



ARCHIPEL

CARNET
DE VOYAGE
→ EN TERRES
TOURISTIQUES

BIENVENUE

DANS UN CONDENSÉ
DU TOURISME

INGÉNIERIE TOURISTIQUE,
TERRA INCOGNITA ?

L'archipel, c'est un ensemble d'îles connectées les unes aux autres, même si parfois très différentes. Terre luxuriante et mouvante, elle est souvent balayée par des intempéries d'une rare intensité. Sachez-le, la vie sur l'archipel n'est pas toujours de tout repos. Mais n'ayez crainte, votre voyage vous offrira surtout un très beau panorama sur le tourisme : ses ressorts, ses évolutions et ses *makers* - pour qui, tout est possible.

Ce carnet de voyage est votre visa.
Faites-en bon usage.

BIENVENUE

ÎLOT EXPÉRIENCE P.5

ÎLOT RESSOURCES P.13

ÎLOT PRATIQUES P.21

ÎLOT MISSION P.29

JEU DE TENDANCES P.39

QUEL MAKER ÊTES-VOUS ? P.40

ITINÉRAIRE ↗

ENTREZ DANS L'ARCHIPEL →

ICI, ON CRÉE DES OFFRES À SENSATIONS

→ FAITES-VOTRE CHOIX !

Se téléporter

Partez pour le Far West avec cette reconstitution du XIX^e siècle, ambiance *Westworld*.

Se laisser porter

Prenez-en plein la vue avec notre dernière immersion en réalité augmentée !

Se challenger

Affrontez-vous sans relâche dans notre *serious game*. Ne restez pas enfermé(e)s !

Se défouler

Venez dunker dans notre *summercamp* de basket. *Guest star* : Tony Parker !

S'essayer à autre chose

Faites votre choix parmi une sélection d'expériences. Plutôt soft ou plutôt trash ?

Se souvenir

Chauffez votre Insta avec la photo insolite.



Se recentrer

Retrouvez-vous avec une retraite de méditation. Ici, on fait silence.

Se distinguer

Embarquez dans nos navettes pour un voyage spatial ! À seulement 200 000\$ pour les 10 premiers cosmonautes.

Se ressourcer

Optez pour notre club-Spa, on prend soin de vous. Balnéothérapie en option.

Se cultiver

Déambulez dans la nouvelle scénographie de notre musée. Sur les pas de Copernic.

Se divertir

Jetez-vous à l'eau dans notre parc aquatique, pour toute la famille !

Se rencontrer

Du temps pour une mousse en bonne compagnie ?

LES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES, UNE AFFAIRE DE CRÉATION

↘ **Si les offres intègrent désormais une dimension expérientielle, comment les départager ? On parle de sensoriel ou de sensations fortes - de l'odeur d'un champ de tulipe en Hollande au Tchernobyl Urbex Tour - et on fait du bruit avec du social media. L'expérience peut-elle encore être aseptisée ?**

Où passer mes prochaines vacances ?

Vous scrollez entre les avis de voyageurs, les Adventures de locaux côté Airbnb, les rubriques de blogs tendances. Trop de possibilités ? Pas de panique, des algorithmes tournent pour vous pusher du pur sur-mesure : Berlin pour tenter l'entrée du Berghain - « Ah, bon délire la vidéo ! ». Vous imaginez déjà la réaction de vos amis avec vos stories *made in Germany*. Un son de Dettmann se lance en aléatoire sur votre appli de streaming préférée. Les astres sont alignés. Quelques clics et vous atterrissez sur une agence de *trash tourism*. « Voyagez léger, on s'occupe de tout » : conciergerie de luxe, vous êtes sapé avec des marques confidentielles pour chiller incognito. Action, vous réservez !

Wait a minute, pourquoi Berlin ?

C'est allez vite, vous n'avez pas compris ? Pourquoi cette envie si soudaine et pourtant si ancrée en vous ? Après tout, ça fait un bail que vous parlez d'y aller ! Vous venez simplement d'engloutir le cocktail *mass customisation - target marketing - machine learning*. Rafraîchissant, non ? Décryptage : on personnalise au max une offre de masse, on stimule votre désir mimétique, on fait de l'analyse prédictive avec vos data et on enrobe le tout dans une expérience utilisateur (UX pour les intimes) super fluide.

