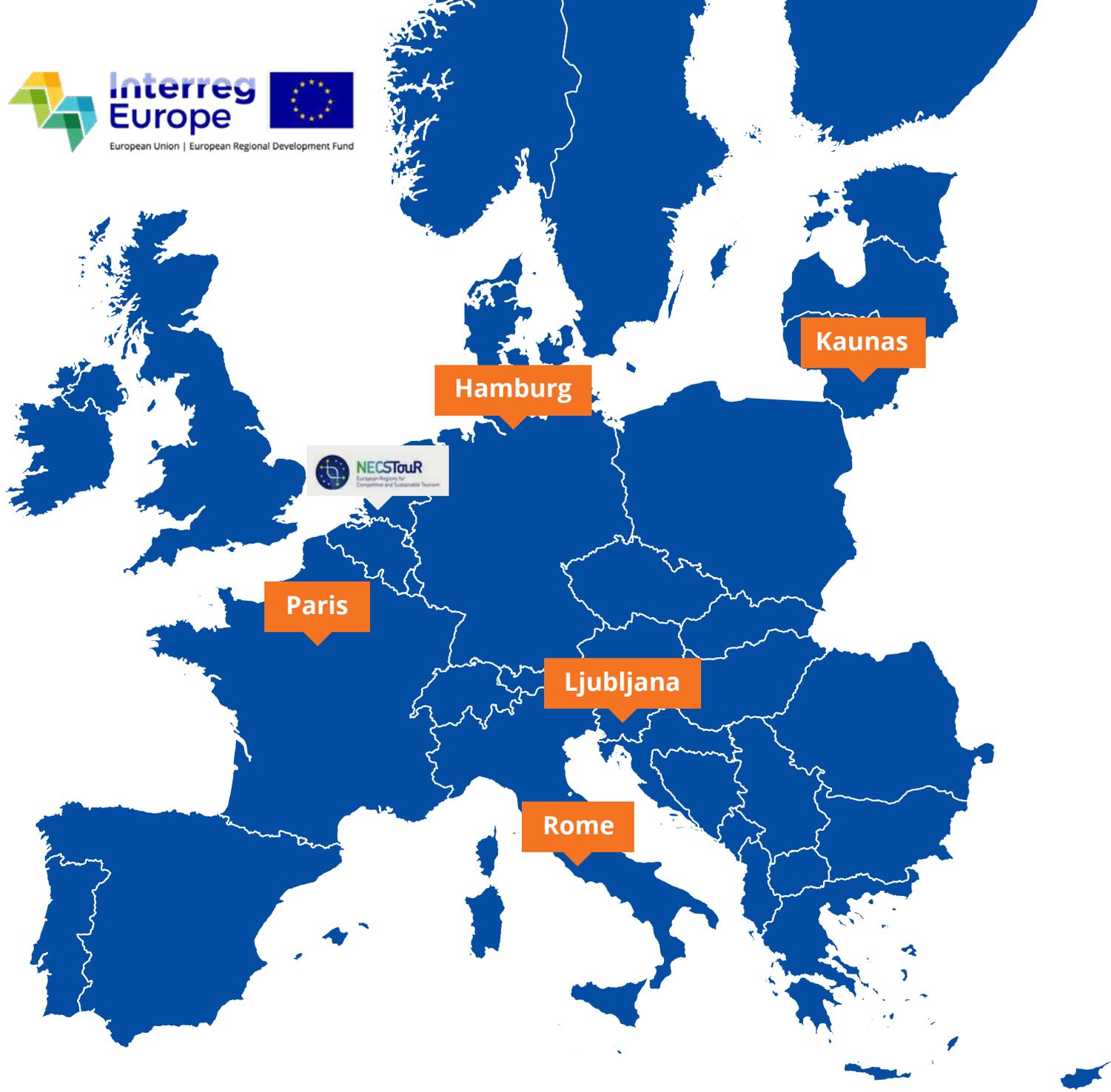
- Val-de-Marne Tourisme & Loisirs (France)
- Région du Latium (Italie)
- Municipio IX EUR de Rome (Italie)
- Région métropolitaine de Hambourg (Allemagne)
- Kaunas 2022, capitale européenne de la culture (Lituanie)
- Agence de développement de la région urbaine de Ljubljana (Slovénie)
- NECSTouR, le réseau des régions européennes pour un tourisme durable et compétitif (Belgique)

Le programme Interreg Europe finance des projets de coopération basés sur un processus d'échange afin **d'améliorer la performance des politiques de développement régionales**. Il permet aux acteurs publics à travers l'Europe d'échanger leurs expériences et bonnes pratiques et, ainsi, **trouver des solutions plus efficaces et innovantes** pour leurs citoyens.

Le projet STAR Cities doit donc permettre aux partenaires engagés **d'améliorer leur stratégie en matière de valorisation du patrimoine culturel et naturel, mais aussi de développement touristique**. Il a également pour but de sensibiliser les institutions régionales et européennes sur le potentiel que représente le tourisme fluvial pour l'émergence d'une **nouvelle offre durable dans les métropoles européennes**.

## A retenir :

- **7 partenaires**
- **1 178 000€ de budget, dont 995 000€ du FEDER**
- **Un projet sur 5 ans, du 1er juin 2018 au 31 mai 2023**
- **2018-2021: Programme d'échange d'expériences**
- **2021-2023: Mise en œuvre des plans d'actions**



**Kaunas**

**Hamburg**



**Paris**

**Ljubljana**

**Rome**

# Val-de-Marne Tourisme & Loisirs - Chef de file



Structurer et développer l'offre touristique le long de la Marne sur un périmètre de 50 kilomètres en région parisienne.

Val-de-Marne Tourisme & Loisirs est le Comité départemental du tourisme créé par le Conseil Départemental du Val-de-Marne, dans le Grand Paris. Au même titre que d'autres organisations de gestion touristique (DMO), Val-de-Marne Tourisme & Loisirs est chargé de la **définition et de la mise en œuvre de la politique de développement touristique départementale** ainsi que de **l'élaboration, la promotion et la commercialisation des produits touristiques du territoire**. Depuis 2002, plusieurs projets de valorisation de la Marne ont ainsi été mis en place.

Nous animons notamment un **réseau local d'institutions touristiques et de près de 200 acteurs** impliqués dans le développement d'activités touristiques, culturelles, de loisirs et sportives sur un **périmètre de 50 km le long de la Marne, entre Charenton-le-Pont et Chalifert**. La Marne a été identifiée comme un pôle touristique prioritaire par la Région Ile-de-France en raison de son **riche patrimoine culturel et naturel**, qui a vu se développer de nombreuses activités culturelles, sportives et de loisirs en parallèle de l'essor de l'industrialisation aux 19e et

20e siècles. Afin d'en révéler tout le potentiel, nous mettons en œuvre, sur le long terme, une **stratégie de développement de l'offre touristique basée sur la valorisation des activités et du patrimoine de ses berges**.

Au travers du projet STAR Cities, nous souhaitons apprendre des partenaires européens dans certains domaines comme la **valorisation du patrimoine, la participation des habitants**, ou le développement des **mobilités douces**. De plus, STAR Cities contribuera à renforcer l'engagement des acteurs locaux publics et privés impliqués dans le développement du tourisme le long de la Marne.

## Éléments clés :

- **Périmètre du projet:** 50 km le long de la rivière Marne, près de Paris.
- **Politique publique de référence:** Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2017-2021.



# Le Tibre à travers Rome et la région du Latium

## Région du Latium

Avec 5 720 796 habitants, [la région du Latium](#) est la **deuxième région la plus peuplée d'Italie** après la Lombardie. Le **tourisme joue un rôle important dans l'économie régionale**, notamment le tourisme lié à l'art et aux monuments de la région (Rome en premier lieu), le tourisme religieux (Rome et les sanctuaires du Latium), le tourisme balnéaire estival et le tourisme saisonnier dans les stations de ski des Apennins du Latium.

Le Conseil régional du Latium, dans sa double préoccupation pour la **protection environnementale des zones fluviales**, d'une part, et la **promotion du tourisme**, d'autre part, souhaite développer ses connaissances et sa capacité d'intervention dans le domaine du **tourisme durable**. Le projet STAR Cities représente donc une opportunité importante dans la poursuite de cet objectif.

En particulier, l'ambition de la Région Latium est **d'accroître la compétitivité de son territoire** en améliorant l'attractivité de ses paysages et en renforçant sa capacité à dynamiser l'offre touristique. La région a pour ambition de devenir une **région d'innovation**, de talents ainsi que de développement durable.





## Ville de Rome - Municipalité IX EUR

[Le Municipio IX EUR](#) est l'un des quinze organes administratifs qui structurent la ville de Rome. Il est le **deuxième plus grand « arrondissement » avec une superficie** de 183 km<sup>2</sup> équivalente à celle de la ville de Milan et regroupe environ 183 000 habitants. Le municipio se situe dans la zone suburbaine de Rome Sud et est **traversé par le Tibre sur environ 14 km**.



REGIONE  
LAZIO

ROMA

Municipio Roma IX Eur



### Eléments clés :

- **Périmètre du projet:** Le fleuve Tibre, de la partie sud-ouest de Rome jusqu'à la mer Tyrrhénienne.
- **Politique publique de référence:** Plan régional triennal du tourisme pour la région du Latium et les contrats de rivière.

Il s'agit d'une vaste zone dans laquelle on trouve des quartiers nouveaux, bâtis sur une période allant de la Seconde Guerre mondiale aux années 2000, mais aussi un **patrimoine naturel et culturel important**. Celui-ci inclut notamment deux réserves naturelles régionales et des sites archéologiques. **Le tourisme n'y est pas particulièrement développé**, car le principal centre d'intérêt touristique de Rome est son centre-ville historique. Toutefois, le potentiel de développement touristique du municipio IX est important, notamment **le long du Tibre qui, sur une longue distance, relie la périphérie de la ville à la mer**.

Ces dernières années, le Municipio IX EUR s'est efforcé **d'identifier de nouveaux sites pour le développement du tourisme fluvial** dans la capitale italienne et s'est révélé très dynamique en matière de projets européens. Il s'est récemment porté candidat à un **appel à projets régional pour créer le premier organe de gestion touristique basé sur le Tibre**, en partenariat avec un autre municipio de la zone sud de Rome.



# La région métropolitaine de Hambourg



metropolregion hamburg

Patrimoine culturel et naturel le long de la rivière Elbe, à travers la ville de Hambourg jusqu'à la mer du Nord.

[La région métropolitaine de Hambourg](#) est la **deuxième plus grande région métropolitaine d'Allemagne**. Elle comprend la ville libre et hanséatique de Hambourg - la deuxième plus grande ville d'Allemagne - et une partie des trois États fédéraux environnants. Elle regroupe huit districts dans le Land de Basse-Saxe, six dans le Land de Schleswig-Holstein et deux districts dans le Land de Mecklembourg-Poméranie occidentale, ainsi que la ville-État de Hambourg elle-même. La superficie de la région est de 26 000 kilomètres carrés, elle regroupe plus de 5,4 millions d'habitants.

**L'Elbe traverse la région sur 170 km avant de se jeter dans la mer du Nord.** De Hambourg à l'estuaire s'étend une voie navigable importante qui alimente le **port international de Hambourg**. Les villes portuaires de Hambourg, Brunsbüttel, Stade, Cuxhaven et Glückstadt ont une longue tradition d'économie maritime. En amont de Hambourg, l'Elbe a façonné un **paysage fluvial pratiquement intact et doté de richesses naturelles importantes**.

L'Elbe est relativement bien développé sur le plan touristique. Avec une **bonne infrastructure de ports, de marinas, de ferry, d'embarcadères et d'excursions**

**en bateau**, la région offre de nombreuses possibilités pour se déplacer le long, sur et à travers l'Elbe et ses affluents. Le long des berges court la **véloroute de l'Elbe** et d'autres pistes cyclables relient l'arrière-pays au fleuve. Les petites et grandes villes de la région sont également dotées d'infrastructures touristiques variées : des hébergements, des restaurants, etc.

Malgré cette offre diversifiée, **le paysage touristique le long de l'Elbe reste très fragmenté**. Il existe 11 organisations de gestion touristique (DMO), chacune d'entre elles attribuant une importance différente à ces zones fluviales. Et il n'existe pas de stratégie commune de développement du tourisme fluvial le long de l'Elbe, ni d'approche durable structurante.

Trois projets de coopération font exception: "Kurs Elbe", "Maritime Landscape Lower Elbe" et "l'Elbe Cycle Route", dans lesquels **les DMO se sont associées dans des actions communes de développement et/ou de marketing**.



## Éléments clés :

- **Périmètre du projet:** L'Elbe à travers la région métropolitaine de Hambourg.
- **Politique publique de référence:** Cadre stratégique d'action pour le développement touristique de la région métropolitaine de Hambourg.



# Kaunas 2022, capitale européenne de la culture

Profiter du pouvoir fédérateur des rivières pour mobiliser les communautés locales et faire revivre les berges grâce à de nouvelles animations.

Jusqu'au milieu du XXe siècle, les rivières constituaient un élément important de la vie économique et sociale de **Kaunas, la deuxième ville de Lituanie** : presque tous les sites industriels de la ville étaient situés le long du fleuve Niémen et de la rivière Nérís. Après la construction de la centrale hydroélectrique en amont de la ville en 1956, le lien entre les habitants et la rivière a progressivement disparu.

Ainsi, **le principal objectif de Kaunas aujourd'hui est de revitaliser cet élément important de la ville**. Kaunas s'intéresse au potentiel de la rivière en termes d'attrait naturel et culturel mais **le tourisme fluvial se développe très lentement**, en raison d'un manque d'infrastructures touristiques et d'un manque d'intérêt des professionnels du tourisme. **L'association [Kaunas 2022](#)**, pilote de l'événement **Capitale européenne de la Culture en 2022**, est un opérateur culturel et un médiateur entre collectivités locales. Son champ d'action dans le cadre de STAR Cities passe donc par la mise en œuvre de nouveaux projets culturels.

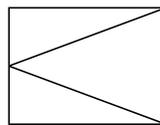
Notamment via un **programme communautaire participatif**, une plateforme qui promeut le sens de la communauté auprès des habitants par le biais de la culture. La mise en place de laboratoires

communautaires à Kaunas permet de **rassembler les habitants, les artistes, les acteurs éducatifs** et tous ceux qui souhaitent contribuer à l'émergence d'initiatives valorisant ces lieux de vie par le biais d'activités artistiques et créatives. **Depuis 2017, ces communautés animent les berges**, développent des projets qui reflètent les identités locales, cherchent à créer un environnement sûr et inventif pour leurs voisins et bien plus encore.

En 2022, le **projet de Capitale européenne de la culture** réunira des centaines de milliers d'habitants et d'acteurs de Kaunas et de sa région autour de **la création de nouveaux espaces publics**, ou de l'organisation d'événements fédérateurs, y compris le long des berges.

## Éléments clés :

- **Périmètre du projet:** Ville et région de Kaunas le long du Niémen et de la Nérís.
- **Politique publique de référence:** Stratégie culturelle de la ville de Kaunas 2017-2027.



Kaunas 2022  
Contemporary  
Capital  
European Capital of Culture



# Agence de développement de la région urbaine de Ljubljana



RRA LUR  
regional development agency  
of ljubljana urban region

Du centre-ville de Ljubljana au parc naturel de Ljubljansko Barje : mieux valoriser le tourisme fluvial et le patrimoine naturel et culturel.

La région urbaine de Ljubljana réunit Ljubljana, la capitale, et 24 municipalités du centre de la Slovénie. Labellisée "European Green Capital" en 2016, Ljubljana bénéficie d'un **environnement naturel exceptionnel** ainsi que d'une faune et d'une flore diversifiées et de paysages variés à deux pas du centre-ville. La proximité d'espaces naturels de qualité et l'imbrication des environnements bâtis et naturels font de Ljubljana et de sa rivière, la Ljubljanica, **une ville dont l'identité est unique en Europe**.

**L'offre fluviale en lien avec la Ljubljanica est assez bien intégrée** dans la stratégie touristique de la capitale. En revanche, elle l'est beaucoup moins au sein du parc naturel de **Ljubljansko Barje** qui est traversé par la Ljubljanica mais qui n'est, aujourd'hui, **pas encore navigable**.

L'Agence de développement de la région urbaine de Ljubljana (RRA LUR) **soutient le développement durable en matière d'infrastructures, de mobilités, de développement économique y compris touristique, d'activités sociales ou culturelles**. Dans le même temps, l'Agence encourage la mise en relation et le développement de partenariats entre les différents acteurs locaux dont les activités participent au développement durable de la région. Dans le domaine du tourisme, le principal partenaire est Ljubljana Tourisme, l'organisation régionale de destination (DMO).

Par le biais de STAR Cities, l'Agence RRA LUR souhaite **sensibiliser au tourisme fluvial et au patrimoine naturel et culturel**, et favoriser le transfert de bonnes pratiques répondant aux enjeux de ses partenaires locaux.



## Éléments clés :

- **Périmètre du projet:** 7 municipalités le long de la rivière Ljubljanica allant de la ville de Ljubljana au parc naturel de Ljubljansko Barje.
- **Dispositif législatif concerné:** Schéma de développement de la région urbaine de Ljubljana 2014-2020.

# NECSTouR - Partenaire consultatif

Identifier et capitaliser sur les bonnes pratiques pour améliorer les politiques touristiques des régions européennes.

[NECSTouR](#) est le **Réseau des régions européennes pour un tourisme durable et compétitif**. C'est un réseau de **38 autorités régionales** et d'encore plus de membres associés (universités, instituts de recherche, entreprises touristiques et associations de tourisme durable). L'association a été créée en 2007 avec la volonté de **partager des expériences** et de **favoriser des partenariats pour construire un tourisme durable et compétitif en Europe**.

Le réseau est l'un des rares liens entre les destinations touristiques et les **institutions européennes** (Parlement, Commission et Comité des régions).

L'objectif de STAR Cities, qui consiste à s'attaquer à la **décentralisation de la fréquentation des villes touristiques**, s'inscrit dans les priorités de NECSTouR, les **cinq "S" du tourisme de demain : Smart, Skills, Statistics, Socio-Cultural, and Safety**. Parce que STAR Cities se concentre sur la valorisation du patrimoine naturel et culturel et sur le développement durable, le projet s'aligne également sur la **Déclaration de Barcelone " Better places to live, better places to**



**NECSTouR**  
European Regions for  
Competitive and Sustainable Tourism

**visit "**, l'un des principaux objectifs stratégiques de NECSTouR.

Dans le cadre du projet STAR Cities, NECSTouR agit en tant que partenaire associé pour **donner une portée plus large au projet en incluant d'autres régions**. Le secrétariat de NECSTouR promeut activement le projet au travers de multiples canaux de communication, des actions de lobbying et l'organisation d'une conférence européenne en 2021.



# Programme d'apprentissage STAR Cities

L'objectif principal du projet est de donner aux partenaires l'occasion d'apprendre les uns des autres et d'échanger des bonnes pratiques en matière de tourisme fluvial.

Le projet a débuté en juin 2018 et les 3 premières années, jusqu'en mai 2021, ont été consacrées au **programme d'échange d'expériences**. La deuxième phase, jusqu'en mai 2023, est consacrée à la **mise en œuvre des plans d'actions régionaux** et à la capitalisation des résultats du projet.

Le programme d'échange d'expériences a été mis en œuvre en plusieurs étapes :

## 1. État des lieux

Au cours de la première année, les partenaires du projet ont présenté un état des lieux de la **gouvernance de leur destination**, du patrimoine naturel et culturel ainsi que des activités et infrastructures touristiques existants le long des rivières. Ils ont également identifié les **forces et les faiblesses** du tourisme fluvial dans leur région, les **bonnes pratiques** qu'ils aimeraient partager et les enjeux de développement qu'ils souhaitaient voir abordés par le projet.

## 2. Programme d'apprentissage thématique

Les partenaires du projet ont adopté un programme thématique avec l'organisation de séminaires d'échanges et de travail basés sur quatre défis principaux :

- Permettre **l'engagement et la participation des habitants** dans le tourisme fluvial
- Développer de nouveaux **produits touristiques et stratégies marketing**
- Améliorer les **systèmes de gouvernance et la coopération** des acteurs régionaux
- Mieux sensibiliser aux questions **d'environnement et de développement durable**

Ces thèmes ont été abordés par l'organisation de **visites de terrain** (avant la pandémie de Covid-19) et de **webinaires sur les bonnes pratiques**. Ces événements ont été préparés avec la participation des acteurs locaux impliqués par chaque partenaire du

projet. Ils ont permis à tous les partenaires d'apprendre des bonnes pratiques présentées et de s'en inspirer pour le développement régional.

Le programme comprenait également des **ateliers thématiques** durant lesquels les participants ont été invités à élargir la discussion et le débat à partir des bonnes pratiques présentées, afin de formuler des conclusions plus générales. **Ces conclusions sont présentées dans les sections ci-dessous sous forme de recommandations.**

### 3. Sélection des bonnes pratiques

Le cœur du programme d'échange d'expériences de STAR Cities est **l'identification, la présentation et le transfert de bonnes pratiques**. Tous les partenaires ont identifié des bonnes pratiques portant sur les quatre thèmes présentés ci-dessus, et une sélection de celles-ci a été présentée lors de visites de terrain et de webinaires.

Après chaque session thématique, les partenaires ont voté pour **les bonnes pratiques les plus inspirantes, intéressantes, innovantes et « transférables »**, qui sont présentées dans cette publication, ainsi que dans la base de données des bonnes pratiques d'Interreg Europe.

La plupart des bonnes pratiques sont liées au tourisme fluvial. Cependant, certaines d'entre elles sont liées aux thématiques abordées et dont le tourisme fluvial pourrait s'inspirer.

Cette sélection est un outil important pour **sensibiliser les décideurs et acteurs locaux aux enjeux de développement du tourisme fluvial métropolitain**. Elle est un moyen de mobilisation et de motivation, et un outil de communication qui survivra au projet.



# Bonnes pratiques STAR Cities

Dans les prochaines sections de ce guide, vous découvrirez certaines des bonnes pratiques choisies par les partenaires de STAR Cities. Voici la liste complète des idées, projets, initiatives inspirantes pour et par les partenaires. Nous espérons qu'ils seront une source d'inspiration à plus grande échelle !