Alors oui, sur l'île Expérience, on joue avec votre cerveau. Mais vous n'êtes pas n'importe quel touriste. (Re)prenez le pouvoir, créez vos propres expériences !

ÉMERGENCE ET ABONDANCE

1990-2000

Essor des voyageurs pure-players
Booking et Easyvoyage voient le jour. Avec ces jeunes pousses, s'amorce une démultiplication des offres d'hébergement en ligne.

2000-2009

Avènement de la démocratie touristique

Avec l'essor de plateformes collaboratives et de sites d'avis tels que Trip Advisor, Airbnb ou Evaneos, tout le monde devient légitime pour expertiser un lieu ou un voyage.

2011

Visites depuis son canapé

Vous voulez du dépaysement par procuration ? Google Arts and Culture est lancé ! À vous les visites virtuelles de musées, lieux de culture et les milliers d'œuvres en HD !

2017

Place aux expériences de marque

Culminant à 195 mètres de haut, la Porsche Design Tower ouvre fièrement ses portes à Miami. Une démesure luxueuse à l'effigie de la marque.

2019

Clap de fin pour un mastodonte déconnecté

À l'âge de 178 ans, Thomas Cook, le plus ancien tour-opérateur, fait faillite et oblige le retour de 600 000 touristes dans le monde ; soit la plus grande opération de rapatriement de civils en période de paix.

2020

Dead or Alive dans le Morbihan

Un stage de survie en forêt tourne mal et fait perdre la vie d'Ulysse, un jeune homme de 25 ans. Les offres de *dark tourism* (« visitez une zone de guerre ») continuent néanmoins de gagner du terrain.

Gamification & socialisation 2.0

Métavers, ça vous parle ? Des programmes informatiques créent des lieux-univers. Animal Crossing connaît un succès fulgurant, tandis que Facebook lance la version alpha de Horizon, un réseau social virtuel. À vos masques Oculus !