**Pour en savoir plus, consultez le site web du projet STAR Cities :** <https://www.interregeurope.eu/starcities/>

## Permettre l'engagement et la participation des habitants dans le tourisme fluvial

PARTENAIRE(S)	BONNES PRATIQUES	DESCRIPTION
Hambourg	<b>Festival du patrimoine industriel</b>	Événement biannuel sur deux jours pour valoriser le patrimoine industriel, notamment le long de l'Elbe.
Kaunas	<b>Laboratoires Fluxus</b>	Des laboratoires communautaires favorisant l'émergence d'initiatives au sein des habitants des quartiers.
Hambourg	<b>Musée du Port de Hambourg</b>	Présente des expositions et leur donne vie avec l'aide d'un vaste réseau de bénévoles et d'anciens ouvriers du port.
Kaunas	<b>Réhabilitation de l'église de Zapyškis</b>	Reconstruction et adaptation de l'église de Zapyškis, sur les berges du Niémen, à des fins culturelles.
Kaunas	<b>Programme Modernisme pour le futur</b>	Programme de collaboration pour la conservation et la valorisation de l'architecture moderniste à Kaunas.
Région du Latium / Rome	<b>#RomaDecide budget participatif 2019</b>	Les citoyens et l'administration décident ensemble comment investir 20 millions d'euros sur l'ensemble du territoire.
Val-de-Marne	<b>Vitry'N Urbaine - Visites street art</b>	Comment valoriser et promouvoir une offre culturelle, en partant de la passion d'un habitant.
Val-de-Marne	<b>Développement de l'offre de visites d'entreprises</b>	Des visites guidées afin de valoriser les femmes et les hommes qui vivent et travaillent sur le territoire industriel du Val-de-Marne.
Val-de-Marne	<b>Les Passeurs de Culture</b>	L'agence de voyage solidaire Bastina soutient et forme des migrants pour qu'ils deviennent des guides touristiques dans leur propre ville.

## Développer de nouveaux produits touristiques et stratégies marketing

PARTENAIRE(S)	BONNES PRATIQUES	DESCRIPTION
NECSTouR	<b>Musée virtuel de l'eau de Venise</b>	Un musée numérique et en plein air valorisant le patrimoine des petites voies navigables intérieures de la région de Venise.
Val-de-Marne	<b>Plateforme de réservations Explore Paris</b>	Une plateforme de réservation qui fait la promotion de visites guidées insolites et d'activités touristiques originales pour explorer le Grand Paris hors des sentiers battus.
Hambourg	<b>Un bus pour les cyclistes le long de l'Elbe</b>	Ce bus emmène les visiteurs et leurs vélos vers des destinations de balade à pied ou à vélo le long de l'Elbe, en aval de Hambourg.
Hambourg	<b>Ferme Herzapfelhof</b>	Ferme de pommes et autres fruits biologiques qui propose une offre touristique innovante. Les visiteurs découvrent comment les fruits sont cultivés et récoltés.
Hambourg	<b>Sup Club Stade</b>	Partenariat public-privé dans une zone abandonnée du port de Stade. La ville a soutenu la création d'un club de stand-up paddle qui est devenu un point de rencontre attractif.
Région du Latium / Rome	<b>Tibertour, de l'Ombrie à Rome</b>	Descente du Tibre pendant 7 jours pour les pagayeurs, mais aussi les cyclistes et les marcheurs. L'événement souhaite promouvoir le sport, la nature, et le tourisme dans une approche durable.
NECSTouR	<b>« Blue Ways » dans la province de Barcelone</b>	Projet ambitieux visant à aménager près de 300 km pour les cyclistes et les randonneurs, le long des principales rivières de la province de Barcelone.
Val-de-Marne	<b>L'Eté du Canal par Seine-Saint-Denis Tourisme</b>	Festival fondé sur la collaboration d'acteurs publics et privés, qui anime les canaux du nord-est parisien chaque été et en développe l'attractivité.

# Bonnes pratiques STAR Cities

## Améliorer les systèmes de gouvernance et la coopération des parties prenantes

PARTENAIRE(S)	BONNES PRATIQUES	DESCRIPTION
Hambourg	<b>Kurs Elbe, stratégie touristique partenariale</b>	Six organismes touristiques ont uni leurs forces pour développer conjointement le tourisme le long de l'Elbe, de Hambourg à Wittenberge.
Région du Latium / Rome	<b>Agenda Tevere</b>	Une association regroupant associations locales et citoyens qui milite pour le réaménagement et la revitalisation des berges du Tibre à Rome.
Hambourg	<b>Véloroute de l'Elbe</b>	Cet itinéraire à vélo s'étend le long de l'Elbe, l'un des fleuves les plus préservés d'Europe, et traverse la région de Hambourg.
Hambourg	<b>Campagne de promotion « Day Trip »</b>	Une campagne de promotion menée par 22 organismes touristiques pour promouvoir des lieux méconnus pour des excursions à la journée autour de Hambourg.
Ljubljana	<b>Course cycliste Barjanka</b>	Un événement organisé dans le parc naturel de Ljubljansko Barje promouvant le sport, le tourisme, mais aussi le patrimoine naturel et culturel.
Ljubljana	<b>Gouvernance touristique de la région de Ljubljana</b>	Les 26 municipalités de la région se sont unies pour créer un organisme de tourisme chargé de coordonner les stratégies touristiques et de renforcer les partenariats pour le développement et le marketing de l'offre.
NECSTouR	<b>La Vltava, une rivière pleine d'expériences</b>	Stratégie partenariale visant à promouvoir la rivière Vltava et ses environs comme une destination touristique structurée en République tchèque.
Val-de-Marne	<b>Collectif Cap sur la Marne</b>	Programme d'actions coopératif mis en oeuvre par 4 organismes touristiques le long de la Marne sur 50 km : activités touristiques, événements, communication et promotion.
Val-de-Marne	<b>SAGE Marne Confluence</b>	Les Schémas d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE) ont un rôle central pour mettre en oeuvre la politique de l'eau sur les territoires, dans un cadre partenarial exemplaire.
Val-de-Marne	<b>Label Sentiers nautiques</b>	Développement d'itinéraires fluviaux sécurisés pour les canoës-kayak, en collaboration avec les clubs de sports nautiques, les offices de tourisme et les collectivités locales.

## Mieux sensibiliser aux questions d'environnement et de développement durable

PARTENAIRE(S)	BONNES PRATIQUES	DESCRIPTION
Ljubljana	<b>Slovenia Green</b>	Label et stratégie nationale pour le développement du tourisme durable dans les destinations et les entreprises touristiques du pays, sous la marque Slovenia Green.
Val-de-Marne	<b>“Au fil de l’eau” : croisières commentées et passeurs de rives</b>	Un programme d’insertion contribuant à la fois au développement des mobilités douces et à la valorisation du patrimoine naturel des rivières.
Kaunas	<b>UPYNES - Plateforme TĒKA</b>	La plateforme virtuelle TĒKA rassemble des archives, témoignages et objets valorisant la mémoire des rivières, des ruisseaux et des berges dans la région de Kaunas.
Kaunas	<b>Let’s celebrate the river</b>	Un festival communautaire, développé avec la participation des habitants, et qui leur propose de réinvestir la rivière et ses berges par l’organisation d’activités touristiques durables.
Ljubljana	<b>Ljubljana, capitale verte européenne 2016</b>	La ville a transformé son centre-ville en le rendant entièrement piéton, tout en créant de nouveaux espaces verts et en développant les mobilités douces au bénéfice des habitants et des touristes.
Val-de-Marne	<b>Grandes marches ponctuées d’étapes culturelles</b>	Grandes randonnées à travers le Val-de-Marne, ponctuées de visites culturelles et d’animations, permettant de faire découvrir le territoire à des centaines de participants.
Val-de-Marne	<b>Parc départemental de la Haute-Île</b>	Un site Natura 2000 installé dans un ancien méandre de la Marne à Neuilly-sur-Marne et qui met en oeuvre une gestion innovante de la fréquentation tout en protégeant la riche biodiversité caractéristique des zones humides.

# Engagement et participation des habitants

Les rivières sont une ressource précieuse pour la création d'un récit européen commun, et les habitants sont des acteurs clés dans ce processus.

De plus en plus de touristes recherchent des **expériences authentiques** : ils veulent **se sentir "like a local"** et découvrir une région **hors des sentiers battus**, en évitant le tourisme de masse. Bien que cela puisse avoir des limites, il est intéressant **d'impliquer les habitants dans le développement touristique** car cela leur donne un rôle actif, **tout en contribuant à accroître son acceptation au niveau local**. Les partenaires de STAR Cities se rejoignent sur cette approche, qui est à la fois un défi et un besoin commun.

## S'INSPIRER DES BONNES PRATIQUES

### L'HISTOIRE ET LA MÉMOIRE, SOURCE D'INSPIRATION POUR LA CRÉATION DE NOUVEAUX PROJETS TOURISTIQUES

La valorisation de la mémoire et du patrimoine culturel sont d'une grande importance pour sensibiliser les habitants. Les états des lieux établis par les partenaires de STAR Cities montrent que les projets patrimoniaux dans lesquels les habitants étaient impliqués sont source de mémoire, d'identité, de dialogue et de créativité.

Le **Festival du patrimoine industriel de Hambourg** répond à ces différents enjeux en développant une plateforme de participation pour les musées locaux, mais aussi les associations locales et les municipalités. Le **programme Modernism for the Future** (Kaunas) poursuit le même objectif : inviter les habitants à participer à des ateliers d'idées, de pratiques artistiques et culturelles, liés au patrimoine architectural moderniste de cette ville fluviale.

Parfois, les dynamiques participatives permettent de mobiliser les décideurs politiques et deviennent alors déterminantes. C'est le cas du projet de **réhabilitation de l'église de Zapyškis** (Kaunas), pour lequel l'engagement de la communauté locale a permis la transformation à long terme de ce bâtiment et la création de nouvelles activités sur les berges.

### LA MISE EN VALEUR DES COMMUNAUTÉS LOCALES PAR DES INITIATIVES PARTICIPATIVES

La mise en valeur du patrimoine va parfois au-delà d'une simple activité de découverte touristique. Le

**développement de l'offre de visites d'entreprises** (Val-de-Marne) a aussi et surtout pour but de valoriser les savoir-faire des femmes et les hommes qui vivent et travaillent dans ce territoire industriel. Il en va de même pour le **Musée du Port de Hambourg**, qui a réussi à créer un dialogue entre les visiteurs et les (anciens) ouvriers du port, tant par la valorisation des infrastructures portuaires que par celle des savoir-faire de ces guides bénévoles.

Avec le projet des **Passeurs de Culture** (Val-de-Marne), l'agence de voyage solidaire Bastina soutient et forme des habitants issus de l'immigration pour qu'ils deviennent guides touristiques de leur propre ville. Le thème de la visite est l'histoire de la ville, mais aussi les récits d'immigration, passés et récents, qui intègrent les témoignages vivants des habitants.

### "AGIR LOCALEMENT, PENSER GLOBALEMENT" POUR RENFORCER L'EXPÉRIENCE AUTHENTIQUE DU TOURISME FLUVIAL

Comment créer un environnement favorable à l'émergence de nouveaux projets portés par des habitants ou des communautés locales ? Et comment intégrer ces projets dans l'offre touristique et les stratégies marketing ?

L'association **Vitry'N Urbaine et son programme de visites street art** (Val-de-Marne) est un excellent exemple de la manière de promouvoir un contenu culturel par le biais de diverses activités interdisciplinaires, en partant de la passion d'un habitant et en touchant des milliers de personnes.

Une approche participative plus ambitieuse est mise en œuvre par le programme des **laboratoires communautaires Fluxus Labs** (Kaunas). Des « agents communautaires » sont chargés de développer de nouveaux projets avec les habitants de différents quartiers. Le succès rencontré par ce programme montre qu'il est possible, pour diverses organisations, de prendre l'initiative et permettre d'émergence d'une participation active des habitants à la vie de la ville et à sa programmation culturelle.

### LES HABITANTS CO-DÉCIDEURS ET PLANIFICATEURS

Il est essentiel pour les collectivités locales de rester à l'écoute des besoins des habitants, voire même de leur donner un rôle actif dans la planification des projets de développement locaux.