2021

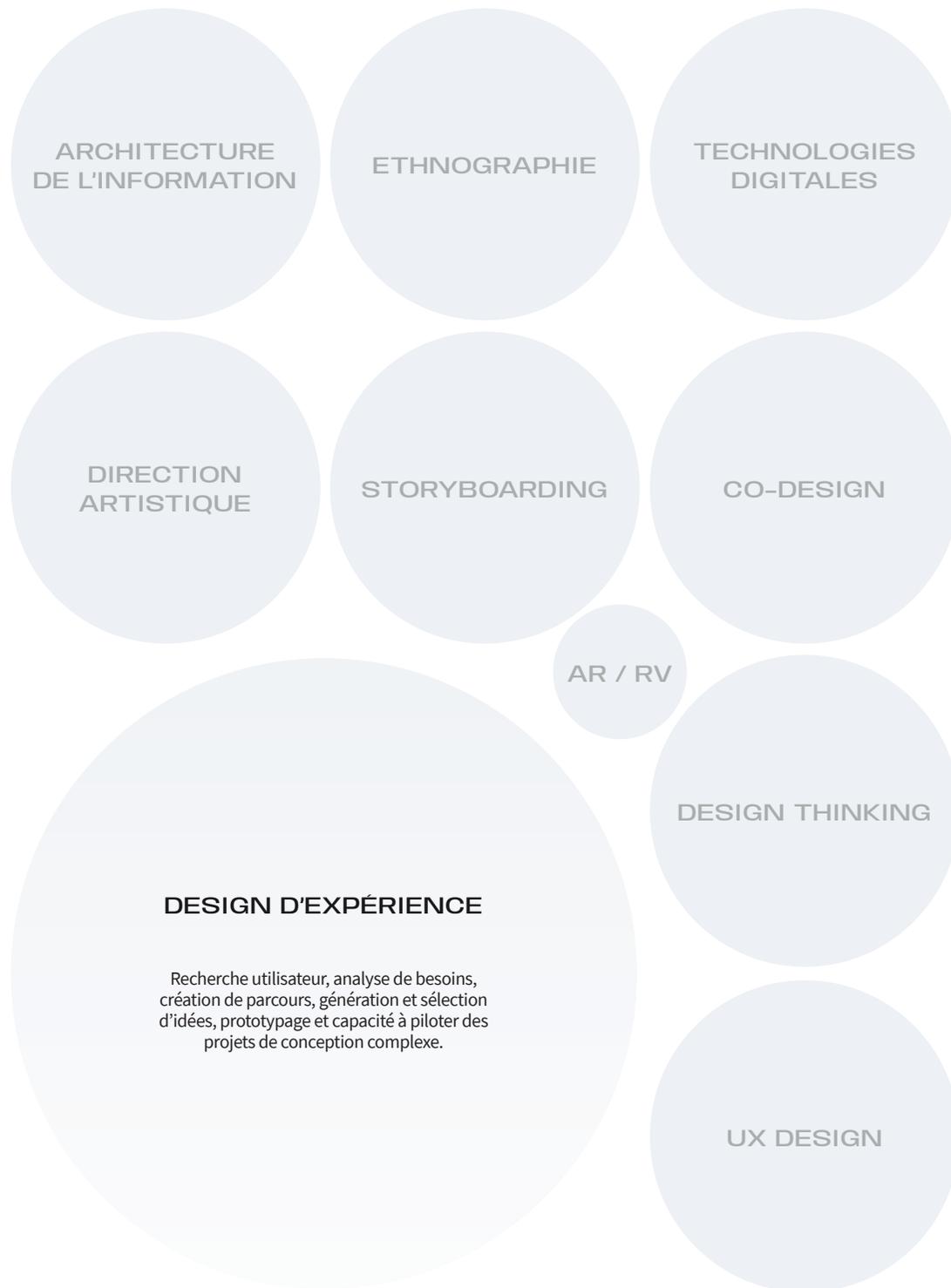
Ouverture de nouveaux espaces

Space X procède à de nombreux lancements de prototypes de fusées. Atterrissages plutôt... explosifs ! Ce qui n'empêche pas la société d'Elon Musk de signer avec la Nasa pour construire la future station spatiale lunaire.