Le **budget participatif de Rome en 2019** est une vitrine de l'importance des décisions prises par les décideurs politiques en collaboration avec la population locale. Les citoyens et la municipalité de Rome ont décidé ensemble de la manière d'investir 20 millions d'euros. Parmi les projets présentés par les citoyens, figuraient le réaménagement des berges du Tibre et la construction d'une piste cyclable et piétonne depuis le centre ville jusqu'à l'embouchure du fleuve sur la mer à Ostie.

# Festival du patrimoine industriel de Hambourg

Les “Journées du patrimoine industriel au bord de l’eau” sont un événement culturel biannuel qui se déroule sur deux jours dans toute la région métropolitaine de Hambourg.

L’objectif est de valoriser le **petit patrimoine industriel le long des voies navigables de la région**. L’événement se concentre sur les zones rurales et les petites villes le long de l’Elbe et de ses affluents. Il attire l’attention sur ces sites et ce patrimoine méconnu. À chaque édition, plus de 120 sites participent. Il s’agit d’une vaste collection de **navires historiques, de ports, de chantiers navals, d’écluses, de phares et de d’infrastructures hydrauliques**.

C’est un exemple de **mobilisation de la population locale, des associations et de l’engagement bénévole dans un événement fédérant toute une région**, et qui participe à son attractivité touristique. Ce festival est exemplaire en raison du nombre élevé de bénévoles et de visiteurs, ainsi que de l’important intérêt médiatique qu’il suscite. Alors que la préservation de ce petit patrimoine repose en grande partie sur le travail quotidien des bénévoles, **le festival leur donne l’occasion de rendre ces sites ou objets historiques accessibles à un public plus large** et d’obtenir ainsi la reconnaissance de leur travail.

**Le festival est coordonné par la Région métropolitaine**, avec un budget et une communication mis à la disposition des participants. Chaque site partenaire décide de la contribution qu’il peut apporter, afin que cela ne soit pas un frein pour prendre part à l’événement. L’édition du programme, les outils marketing et les relations publiques sont centralisés. Le site web répertoriant les sites est un guide en constante évolution du patrimoine industriel de la région. Un bon moyen de **valoriser le patrimoine fluvial de façon peu coûteuse** pour la Région !

## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par** l’Office de la région métropolitaine de Hambourg.
- **Localisation:** Hambourg, Allemagne.





# Fluxus Labs - Programme communautaire de Kaunas 2022

“[Fluxus Labs](#)” est un programme impliquant des laboratoires communautaires qui visent à favoriser la circulation des idées, des approches et des expériences de la population locale.

Coordonné par un « agent Fluxus », chaque laboratoire vise à créer un **dialogue créatif au sein des communautés locales d'un quartier** afin de renouer des liens intergénérationnels et interculturels et, ainsi, favoriser l'émergence de nouveaux projets. Les participants sont invités à **co-crée des actions participatives afin de relier les habitants entre eux et avec leur quartier**.

Trois laboratoires communautaires s'intéressent tout particulièrement à la manière dont la **rivière joue un rôle crucial dans la vie de la communauté**. Parmi leurs réalisations, l'organisation d'activités sportives sur les berges, des festivals locaux comme le “Niėmen Storytelling Festival”, des projets artistiques interdisciplinaires, des ateliers, etc.

Le programme des laboratoires Fluxus a démontré un niveau élevé d'implication de la communauté avec

**plus de 1000 membres actifs**, conduisant à **l'autonomisation de la communauté**, à sa sensibilisation à la nature et à l'écologie, mais aussi à **l'attachement des agents Fluxus à leur quartier** et à leur communauté – autant de modèles de créativité du programme Fluxus Labs.

La méthode utilisée par les Fluxus Labs est très efficace et pourrait être appliquée ailleurs : **l'implication de la communauté est le point de départ** ; les agents Fluxus proposent ensuite des contes, organisent des ateliers avec la communauté sur divers sujets liés à leur expérience personnelle et au lieu, collectent des témoignages, ou encore utilisent les berges de la rivière comme zone d'exposition.





## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par** l'association Kaunas 2022.
- **Localisation:** Kaunas, Lituanie.



# Conclusions et recommandations

Développer et améliorer l'engagement des habitants et des communautés locales dans les projets de tourisme fluvial.

## 1. L'ENGAGEMENT DES HABITANTS COMMENCE PAR LA RÉAPPROPRIATION DES BERGES

Tout projet promu par une administration publique visant à développer l'attractivité et l'accessibilité des berges nécessite une forte implication de la population locale. Les équipements et aménagements locaux contribuent à la convivialité de ces lieux, et de bonnes relations entre l'administration municipale et les associations locales chargées d'animer ou de fournir des services sont essentielles.

## 2. GARDER LA MÉMOIRE DE L'HISTOIRE DE LA RIVIÈRE PERMET DE RENFORCER LE « STORYTELLING » DES DESTINATIONS FLUVIALES

Si le patrimoine culturel est un atout essentiel pour les villes fluviales, les histoires et les souvenirs des personnes qui vivent et travaillent le long du fleuve en sont un autre. Ce patrimoine immatériel, basé sur le ressenti des populations et des communautés locales, doit être mieux mis en valeur et promu afin d'apporter de l'authenticité à l'offre touristique fluvestre. Ce récit est important pour l'identité des territoires, comme pour leur promotion touristique, et qui mieux que les habitants pourraient l'écrire ?

## 3. EN TANT QU'INSTITUTIONS OU ORGANISMES PUBLICS, ADOPTER DES APPROCHES « BOTTOM-UP » EN IMPLIQUANT LES CITOYENS

En réponse à la structure de gouvernance fragmentée et aux responsabilités partagées des berges et des cours d'eau, les institutions et les collectivités locales devraient adopter une approche ascendante partant des besoins des populations locales. Les démarches « bottom-up » partent d'une écoute des besoins des habitants et de la mise en place d'une relation équilibrée avec l'institution publique, dans laquelle les communautés locales sont informées et impliquées dans la création et le développement des projets. Les partenaires de STAR Cities s'accordent sur la nécessité d'impliquer les populations locales, éventuellement avec l'aide d'acteurs locaux qui peuvent jouer le rôle de facilitateurs pour l'implication des habitants.

## 4. FAIRE DES HABITANTS DES PARTENAIRES ACTIFS, POUR ACCROÎTRE L'ACCEPTABILITÉ DU TOURISME

L'engagement des communautés locales est un outil très puissant ! L'implication précoce des habitants dans les projets peut faciliter leur acceptation au niveau local, ce qui est devenu un enjeu important en matière de tourisme ces dernières années. Ensuite, parce que les connaissances et les expériences des habitants

sont pertinentes pour développer des projets dont l'impact économique et social sera positif pour le territoire. Une approche plus participative permet le développement de projets authentiques qui, même lorsqu'ils restent modestes, génèrent des retombées positives localement.

#### 5. « THINK SMALL » EN COMMENÇANT PAR DES ÉVÉNEMENTS À PETITE ÉCHELLE ET PARTICIPATIFS

L'une des principales leçons tirées de STAR Cities pourrait être décrite comme "think small. Les animations à petite échelle et personnalisées ont un potentiel qui est souvent négligé. Le développement de produits touristiques s'oriente souvent vers les attentes des masses. Les nouvelles tendances montrent toutefois que les visiteurs sont de plus en plus nombreux à rechercher une expérience personnalisée qui leur permette de se sentir "like a local". De telles initiatives peuvent être un moyen de rendre plus durable l'offre touristique développée.

#### 6. LE TOURISME DE PROXIMITÉ A LE VENT EN POUPE ET BÉNÉFICIE AUX DESTINATIONS FLUVIALES

Les habitants des villes fluviales sont de plus en plus conscients, notamment les riverains, de la valeur des espaces naturels en bords de rivière - pour les loisirs, les balades, ou simplement pour s'évader de la ville. Les attentes et le potentiel en terme de tourisme de proximité de ces bords de rivières s'est encore accru avec l'évolution des habitudes de voyage suite à la pandémie. Ainsi, il est important de cibler avant tout les populations locales et régionales plutôt que les touristes internationaux.



# Produits touristiques et stratégies marketing

La pandémie va davantage accélérer le besoin d'innovation en matière de produit touristique, d'image de marque forte, de transformation numérique et de marketing.

Dans un monde où l'évolution technologique est très rapide et l'économie numérique toujours plus importante, les habitudes de consommation changent continuellement et celles des touristes en premier lieu. Dans la nouvelle « normalité » post-pandémique, le visiteur devient plus exigeant, plus prudent et s'attend à une **expérience fiable, sécurisée, inclusive, authentique et personnalisée**. Le tourisme fluvial peut tirer parti de ces **nouvelles tendances qui privilégient la nature et les activités de plein air**. La visite d'une ville est d'ailleurs de plus en plus liée à l'exploration d'une région entière. Le tourisme fluvial et le tourisme local pourraient ainsi être les "gagnants" de cette période post-pandémique.

## S'INSPIRER DES BONNES PRATIQUES

### ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ

La difficile accessibilité des berges en périphérie des villes fluviales rend le développement de nouvelles offres touristiques complexe. Les bonnes pratiques montrent que ce frein peut être surmonté en créant de nouvelles solutions de mobilités qui deviennent elles-mêmes des produits touristiques attractifs.

Le **bus cycliste le long de l'Elbe** (Hambourg) améliore l'accessibilité au sein de la région pour les visiteurs et les habitants non motorisés. Il constitue également une attraction en soi et contribue à promouvoir l'utilisation des transports publics. En outre, il ne s'agit pas seulement d'une question d'accessibilité, mais aussi de mobilité intégrée, par exemple en adaptant les horaires pour relier différents moyens de transport (ferrys et trains).

Un autre exemple est le **projet Blue Ways** (NECSTouR - Province de Barcelone). Il consiste à créer un réseau de mobilité locale durable et un produit touristique à part entière, le tourisme à vélo et de randonnée le long des rivières, comme moyen de promouvoir la diversification, la déconcentration et la désaisonnalisation à Barcelone.

L'événement **TiberTour** (Région Latium - Rome) aborde le sujet d'une manière différente, en créant une route fluviale éphémère pour les randonneurs cyclistes et kayakistes, comme première étape pour convaincre les municipalités et autres acteurs locaux de la faisabilité d'une telle initiative. Il s'agit d'un excellent exemple de la façon dont un événement peut attirer l'attention et ouvrir la voie à des développements pérennes.

Le **Musée virtuel de l'eau de Venise** (NECSTouR – Région Veneto) a développé des itinéraires numériques audioguidés pour mettre en valeur le patrimoine culturel et naturel, tout en impliquant la population locale dans la collecte d'histoires orales.

## PRODUITS TOURISTIQUES INNOVANTS

De nombreux produits touristiques, ainsi que des expériences authentiques, ont été développés le long des rivières des partenaires du projet STAR Cities (parcours thématiques, croisières en bateau, activités nautiques, visites guidées à vélo et randonnées dans la nature, événements, expériences culinaires, etc.), mais ils sont encore trop peu nombreux. Le défi consiste à favoriser l'innovation et renforcer les infrastructures touristiques en dehors des centres-villes.

La **ferme Herzapfelhof** (Hambourg) a prouvé qu'un produit touristique atypique peut devenir une attraction pour les visiteurs et qu'une bonne narration ainsi qu'une image de marque de qualité peuvent contribuer à créer une expérience authentique pour les visiteurs nationaux et internationaux.

## PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ

Les pouvoirs publics souhaitent de plus en plus se tourner vers le secteur privé comme partenaire dans la création et la pérennisation de nouveaux produits, services et infrastructures touristiques. Or le développement durable figure en bonne place dans les priorités des autorités publiques, alors que celles du secteur privé restent la rentabilité et la faisabilité financière. L'investissement du secteur privé dans le tourisme fluvial constitue donc un défi à relever.

L'initiative privée **Sub Club Stade** (Hambourg) est emblématique de la création d'un lieu de loisirs et de rencontre populaire. Ce club de stand-up-paddle rencontre un grand succès qui s'explique notamment par l'approche intelligente établie pour élaborer le projet, basée sur le soutien, dès son lancement, de la ville et de l'office de tourisme local.

Le développement de partenariats public-privé est également utilisée dans le cadre du **festival "L'été du canal"** (Seine-Saint-Denis), avec une combinaison pertinente de fonds publics et de sponsors privés, axée sur le slow tourisme, des activités à la fois culturelles et naturelles, et une approche durable.

## MARKETING ET COMMUNICATION

Il n'existe pas de site web de destination ou de marketplace unique pour les destinations fluviales. Malgré des collaborations, chaque organisation a développé ses propres outils de communication pour promouvoir l'offre de tourisme fluvial, ce qui réduit l'efficacité et la lisibilité pour les visiteurs. De nouvelles stratégies marketing sont nécessaires pour promouvoir non seulement les sites incontournables, mais aussi pour tirer parti de la tendance à voyager dans des endroits méconnus à la recherche d'expériences plus authentiques.

La **plateforme de réservation Explore Paris** (Grand Paris) montre comment ces défis peuvent être relevés. Il s'agit d'une plateforme de réservation mutualisée qui propose des offres touristiques insolites et soutient les initiatives locales. En outre, il s'agit d'un outil de réservation efficace et d'un réseau qui aide les organismes de tourisme partenaires à développer des relations encore plus fortes avec les acteurs locaux.

# Musée virtuel de l'eau de Venise

Le Musée virtuel de l'eau de Venise est un musée numérique et en plein air qui valoriser le patrimoine des cours d'eaux de la région de Venise.

Le musée présente le riche **patrimoine des « civilisations de l'eau »** des Tre Venezie (Trois Venises), par le biais d'une plateforme en ligne gratuite et open-source. Il comprend également plusieurs **itinéraires numériques audioguidés** intégrant plus de **70 éléments patrimoniaux et petits musées**. Au total, ce musée virtuel accueille **plus de 400 000 visiteurs par an**.

Le patrimoine de l'eau (naturel et culturel, matériel et immatériel) est considéré comme un **vecteur essentiel du développement local, de la mobilité durable** et du **tourisme responsable** le long des voies navigables.

La reproductibilité de ce projet est démontrée par l'existence du **Global Network of Water Museums**, fondé par le Musée virtuel de l'eau de Venise. Cette **initiative phare de l'UNESCO-PHI** répond aux enjeux

des usages durables de l'eau et de l'amélioration de la gestion de l'eau à tous les niveaux. Aujourd'hui, elle comprend plus de **80 Water Museums situés dans 28 pays différents** (accueillant 30 millions de visiteurs par an).

Par cette résolution de l'UNESCO, la communauté internationale a reconnu l'importance de la valorisation et de la promotion du patrimoine de l'eau à partir de l'expérience du Musée virtuel de l'eau de Venise. Ainsi, les **citoyens peuvent imaginer leur future relation avec l'eau à travers une approche de tourisme durable** liée au patrimoine local de l'eau.

## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par** le Musée virtuel de l'eau de Venise
- **Localisation:** Région de la Vénétie, Italie





# Plateforme de réservation

## Explore Paris

#ExploreParis

Une plateforme de réservation qui fait la promotion de visites guidées et d'activités touristiques insolites pour explorer Paris et le Grand Paris hors des sentiers battus.

**Huit organismes de tourisme** et partenaires ont réuni leur expertise et leurs ressources pour **renouveler et renforcer l'image de Paris en tant que destination touristique**, et pour développer et promouvoir une **nouvelle offre de tourisme urbain** dans des lieux hors des sentiers battus, à l'échelle du Grand Paris.

Paris, destination de city break par excellence, n'est pas seulement un centre ville. Un **foisonnement d'offres culturelles, artistiques et festives** de part et d'autre du périphérique attire les visiteurs en quête d'originalité et d'authenticité. Cette offre créative s'articule autour de thèmes tels que le **street art, l'art contemporain**, la **ville cosmopolite**, la **nature en ville** et notamment le tourisme fluvial. L'offre finalisée a été lancée sur la **boutique en ligne** [www.exploreparis.com](http://www.exploreparis.com), à la fois en français et en anglais. Les touristes peuvent choisir parmi une large sélection d'expériences à travers le Grand Paris, découvrir le territoire et rencontrer des habitants lors de **visites et de balades, d'ateliers, de croisières, d'activités nautiques**, etc.

L'objectif est non seulement de renouveler l'image de cette destination touristique emblématique, mais aussi **d'attirer les flux touristiques du centre de Paris vers les quartiers et les villes périphériques de la capitale**, qui sont tous facilement accessibles en métro ou RER.

La plateforme offre également aux professionnels un **outil de réservation efficace** qui a considérablement simplifié leur travail quotidien. Ce système a permis aux organismes de tourisme partenaires de **développer des relations encore plus étroites avec les acteurs locaux**.

### Éléments clés :

- **Mis en œuvre par Val-de-Marne Tourisme & Loisirs avec 7 autres partenaires dans le cadre d'un contrat de destination.**
- **Localisation:** Grand Paris – France.



# Conclusions et recommandations

Vers des stratégies de développement et de marketing plus responsables.

## 1. L'INNOVATION ET L'ÉTABLISSEMENT DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES SONT DES NÉCESSITÉS ABSOLUES

L'innovation dans le tourisme est un sujet sous-développé en termes d'infrastructures, de compétences, de ressources, de durabilité et de développement de produits touristiques durables. Les collectivités et les destinations touristiques devront faire appel aux entrepreneurs pour proposer de nouvelles solutions afin de favoriser l'innovation, d'aider le secteur du tourisme à se remettre de la crise et de tirer parti des nouvelles opportunités qui se présentent pour le tourisme fluvial.

## 2. CRÉER DES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES UNIQUES POUR LES VISITEURS DES VILLES FLUVIALES

Outre les excursions en bateau, les festivals sur les berges, les itinéraires de randonnée et de vélo, les musées, etc. déjà établis, il existe un potentiel important de développement d'expériences fluviales plus locales, authentiques, inclusives et artisanales le long des cours d'eau. Il existe également un vrai besoin de modèles économiques plus durables et de solutions d'économie circulaire adaptées.

## 3. LES PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ COMMENCENT PAR UN CONSENSUS D'OBJECTIFS ET DE VALEURS

Si le partenariat public-privé n'est pas le bon outil pour tous les scénarios, son utilisation peut contribuer de manière significative au développement de projets de tourisme fluvial durables, et participer d'une stratégie plus globale visant à développer l'attractivité des destinations fluviales. Tout investissement dans le tourisme fluvial nécessite un engagement fort des pouvoirs publics en termes de soutien financier et de simplification des procédures administratives. Il incombe également aux organismes de gestion de destination de soutenir les prestataires touristiques privés dans la promotion de leurs produits, en utilisant les outils de marketing et de communication propres aux destinations. Cependant, tout commence par un accord sur les objectifs et les valeurs.

## 4. IL N'Y A PAS DE TOURISME FLUVIAL SANS ACCESSIBILITÉ AUX BERGES

Lorsque nous créons de nouvelles offres et produits touristiques le long du fleuve ou que nous faisons la promotion d'événements sur les berges, nous devons nous assurer que ces lieux sont accessibles en transports publics ou qu'ils offrent des solutions de mobilité durable. Un service de mobilité douce peut d'ailleurs fonctionner comme un produit touristique en soi. L'accessibilité peut également s'entendre en termes de visibilité et de lisibilité

numérique des informations touristiques, notamment à destination des visiteurs plus jeunes.

## 5. UNE MEILLEURE GESTION DES FLUX DE VISITEURS AFIN DE GARANTIR LA PROTECTION DE LA NATURE

Alors que le surtourisme est toujours de mise dans certaines destinations (malgré la pandémie), des destinations « alternatives » devraient être développées afin de réduire l'impact environnemental et social du tourisme sur le cadre de vie et l'environnement naturel de certaines villes. Les organismes de gestion de destination doivent porter une attention particulière aux flux touristiques, notamment par le développement d'activités touristiques durables, la promotion de l'accessibilité par les transports publics, ou des possibilités de mobilités douces (randonnée et vélo), la valorisation du slow tourisme, etc.

## 6. DES STRATÉGIES ET DES OUTILS MARKETING PLUS RESPONSABLES ET PLUS ENGAGÉS SUR LE PLAN SOCIAL

Une meilleure gestion du tourisme fluvial doit aller de pair avec un marketing plus vertueux. Il ne s'agit pas seulement de mutualiser les outils et les ressources, aujourd'hui fragmentés, pour développer des marques de destinations fluviales plus fortes. Des stratégies marketing socialement responsables sont aussi essentielles. Ces stratégies doivent mettre en valeur le caractère naturel, authentique et durable de l'offre fluviale et cibler des visiteurs plus responsables, dont la présence aura un impact positif pour la population locale. Tous les acteurs locaux devraient également harmoniser leur « storytelling », leurs valeurs et leur positionnement afin de promouvoir les rivières comme fil naturel de vie dans la région.



# Gouvernance et coopération des acteurs

Les rivières sont un bien commun et doivent être gérées de façon collective et partenariale pour la valorisation, mais aussi pour la protection, de ces écosystèmes délicats.

Le tourisme fluvial implique un **réseau complexe d'acteurs locaux**, de collectivités locales et des systèmes de gouvernance différents. Toutes les régions partenaires de STAR Cities partagent un défi commun: **comment réunir les principaux acteurs locaux et les impliquer dans une stratégie commune**, basée sur des objectifs et un positionnement clair : développer le tourisme fluvial de la meilleure façon possible, c'est-à-dire de façon durable et complémentaire. La coopération avec une grande variété de partenaires issus des secteurs public, privé et associatif est cruciale dans ce processus.

## S'INSPIRER DES BONNES PRATIQUES

L'état des lieux élaboré par les partenaires de STAR Cities montre que les systèmes de gouvernance des cours d'eaux européens sont souvent fragmentés avec un grand nombre d'institutions concernées. La complexité de la législation et de la gouvernance des rivières (surveillance, préservation, mise en valeur de la rivière et des zones inondables, régimes de navigation, tourisme) ajoute encore à ce défi.

Le tourisme fluvial est intégré dans les stratégies

touristiques locales, mais il est rarement considéré comme une priorité. Les offres touristiques s'arrêtent souvent à la frontière administrative des collectivités. Il n'existe pas de stratégie commune de développement ou de marketing pour les rivières dans leur ensemble (la rivière, la rive et ses abords sur un itinéraire cohérent). En outre, les rivières ne sont pas développées et positionnées comme des marques.

Les bonnes pratiques en matière de gouvernance et de coopération montrent l'efficacité des approches « bottom-up » qui, à partir d'actions conjointes, se transforment au fil du temps en partenariats et en stratégies à long terme. En revanche, les exemples d'autofinancement sont rares.

**Le SAGE Marne Confluence** (Val-de-Marne) est un bon exemple de la manière dont différentes institutions et acteurs, y compris des citoyens, peuvent travailler ensemble pour assurer une gestion équilibrée et durable des ressources en eau. **L'Agenda Tevere** (dans la région du Latium) est également une vitrine de la manière de travailler ensemble en fédérant associations et citoyens, comme catalyseur de changement vis-à-vis des décideurs politiques.

Une autre illustration de l'importance d'une bonne structure organisationnelle est la **création d'une organisation régionale de destination pour la région de Ljubljana**, sur la base d'une vision commune et de contributions financières des 26 municipalités membres.

Mais les stratégies communes peuvent aussi commencer par des projets communs. La convention de partenariat signée par les membres du **collectif Cap sur la Marne** (Val-de-Marne) visait avant tout à développer des projets communs le long de la Marne. **Kurs Elbe** (Hambourg) est un autre des projets qui ont réussi à transformer la coopération en organisation partenariale durable. Il montre comment une coopération transfrontalière entre des organisations touristiques de destinations peut fonctionner, avec un bureau permanent, un marketing commun, des forfaits transfrontaliers, etc.

La **véloroute de l'Elbe** (Hambourg) montre qu'un objectif unique et clair (1300 km de piste cyclable) permet de rassembler 2 pays, 4 organismes de coordination, 7 États, des dizaines de circonscriptions administratives et des centaines de prestataires touristiques sous une même marque. De même, le **label Sentiers Nautiques®** (Île-de-France) associe de nombreux partenaires pour le développement et la promotion d'un parcours fluvial en canoë-kayak. **La Vltava, une rivière pleine d'expériences** (NECSTouR - Offices du tourisme de Bohême du Sud et du Centre) est un projet interrégional qui promeut une offre touristique structurée et présente cette rivière comme une destination unique et attrayante.

La **campagne de promotion « Day Trip »** (Hambourg) montre qu'en matière d'excursions à la journée la concurrence au sein d'une région peut être surmontée et que la coopération entre le centre-ville et les zones périphériques est bénéfique pour tous. Dans la même optique, la **course cycliste Barjanka** est au départ de Ljubljana et emmène les participants dans un parc naturel tout proche mais pourtant méconnu.



# Kurs Elbe - De Hambourg à Wittenberge

Six organismes de gestion de destination ont uni leurs forces pour développer le tourisme le long de l'Elbe.

L'objectif de Kurs Elbe est de **développer le potentiel touristique méconnu de l'Elbe en amont de Hambourg**. Ce projet partenarial a débuté en 2011 avec pour pilote la région métropolitaine de Hambourg et a été principalement financé par des fonds régionaux. **Depuis 2017, il est cofinancé par les six partenaires, organismes touristiques de ce territoire.**

Les objectifs du projet sont les suivants : **renforcer le tourisme dans les zones rurales** le long de l'Elbe, **augmenter les revenus générés**, animer un **réseau d'acteurs**, **améliorer l'offre** sur et le long du fleuve, et **accroître la visibilité** des produits par des actions de marketing conjointes.

L'un des résultats du projet est l'organisation du **Festival de l'Elbe**, qui propose un programme varié avec des concerts, des marchés colorés, et de nombreux divertissements pour les jeunes et les moins jeunes.

Kurs Elbe a également participé au projet mené par la région métropolitaine de Hambourg pour **valoriser les paysages culturels par le biais d'audioguides**.

Pour Kurs Elbe, la petite goutte d'eau ENNI part à la découverte de l'Elbe. Au total, 20 points d'intérêts, curiosités et lieux d'activités sont visités. L'objectif est de valoriser le fleuve et son fonctionnement, son patrimoine naturel, ainsi que les activités de loisirs du territoire.

Ce projet de coopération montre comment un engagement collectif permet de structurer et de mieux communiquer sur le potentiel touristique d'une zone rurale à proximité d'une grande ville. Il peut encourager d'autres régions à **penser au-delà de leurs propres frontières et à unir leurs forces** pour promouvoir le tourisme fluvial.

## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par** Flusslandschaft Elbe GmbH.
- **Localisation:** Région de l'Elbe de Hambourg à Wittenberge, Allemagne.



# Agenda Tevere

Agenda Tevere est une association regroupant des associations locales et des citoyens qui militent pour le réaménagement et la revitalisation des berges du Tibre à Rome.

Agenda Tevere a été créé en mars 2017 en s'inspirant de l'organisation **Central Park Conservancy** qui a permis la création du célèbre parc devenu un symbole de New York et un modèle pour une nouvelle approche des institutions.

Les principaux objectifs d'Agenda Tevere sont de **reconquérir le fleuve Tibre par la mise en place de nouveaux aménagements et animations** en partenariat avec les collectivités locales (la région du Latium et la ville de Rome) et d'initier **une nouvelle approche ascendante impliquant la société civile** dans les projets de régénération du fleuve.

Agenda Tevere se veut **"accélérateur de changement, de collaboration et de responsabilité partagée"** et a immédiatement commencé à mettre en œuvre des projets "prototypes" avec l'aide de sponsors privés, comme l'aménagement d'une plage sur les berges du Tibre.

Agenda Tevere a également **collaboré avec les services de la municipalité et de la région** afin de concevoir et de mettre en œuvre des projets plus ambitieux à moyen

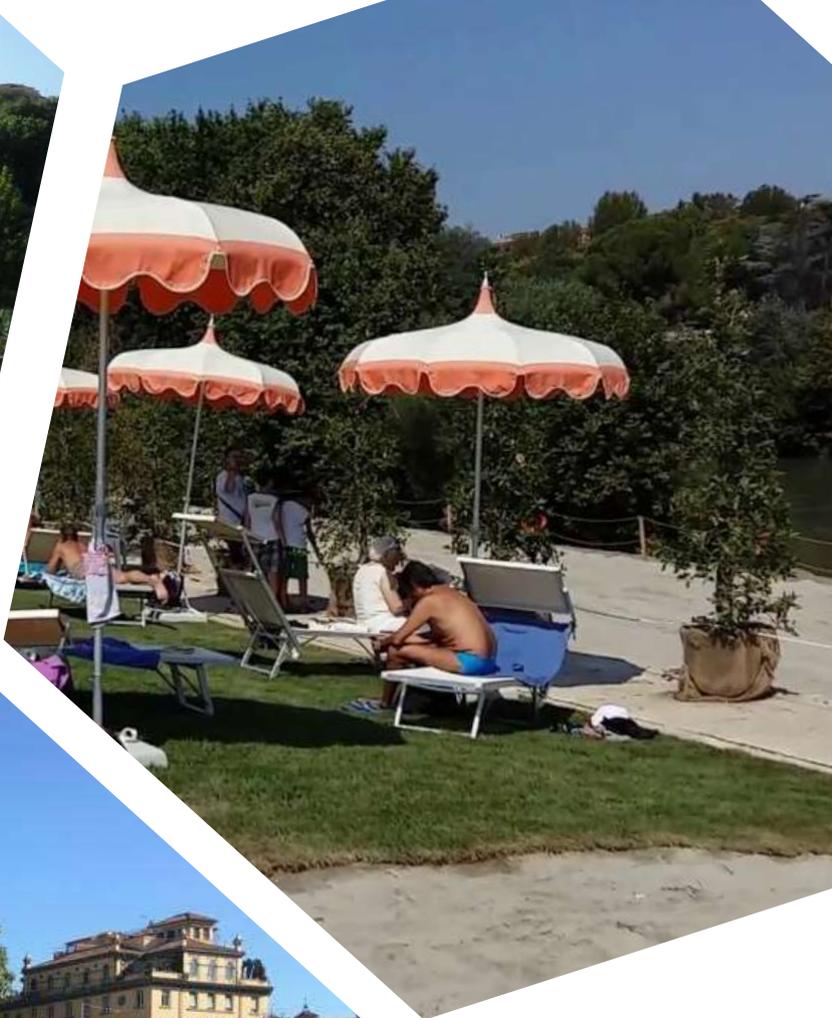
terme, basés sur un nouveau modèle de coopération, une approche plus dynamique et toujours des objectifs de régénération du territoire à long terme.

Ainsi, Agenda Tevere a milité pour l'élaboration de **contrats de rivières** dans toute la région du Latium, considérés comme des outils de revitalisation des rivières basés sur l'implication des collectivités publiques, des associations locales et des citoyens. L'association a encouragé la convergence via la **signature d'une déclaration d'intention par toutes les administrations publiques** compétentes dans la gouvernance du Tibre, dans le cadre du Contrat de rivière de Castel Giubileo à Foce.

## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par Agenda Tevere**
- **Localisation:** Rome et région du Latium, Italie





# Conclusions et recommandations

Accroître l'efficacité des systèmes de gouvernance du tourisme fluvial et renforcer les coopérations.

## 1. LES ENJEUX FLUVIAUX DEVRAIENT ÊTRE MIEUX PRIS EN COMPTE DANS LES MODÈLES DE GOUVERNANCE

Il est absolument nécessaire d'améliorer le positionnement stratégique des rivières dans les modèles de gouvernance, ainsi que la coordination entre les différents organismes de destination concernant les stratégies de tourisme fluvial. Cette période post-pandémique semble être le bon moment pour repenser les stratégies en unissant nos forces et en portant plus d'attention au tourisme fluvial.

## 2. L'ÉLABORATION DE STRATÉGIES COLLECTIVES POUR LE TOURISME FLUVIAL EST NÉCESSAIRE

Les partenaires de STAR Cities pensent que l'élaboration de stratégies touristiques basées sur un itinéraire fluvial cohérent contribueraient à améliorer la coordination, le développement et le marketing du tourisme fluvial. A défaut de réelles stratégies, une meilleure coordination des approches et des projets des organismes de destination concernés est indispensable. En effet la question demeure : avons-nous vraiment besoin d'une stratégie de tourisme fluvial, ou simplement d'une meilleure promotion du tourisme fluvial dans les stratégies touristiques globales ?

## 3. INSTAURER LA CONFIANCE : METTRE EN ŒUVRE DES PROJETS AVANT D'ÉLABORER UNE STRATÉGIE

La coopération entre organismes de destination fonctionne ! Mais l'établissement d'une relation de confiance est un préalable à l'élaboration d'une stratégie commune. Les partenaires de STAR Cities s'accordent à penser que la mise en œuvre de projets est un bon point de départ pour poser les bases d'une coopération. Les projets « test » peuvent s'avérer efficaces pour convaincre les partenaires avant d'envisager une formalisation et une structuration du partenariat.

## 4. FLEUVES ET RIVIÈRES ONT LE POTENTIEL DE DEVENIR DES DESTINATIONS TOURISTIQUES

À l'heure actuelle les cours d'eau et leurs berges ne sont pas développés et promus en tant que destination touristique à part entière. Les partenaires de STAR Cities pensent qu'il faudrait envisager leur promotion comme une marque ou du moins homogénéiser les actions de communication menées par les organismes de destination dans ce sens. La question qui se pose alors est la suivante : est-il possible de promouvoir un fleuve comme une marque sans faire disparaître l'identité de chaque organisme de destination.

## 5. PARTIR DES BESOINS OU DES INITIATIVES DES HABITANTS POUR DES PROJETS PLUS PERTINENTS

La participation des habitants est un facteur clé de succès et les bonnes pratiques présentées montrent que les initiatives émanant des communautés locales peuvent être plus efficaces à long terme que celles des autorités locales. Le besoin de modèles et de solutions plus résilients et durables, basés sur les attentes locales, s'est accru avec la pandémie.