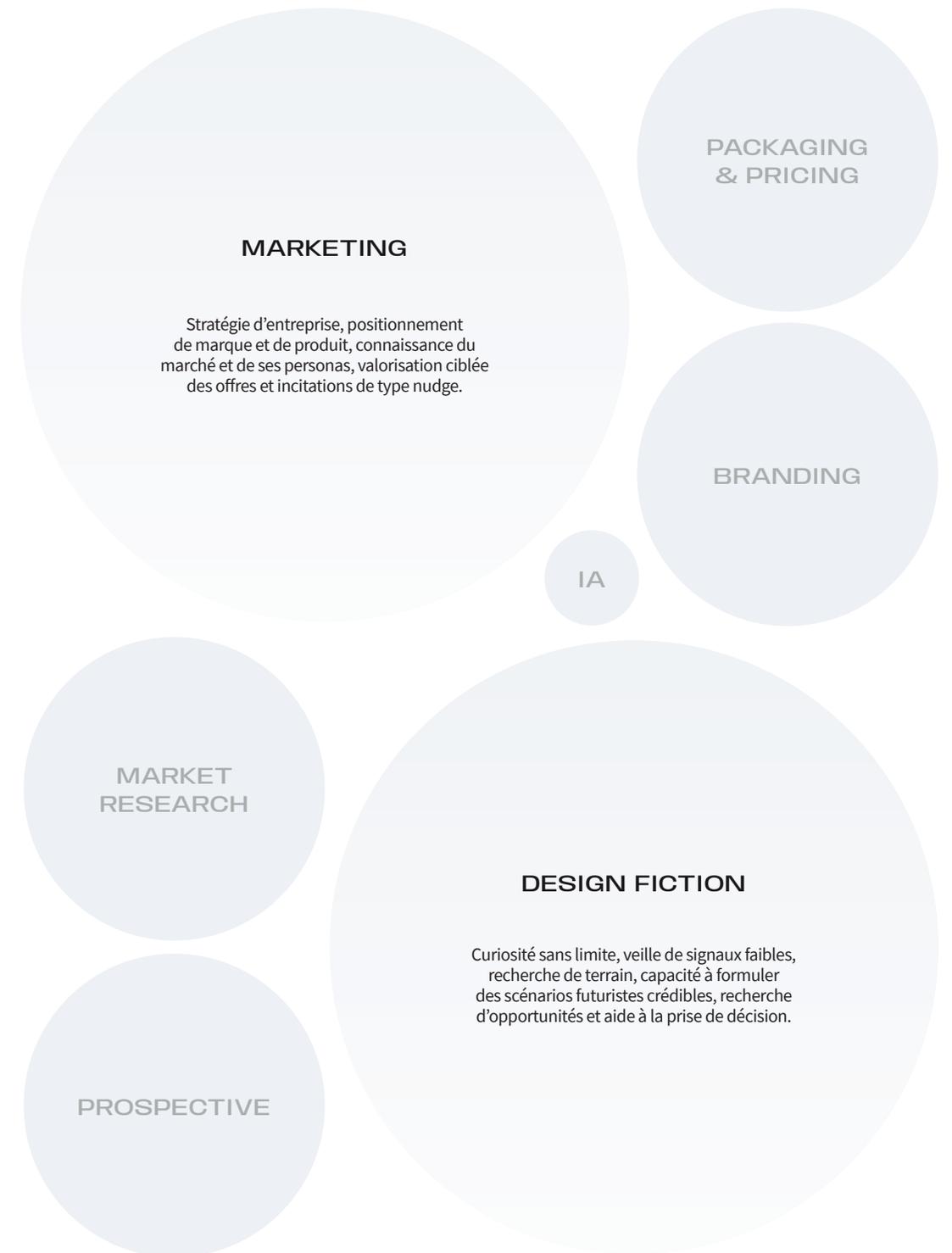
EXPÉRIENCES ULTIMES

FOCUS

En 1872, Thomas Cook proposait le premier voyage autour du monde : 222 jours et 45 000 kilomètres. Tout de même.



COMPÉTENCES DES MAKERS



Soucieux de rendre les expériences les plus inclusives possibles, les *makers* créent un lien affectif entre le produit touristique et sa cible. Ils sont à l'aise avec les enjeux de désirabilité (traduire des besoins en satisfaction clients), de faisabilité (expérimenter avec des technologies de pointe) et de viabilité (faire avec des organisations humaines limitées).

RECHERCHES ACTIVES

OFFRES
D'EMPLOI ↘

JUNIOR FACILITATEUR STARTUPS H/F - INCUBATEUR

Pour aider nos startups du e-tourisme, vous animez des sessions de créativité (inspiration, *business model*, prototypage, etc.) et connectez les entrepreneurs avec un écosystème élargi (décideurs publics, *business angels*, partenaires techniques, experts et coachs).

Vous êtes également chargé de valoriser les projets incubés et nos activités : rédaction d'une newsletter innovation & tech, d'articles sur les enjeux du marché ou d'interviews.

SENIOR DESIGNER DE SERVICE H/F - AGENCE CONSEIL

Au sein de notre pôle « Institutions culturelles », vous êtes responsable des diagnostics UX et imaginez de nouveaux parcours et expériences de visite. *Storytelleur* dans l'âme, vous savez raconter des histoires qui éveillent les sens du public et restez à l'écoute des retours utilisateurs pour améliorer les retombées.

Enfin, vous êtes rodé au co-design et êtes dans la culture du test « tout public » : test en laboratoire, *guerilla testing*, *A/B testing*, etc.

HIGH POTENTIAL CHIEF EXPERIENCE OFFICER (CXO) - ENTREPRISE ETI

Au sein de notre groupe hôtelier de luxe, vous êtes le garant de notre image et expérience de marque. Véritable chef d'orchestre, on vous reconnaît dans votre capacité à coordonner un réseau d'acteurs hétérogènes et à anticiper les besoins des clients les plus exigeants.

Dans une logique d'amélioration continue, vous savez mesurer la satisfaction à chaque point d'interaction (de l'imaginaire au souvenir du séjour) et acculturer l'ensemble des collaborateurs à cette recherche d'excellence.

INSPIRATIONS

TOURISME D'EXPERIENCES

Carbone et Silicium

De Mathieu Bablet, BD *one shot* de science-fiction post-apocalyptique

Dopamine, La détox des applis qui vous rendent accros

8 x 6 minutes - Arte.tv

Ian Spalter : Digital Product Design

Abstract : L'art du design - Saison 2, Épisode 5

VOTRE PROCHAINE DESTINATION ↗

ÎLOT RESSOURCES

TOURISME DE RESSOURCES

Un tourisme sans ressources ? Des ressources sans tourisme ? *No way* ! Ils sont devenus indissociables, liés par un destin partagé. L'extension du tourisme au « quotidien » fait de n'importe quel individu un touriste en puissance. D'accord, mais ça change quoi ? C'est simple : l'ensemble de notre biodiversité, de nos infrastructures, réseaux et services publics sont susceptibles de servir l'activité touristique et donc... d'être impactés par ses évolutions.

Connexion naturelle... ou liaisons dangereuses ?

À vous de trancher !

Parcourez malgré-vous l'îlot Ressources.

Faites comme à votre habitude.

WELCOME TO THE ISLAND →

ICI, ON PENSE, ON GÈRE & ON DÉVELOPPE

→ CHALLENGEZ LES RESSOURCES !

Se loger

Réservez un hôtel, une auberge ou une chambre d'hôtes, mettez-vous à l'aise.

Se restaurer

Asseyez-vous aux meilleures tables du coin, faites vibrer vos papilles !

Se divertir

Détendez-vous au cinéma ou au théâtre. Demandez le programme !

Communiquer

Rejoignez notre réseau. Ici on surfe en haut débit dans toutes les positions. *Stay tuned !*

Rencontrer & réseauter

Rejoignez votre séminaire, salon professionnel ou session de *team building*. Tout est prévu !



Bouger

Déplacez-vous en un rien de temps, on est à la pointe de la mobilité !

Arriver et repartir

Vous êtes à destination. Bienvenue ! *Welcome ! Welkom ! Bem-vindo ! 欢迎*

S'informer

Rassurez-vous, vous n'êtes pas perdu(e) : on est là pour vous guider.

Apprendre

Visitez nos espaces dédiés. Culture ou science ? Pourquoi choisir !

Consommer

Vous avez besoin de quelque chose ? Autorisez-vous une journée shopping !

AVIS DE TEMPÊTE(S) ?

↳ **Comment organiser les ressources touristiques de façon pérenne, sans fragiliser les écosystèmes, tout en étant capable de résister aux imprévus ? C'est la question posée ! De Londres à Séoul, des Pyrénées jusqu'aux Andes, trois tendances émergent.**

Permis de construire ?

Un touriste reste un touriste ! Il se fond dans nos lieux de vie, utilise nos infrastructures et s'imisce dans la biodiversité qui nous entoure. Et les touristes sont toujours plus nombreux ! Or chaque jour, 100 hectares de terres cultivables sont, en France, grignotés par la bétonisation. Près de 30%, pour des ressources de type « réseaux » (comme les transports), 20% pour des services et loisirs. Face à cela, la non-construction pourrait devenir la règle, et la construction... l'exception !

Viser juste

Biodiversité, réseaux et infrastructures sont des « communs » qui s'inscrivent dans un quotidien. Et en matière de projet territorial, il faudra désormais viser juste. Local ou international, petit nombre ou grande capacité, court ou long terme ?

Entre ces différentes échelles, les politiques publiques devront trancher. L'aménagement du territoire sera impacté et le secteur touristique devra quant à lui s'adapter.

Cap sur la résilience

Que vous soyez « monde d'avant » ou « monde d'après », la Covid rebat les cartes. Les ressources sur lesquelles s'appuie (directement ou indirectement) le tourisme intégreront les conditions de leur antifragilité. Pandémies, conflits, pénuries, volatilité... les « aléas » se multiplient. Les modèles auto-centrés, les grands hubs développés pour de grands volumes et une forte concentration humaine sont et resteront les plus exposés. Gare aux « cygnes noirs » !

COMMENT EN EST-ON ARRIVÉ LÀ ? ↗

L'ÈRE DES POSSIBLES

FOCUS

29 000 ! c'est le nombre de places de parking prévues dans l'Aéroport d'Atlanta. Plus de 110 millions de passagers en 2019.