## 6. L'ÉVOLUTION DU RÔLE DES ORGANISMES DE DESTINATION

Les missions des organismes de gestion de destination ont évolué ces dernières années, notamment du fait du surtourisme, mais cette évolution s'est encore intensifiée avec la pandémie de Covid-19 et la question du changement climatique. Outre leurs missions de marketing et de communication, les organismes de destination se consacrent également au développement de produits durables, à la décentralisation des flux de visiteurs, à l'utilisation des nouvelles technologies pour contribuer à la transition écologique, à l'animation de réseaux locaux et, enfin et surtout, à la sensibilisation des élus locaux à toutes ces questions.



# Environnement et développement durable

Les rivières sont des « lignes de vie » pour les villes fluviales et devraient être des vitrines pour le développement du tourisme durable.

Le tourisme fluvial a le potentiel de **transformer les rivières et leur territoire en un atout économique et social durable**. Grâce au tourisme, les rivières peuvent être utilisées comme moteur du développement régional, en **améliorant les connexions avec les centres-villes**, en servant de mode de transport et d'outil de sensibilisation à la **protection des écosystèmes et d'une biodiversité unique**. En outre, le tourisme fluvial durable permet de **promouvoir un comportement plus responsable** de la part des habitants et des visiteurs, tout en améliorant le cadre de vie.

## S'INSPIRER DES BONNES PRATIQUES

### LE TOURISME DURABLE DANS LES STRATÉGIES ET LES MODÈLES DE GOUVERNANCE

Les partenaires de STAR Cities ont constaté le manque d'approches durables dans les modèles de gouvernance ainsi que dans les stratégies du tourisme fluvial. Il y a donc un vrai besoin de modèles permettant d'accélérer et de promouvoir les pratiques durables.

À cette fin le label et le programme **Slovenia Green** (Slovénie) montre comment une approche nationale, avec un positionnement clair et basé sur un ensemble de critères reconnus au niveau international, peut rassembler les destinations et les entreprises touristiques dans un processus de transition écologique et durable. Parallèlement, le **Prix de la Capitale verte de l'Europe obtenu par Ljubljana en 2016**, montre également que les récompenses internationales sont des outils pour atteindre des objectifs ambitieux en faveur d'une meilleure protection de l'environnement et de développement durable.

### MOBILITÉ FLUVIALE DURABLE

De nombreuses zones fluviales en périphérie des villes ne sont pas bien reliées par les transports publics, ou mal reliées entre elles. Les fleuves doivent être considérés comme un moyen de mobilité durable. Il est également nécessaire d'accélérer la transition énergétique avec le développement de solutions plus écologiques dans le transport.

Ainsi, les **croisières commentées et passeurs de rives opérés par Au fil de l'eau (Val-de-Marne)** ne sont pas seulement une solution de mobilité plus écologique. Ces projets permettent également à des personnes sans emploi de s'intégrer à nouveau dans la vie sociale et économique et participent à la sensibilisation des habitants et visiteurs à la protection de l'environnement.

## LE TOURISME EN RELATION ÉTROITE AVEC LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Il est nécessaire de gérer et de mesurer les impacts environnementaux et sociaux du tourisme, par l'adaptation des capacités d'accueil, une gestion intelligente des flux touristiques et l'utilisation des nouvelles technologies. L'avenir sera vert et numérique, nous devons donc promouvoir de nouvelles solutions innovantes dans l'ensemble du secteur touristique.

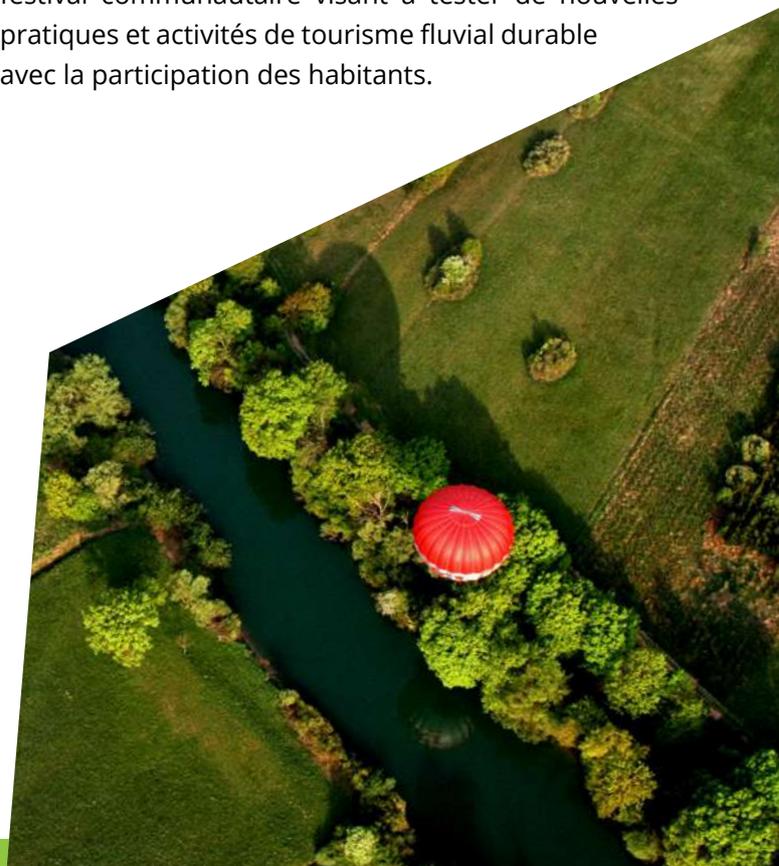
Le **parc départemental de la Haute-Île (Seine-Saint-Denis)** est un excellent exemple de la manière de protéger des zones humides essentielles pour la faune et la flore, en respectant les exigences environnementales les plus strictes. Quant à la **plateforme UPYNÉS TĒKA (Kaunas)**, elle offre un outil virtuel innovant pour la collecte et l'archivage de la mémoire concernant les rivières, les ruisseaux et leurs berges dans la région de Kaunas.

## DES ÉVÉNEMENTS POUR CÉLÉBRER LA RIVIÈRE ET PROMOUVOIR LE TOURISME DURABLE

Les événements se sont avérés être d'excellents outils pour attirer les visiteurs vers les bords de rivières. Cependant, on peut questionner la pression

exercée par certains gros événements traditionnels. Les événements de grande envergure accueillant un nombre élevé de visiteurs sont rarement durables dans leur organisation et ne génèrent pas toujours de retombées positives pour les territoires.

L'organisation de **grandes randonnées culturelles** comme des événements de découverte du territoire (Val-de-Marne) relève avec succès deux défis : la promotion de la randonnée comme le moyen idéal de visiter, et la valorisation du territoire lui-même et de ses initiatives locales. Une autre bonne pratique est l'événement **Let's Celebrate the River (Kaunas)**, qui peut être source d'inspiration car il ne s'agit pas seulement d'un événement culturel, mais aussi d'un festival communautaire visant à tester de nouvelles pratiques et activités de tourisme fluvial durable avec la participation des habitants.



# Slovenia Green, le programme de tourisme durable slovène

Slovenia Green est un [outil national](#) pour le développement du tourisme durable dans les destinations et les entreprises touristiques opérant sous une marque commune.

Slovenia Green fonctionne comme un label de qualité attestant du **respect d'un large éventail d'exigences liées au tourisme durable**. Ce label est basé sur des critères utilisés au niveau mondial : les destinations sont évaluées selon le **Green Destinations Standard**, reconnu par le Conseil mondial du tourisme durable, tandis que les entreprises doivent obtenir l'un des certificats internationaux reconnus par le programme.

Le programme Slovenia Green est piloté par **l'Office du tourisme slovène**, tandis que l'agence Goodplace, certifiée pour l'évaluation du label Green Destinations Standard, est missionnée pour sa mise en oeuvre et pour accompagner les candidats. Depuis 2015, le dispositif compte **plus de 150 destinations et entreprises certifiés Slovenia Green**.

La première destination verte de Slovénie est Ljubljana. Avec sa rivière la Ljubljanica, la ville est un intéressant cas d'étude du tourisme fluvial durable. Grâce au succès du dispositif, la Slovénie est la première d'Europe **parmi**

**les 10 meilleures destinations durables du monde en 2018**, et a reçu le National Geographic Destinations Leadership Award.

Le programme a développé une méthodologie éprouvée, spécialement conçue pour répondre à tous les besoins des destinations et des entreprises qui souhaitent améliorer leur durabilité. Cette **approche holistique** peut servir d'exemple pour d'autres organisations touristiques nationales.

## Éléments clés :

- **Mis en œuvre par l'Office du tourisme slovène, accompagné par Goodplace.**
- **Localisation: Slovénie.**

# SLOVENIA GREEN



# Au Fil de l'Eau : croisières commentées et passeurs de rives

Un programme d'insertion professionnelle qui contribue au développement des mobilités douces et à la valorisation du patrimoine naturel des fleuves et rivières.

[Au Fil de l'Eau](#) est une **association qui travaille à la fois dans le domaine social et environnemental**. Au Fil de l'Eau a pour objectif de **favoriser l'accès à l'emploi des personnes qui en sont les plus éloignées**. Les salariés en insertion réalisent des travaux d'entretien des berges, organisent des croisières et d'autres animations pour promouvoir la sensibilisation à l'environnement le long de la Marne et de la Seine.

Chaque week-end de mai à fin septembre, Au Fil de l'Eau propose un **service de navette pour traverser la Marne** à plusieurs endroits, à l'aide de petits bateaux écologiques. Ce service est utilisé à la fois par les **habitants et les visiteurs**. Il fait partie des offres de **mobilité douce** du territoire et constitue un bon atout pour la **multimodalité** en facilitant la connexion avec les transports publics.

Au Fil de l'Eau propose également des **croisières en bateau pour découvrir le patrimoine naturel de la Marne**. Ces croisières fluviales (1h30 maximum) sont commentées pour valoriser la biodiversité et sensibiliser le public à la protection de l'environnement. Les commentaires sont

parfois effectués par les salariés en insertion, dans le cadre de leur formation aux métiers de l'animation.

Les bateaux utilisés sont de petits catamarans appelés "catalantes" (12 passagers maximum et quelques vélos). Bien qu'ils ne soient pas électriques, ils sont néanmoins **respectueux de l'environnement** (ils ne génèrent pas de vagues, sont silencieux, etc.) et permettent une véritable immersion dans ces espaces naturels préservés.

Les activités d'Au fil de l'eau sont **fortement soutenues par les autorités locales**, notamment la Région Ile-de-France, les départements et les villes concernés. Ce soutien financier est essentiel pour mettre en œuvre le programme d'insertion et garantir l'accessibilité des activités en pratiquant des tarifs très bas pour les usagers et les visiteurs.



## Eléments clés :

- **Mis en œuvre par** l'association Au Fil de l'Eau.
- **Localisation:** Val-de-Marne, Seine-Saint-Denis et Seine-et-Marne, France.



# Conclusions et recommandations

Accompagner et accélérer le développement d'un tourisme fluvial durable.

## 1. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE COMME NOUVELLE NORME

Nous considérons que le développement d'un tourisme fluvial durable est non seulement essentiel pour la viabilité à long terme de ce secteur économique, mais qu'il s'agit également du seul moyen de parvenir à une activité acceptable sur le plan environnemental et social, intelligente sur le plan climatique et résiliente aux crises. Le secteur du tourisme s'engage de plus en plus vers la durabilité mais le chemin à parcourir est encore long. Une stratégie ou une feuille de route pour la transition durable du tourisme fluvial est nécessaire, soutenue par des investissements dans les infrastructures vertes, des modèles économiques et des produits plus durables.