NOUVELLE DONNE

RUPTURE



1965

Cuzco sur Méditerranée

Début des travaux de la Grande Motte, station balnéaire créée ex nihilo et prévue pour accueillir plusieurs centaines de milliers de vacanciers. L'architecture s'inspire des Pyramides précolombiennes !

ANNÉES 70

Sky is the limit

L'aéroport international Hartsfield-Jackson incarne l'émergence des premières super plateformes de correspondances aériennes.

1977

Fin du plan neige, vive la montagne

Après une dizaine d'années d'aménagement intensif pour créer plus de 20 stations de ski, le président Valérie Giscard d'Estaing essaie de reprendre le contrôle.

2012

Un stade en Kit ?

Le stade olympique de Londres est conçu pour être partiellement démonté une fois les JO terminés.

2018

Les têtards plutôt que l'aérogare !

L'aéroport de Notre-Dame-des-Landes, censé offrir de nouvelles perspectives économiques, contesté pour son impact environnemental, est abandonné.

2019

Haro sur la démesure

Il devait devenir le plus grand centre commercial d'Europe ! Le projet de mega complexe Europa city (Île-de-France) est rangé au placard.

2020

Sobriété foncière

Alors qu'en France la consommation d'espace a représenté 27 000 hectares par an entre 2006 et 2016 (soit 4 à 5 terrains de football par heure) un objectif de « zéro artificialisation nette » est inscrit dans le plan pour la biodiversité. La même année, EuroVelo, réseau d'itinéraires cyclables européen, comptabilise 45 000 km de pistes !

2021

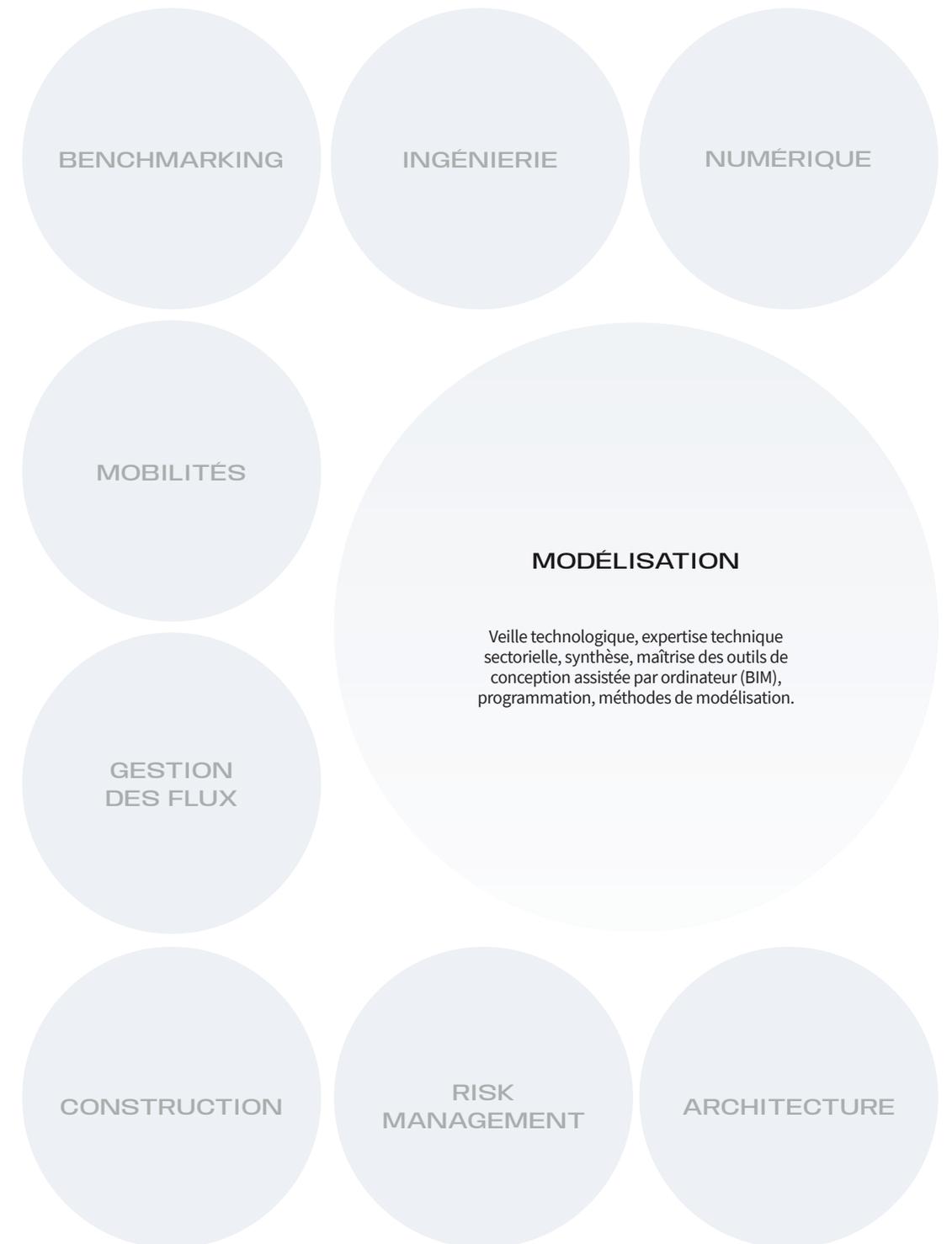
Effondrement des « villes mondes »