## 2. UN CADRE STRATÉGIQUE DURABLE EST IMPORTANT, MAIS PAS SUFFISANT

Nous pensons qu'une approche durable commence par une vision claire et un cadre stratégique holistique. Mais ce cadre global ne suffit pas, il doit s'appuyer sur des modèles opérationnels exemplaires et des stratégies réalistes à petite échelle. Afin de pouvoir développer le tourisme fluvial de manière durable, la coopération transfrontalière entre différentes

collectivités et organismes touristiques est primordiale. En outre, un dialogue entre les institutions responsables de la protection de la nature et de l'eau, ainsi que les organisations touristiques est absolument nécessaire. Les bonnes pratiques montrent qu'il est important de commencer par de petits projets "pragmatiques" et de les développer, mais en s'accordant sur un objectif clair dès le départ.

## 3. LE TOURISME DURABLE DOIT BÉNÉFICIER AUX COMMUNAUTÉS LOCALES

Au cours des années de croissance touristique rapide, les ressentis de la population locale à l'égard du tourisme n'ont pas toujours été pris en compte. L'attention portait surtout sur le nombre de visiteurs, les revenus générés et la satisfaction des touristes. Les habitants doivent être au cœur du tourisme durable et les produits touristiques durables doivent avant tout profiter à la population locale. Si cela vaut pour le tourisme en général, c'est d'autant plus le cas sur les berges des rivières auxquelles les habitants sont toujours très attachés et vigilants lorsqu'il est question de développement touristique.

#### 4. LES MOBILITÉS AU CŒUR D'UN TOURISME FLUVIAL DURABLE

Les mobilités durables sont un facteur clé pour développer le fleuve de manière durable. En outre, elles contribuent de manière significative à la promotion de pratiques plus responsables. Il est urgent de faire de la mobilité durable une partie essentielle de toutes les stratégies fluviales et de développer des modèles public-privé, notamment pour accélérer la transformation des bateaux utilisant des énergies carbonées vers des solutions plus écologiques. En outre, il s'agit aussi de faciliter l'interconnectivité et la combinaison de différents modes de transport, avec par exemple un billet unique. Gardons à l'esprit que les moyens de transport répondent également aux besoins des habitants et pas seulement des touristes.

#### 5. UNE COMBINAISON ÉQUILBRÉE D'ÉVÉNEMENTS ÉPHÉMÈRES ET D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES TOUT AU LONG DE L'ANNÉE EST ESSENTIELLE

Les événements ont démontré leur rôle important pour la sensibilisation à l'environnement, mais aussi pour tester des idées qui peuvent progressivement se transformer en activité pérenne. Ainsi il convient d'inscrire les événements dans une démarche "zéro déchet" et de préférer aux grands événements des événements plus petits, répartis dans le temps et dans l'espace. Il est également nécessaire de développer une diversité de produits touristiques pérennes, gérés par le secteur privé tout au long de l'année, et qui améliorent la qualité de l'expérience des visiteurs, comme celle des habitants.

#### 6. UNE REPRISE TOURISTIQUE ATTENTIVE DANS LE CONTEXTE POST-PANDÉMIQUE

Le Covid-19 a gravement impacté le mode de vie de centaines de millions de personnes en Europe et dans le monde, et les priorités en matière de voyage ont radicalement changé. La reprise sera variable selon les contextes régionaux. Les voyages deviendront plus inclusifs et plus personnalisés. La pandémie a aussi rappelé l'importance de l'accès des populations à des espaces de plein air et à la nature. Les villes fluviales, disposant en abondance d'espaces naturels le long des berges à proximité des centres-villes pourraient bénéficier de ces changements. Cela à condition de rester attentif à la gestion de ces flux générés par les touristes comme par les habitants, ainsi qu'à la dimension durable des infrastructures, offres et expériences développés.



# Conclusion

Plus que jamais, les partenaires de STAR Cities sont convaincus que le développement du tourisme fluvial est une véritable opportunité pour les villes européennes, pour l'émergence de solutions innovantes de tourisme durable.

L'épidémie de Covid-19 a gravement impacté le secteur touristique dans toute l'Europe et en particulier dans les destinations urbaines comme les partenaires STAR Cities. De nombreux citoyens cherchent des idées de sorties ou de séjours dans un environnement plus naturel. La stratégie consistant à rééquilibrer le tourisme urbain en attirant des visiteurs dans des espaces moins fréquentés semble être la bonne et pourrait bénéficier au développement du tourisme fluvial.

Le programme d'échange d'expériences mis en œuvre avec STAR Cities a été particulièrement utile aux partenaires du projet pour enrichir leur stratégie post-covid, soutenir les acteurs locaux et guider les décideurs politiques sur la voie d'un tourisme plus durable utilisant les rivières comme une opportunité de développement territorial.

Après trois ans de coopération, d'échange d'expériences et de discussions passionnantes, les partenaires de STAR Cities mettent désormais en œuvre des actions inspirées les uns des autres et se réjouissent de poursuivre ce partenariat à l'avenir.



## Réseau européen Riverside Cities

Certains des partenaires de STAR Cities sont également membres du réseau européen Riverside Cities, qui rassemble des régions souhaitant développer ou revitaliser les activités de loisirs le long des rivières ou des voies d'eau en milieu urbain.

Pour en savoir plus: [www.riversidecities.eu](http://www.riversidecities.eu)

## Au terme de cet échange d'expériences, 24 recommandations pour le développement du tourisme fluvial

1	L'engagement des habitants commence par la réappropriation des berges
2	Garder la mémoire de l'histoire de la rivière permet de renforcer le storytelling des destinations
3	En tant qu'institutions ou organismes publics, adopter des approches « bottom-up » en impliquant les citoyens
4	Faire des habitants des partenaires actifs, pour accroître l'acceptabilité du tourisme
5	« Think small » en commençant par des événements à petite échelle et participatifs pour un tourisme plus durable
6	Le tourisme de proximité a le vent en poupe et bénéficie aux destinations fluviales
7	L'innovation et l'établissement de nouveaux modèles économiques sont des nécessités absolues
8	Créer des expériences touristiques uniques pour les visiteurs des villes fluviales
9	Les partenariats public-privé commencent par un consensus d'objectifs et de valeurs
10	Il n'y a pas de tourisme fluvial sans accessibilité aux berges
11	Une meilleure gestion des flux de visiteurs afin de garantir la protection de la nature
12	Des stratégies et des outils marketing plus responsables et plus engagés sur le plan social
13	Les enjeux fluviaux devraient être mieux pris en compte dans les modèles de gouvernance
14	L'élaboration de stratégies collectives pour tourisme fluvial est nécessaire
15	Instaurer la confiance : mettre en œuvre des projets avant d'élaborer une stratégie
16	Fleuves et rivières ont le potentiel de devenir des destinations touristiques
17	Partir des besoins ou des initiatives des habitants pour des projets plus pertinents
18	Le rôle des organismes de destination évolue pour s'adapter aux nouveaux enjeux
19	Le développement durable comme nouvelle norme
20	Un cadre stratégique durable est important, mais pas suffisant
21	Le tourisme durable doit bénéficier aux communautés locales
22	Les mobilités durables doivent être au cœur d'un tourisme fluvial durable
23	Une combinaison équilibrée d'événements éphémères et d'activités touristiques tout au long de l'année est essentielle
24	Une reprise touristique attentive dans le contexte post-pandémique

# Le mot de la fin par les chefs de projet

Les projets européens sont, avant tout, basés sur des rencontres humaines. Pour conclure ce guide nous avons voulu donner la parole à ceux qui ont travaillé sur ce projet au quotidien, depuis son lancement en 2018.



**Camille Chowah, Val-de-Marne Tourisme & Loisirs** : Nous avons commencé ce projet avec la volonté de découvrir d'autres territoires européens et d'apprendre de leurs propres expériences en matière de développement du tourisme fluvial. Malgré la crise de Covid-19 qui nous a empêchés d'avoir de "vraies" rencontres pendant 2 ans, nous avons réussi à établir un dialogue et des échanges qui vont enrichir nos propres stratégies et, espérons-le, nous conduire vers de nouveaux projets de coopération dans le futur.

**Viltė Migonytė-Petrulienė, Kaunas 2022** : Toutes ces années ont été riches en apprentissage et en partage de bonnes pratiques et d'outils entre tous les partenaires de STAR Cities. Dans cette aventure, au-delà des précieux moments d'échanges qui en sont le coeur, notre réalisation la plus importante a été d'établir un dialogue courageux et éclairé au sein de notre ville, renforçant le sentiment que Kaunas, comme d'autres villes européennes, a un fort potentiel de transformation et de développement.



**Elisabetta Romano, Municipio IX de Rome** : Le projet STAR Cities a été développé tandis que la ville de Rome reprenait les travaux de réaménagement du Tibre pour le revitaliser après de longues années d'abandon. Les expériences tirées du projet nous ont donné des idées pour améliorer nos interventions et en proposer de nouvelles. La création d'une plage urbaine et le projet de création d'un organisme touristique pour la promotion du Tibre en sont des exemples.



**Alessandro Drago, Région du Latium** : Le projet STAR Cities s'est déroulé à un moment important pour la région du Latium, qui lançait une nouvelle politique expérimentale de valorisation de ses cours d'eau afin d'en développer l'attractivité et donc le potentiel touristique. La loi régionale sur les contrats de rivière a rendu possible le financement de projets ciblés, permettant l'échange de bonnes pratiques pour la mise en place du tourisme fluvial.

**Nataša Mršol, Région urbaine de Ljubljana** : L'échange de connaissances et d'expériences entre les partenaires du projet et au niveau local, le partage de bonnes pratiques sur différents thèmes liés au développement du tourisme, qu'il s'agisse de leurs succès comme de leurs limites, et des raisons de ces échecs - tous ces aspects du projet STAR Cities ont été d'une grande valeur pour moi, pour l'équipe de l'Agence de développement et pour notre région.



**Tanja Blätter, Région métropolitaine de Hambourg** : STAR Cities nous a incité à élargir notre champ de vision au-delà de nos propres horizons et à tirer parti de l'expérience d'autres régions d'Europe. Nous avons déjà une offre touristique assez diversifiée le long de l'Elbe, mais il y a encore beaucoup à apprendre et un grand potentiel pour un tourisme plus durable et structuré le long du fleuve. STAR Cities nous a offert un aperçu des projets menés dans d'autres régions et l'opportunité de rencontrer les personnes formidables qui se cachent derrière.

**Thomas Guillot, Réseau NECSTouR** : Après cette période difficile pour le secteur du tourisme, STAR Cities prouve plus que jamais que le tourisme durable est la voie à suivre pour le tourisme de demain. La transformation efficace du programme de travail vers des formats en ligne, si elle a réduit la qualité des échanges entre les partenaires, a permis d'élargir la portée du projet en facilitant la participation des régions membres de NECSTouR, y compris de façon active dans le partage d'expériences.





# STAR Cities

Interreg Europe

**Suivez-nous sur les réseaux sociaux:**

 [@RiversideCities](https://twitter.com/RiversideCities)

 [Riverside Cities Youtube Channel](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Le guide des bonnes pratiques STAR Cities est le résultat de trois années de coopération sur le développement du tourisme fluvial. Ce document présente les principaux résultats du programme d'échanges d'expériences du projet et une sélection de bonnes pratiques proposées par tous les partenaires du projet.

**Contact :**

Camille Chowah, Coordinatrice du projet  
Val-de-Marne Tourisme & Loisirs  
[cchowah@tourisme-valdemarne.com](mailto:cchowah@tourisme-valdemarne.com)

[www.interregeurope.eu/starcities](http://www.interregeurope.eu/starcities)