Les frontières se ferment, plongeant dans la crise les « grands hub touristiques » mondiaux. 14,3 millions de touristes en moins ! C'est la baisse de la fréquentation touristique en région parisienne pour le seul premier semestre 2020. Soit un manque à gagner de 6,4 milliards d'euros.

& CONCRÈTEMENT ? →



COMPÉTENCES DES MAKERS



Étudier, orchestrer et entreprendre : nos *makers* ont les épaules solides ! Quand ils ne sont pas directement à l'origine des projets, ils en tiennent le gouvernail. Le tout en faisant cohabiter harmonieusement tourisme et ressources, bref... que le premier ne se développe pas au détriment des secondes.

RECHERCHES ACTIVES

OFFRES
D'EMPLOI ↘

JUNIOR CHARGÉ D'ANALYSE PROJET H/F – BUREAU D'ÉTUDES

Au sein de notre équipe pluridisciplinaire, vous êtes responsable de l'évaluation des programmes touristiques dont nous avons la charge.

En tenant compte des caractéristiques propres à chaque territoire, vous êtes amené à concevoir un cahier des charges opérationnel, établir des indicateurs de faisabilité et proposer des modélisations devant permettre une analyse détaillée de chaque projet.

SENIOR DIRECTEUR DU TOURISME, DE LA CULTURE ET DES SPORTS H/F – COLLECTIVITÉ TERRITORIALE

Chef d'orchestre des politiques déployées sur le territoire, vous coordonnez l'ensemble des projets dans lesquels notre collectivité est partie prenante.

Sous l'autorité du Directeur des services, vous êtes le garant de la cohérence générale et supervisez la mise en oeuvre stratégique. Projets d'investissement, délégations de service public, promotion et valorisation de l'offre territoriale, vous êtes incontournable !

HIGH POTENTIAL ASSOCIÉ H/F – STUDIO D'ARCHITECTURE

Entrepreneur dans l'âme, vous souhaitez rejoindre un studio d'architecture ambitieux, dont l'expertise et les réalisations sont reconnues sur les enjeux contemporains. Inclusion, mobilité, urbanisme et développement durable, nous cherchons notre nouvel associé pour nous accompagner dans ces nombreux challenges.

Réhabilitation, infrastructures publiques, innovation technologique et prouesses architecturales, les projets sont légion !

INSPIRATIONS

TOURISME DE RESSOURCES

**Podcast France Culture,
L'Économie du voyage**
4 épisodes (2019)

Black Swan (2007), Antifragile (2012)
Nicholas Nassim Taleb

**Comment formuler une stratégie
face à l'incertain**
Peter Scoblic, HBR (Nov 2020)

VOTRE PROCHAINE DESTINATION ↗

ÎLOT PRATIQUES

Qu'est-ce qu'un comportement touristique normal ? Les idées reçues sont tenaces.

Vite, apportez à ces touristes français une planche de fromages et du vin ! Comment, ils n'en veulent pas ? Et le circuit en motoneige ? Notre super jacuzzi d'hiver ? Non plus ?! Loin d'être des comportements extrêmes, ils sont juste venus faire autre chose, et différemment.

Ça nous change.

Venez vous confronter à l'îlot Pratiques.
Soyez prêt(e) à bouleverser vos habitudes.

TOURISME DE PRATIQUES

ようこそ →

PRA TIQUES SOUS INFLUENCE(S)

↘ **Comme-ci, comme-ça, par-ci, par-là, tout de suite ? Non, plus tard ! Y aurait-il autant de pratiques qu'il y a de touristes ? Hum ... quel bazar ! Existerait-il tout de même quelques leviers intemporels ? Ces inconditionnels qui traversent les époques et influencent nos façons de voyager ?**

Le référent collectif

Et si nos choix étaient déterminés par les gens qui nous entourent ? Pendant longtemps, voyager loin et vite était synonyme de cool et branché. Mais sera-t-il toujours aussi *hype* d'être *jetlagué* et de collectionner les destinations ? Ou devons-nous, au contraire, gérer notre honte de prendre l'avion ? *Road tour* ou séjour *express*, bas-carbone ou *full CO2*, avec ou sans smartphone... Rien n'est certain, si ce n'est que les référentiels et normes sociétales évoluent et qu'ils nous façonnent. Pour ne pas perdre le fil, rendez-vous au royaume des influenceurs. Compte Instagram recommandé...

Le signal prix

Prix et pratiques sont indissociables. Luxe et *low cost* cohabitent, et dépendent davantage de la profondeur du porte-monnaie que de notre volonté. Alors que « la maison brûle », pratiques VIP et tourisme de masse sont au banc des accusés. Les premières parce qu'elles sont réservées à des nantis individualistes ; le second parce qu'il incarne un système à bout de souffle. Entre privilèges et démocratisation, où placer le curseur ?

Sérendipité

Innovations et crises changent nos pratiques. D'abord l'avion, récemment le numérique, aujourd'hui une pandémie. Et demain ? N'est pas futurologue qui veut ! Gageons néanmoins que l'être humain, cet animal social, curieux et apprenant, saura s'adapter à l'inconnu pour transformer ses pratiques... en surface, comme en profondeur.

COMMENT EN EST-ON ARRIVÉ LÀ ? ↗

SANS HORIZON(S)



1976

À toutes blindes !

Mise en service du Concorde : le transport luxueux par excellence. Paris est désormais à 3 heures de vol de NYC. Supersonique et super cher ! Prix moyen : 7 000 € (sans le retour).

80-90'

Le temps de l'insouciance

Le tourisme s'est considérablement démocratisé. Voyager n'est plus un plaisir de privilégiés. *All inclusive* ! On repousse toutes les limites. Plus nombreux, plus vite et surtout plus loin !

2003

Le triomphe du *low cost*

RyanAir connaît une ascension éclair : 21 millions de passagers transportés au cours de l'année, contre moins de 700 000 au milieu des années 90. Le prix l'emporte sur le confort !

2000'

Just do it !

Le numérique change la donne. Sites et plateformes, mises en relation, touristes connectés et surtout : des voyageurs autonomes. Nouveaux usages, nouvelles pratiques !

2010'

Like & Share !

L'essor des réseaux sociaux offre une nouvelle dimension au marketing d'influence : Bruno, Louna, Vince22, et leurs 200K, 500K, 1 million d'abonnés orientent les pratiques de nombreux touristes ! Insta, nouveau saint patron des voyageurs ?

2012

Poseyyy !

Cittaslow s'étend à la France. 1^{er} réseau international de villes engagées à ralentir. Objectif : proposer bien-vivre et bien-être aux voyageurs responsables ! On voyage en pleine conscience, on prend le temps !

2019

Fin de partie ?

Tourist : go home crient les Florentins, alors que Venise se rebiffe et que Rome vote une loi pour encadrer les comportements touristiques. Nombre, excès et consommation outrancière... C'est tout un modèle qui se retrouve dans le viseur.

ÉTÉ 2020

La Corrèze plutôt que la Corée

En pleine épidémie de la Covid, alors que les avions sont cloués au sol et les frontières fermées, les français restent en France à la découverte de leur pays. Revanche du proche sur le lointain ?

& CONCRÈTEMENT ? →

DÉSINTERMÉDIATION

CHANGEMENT D'ÉCHELLE

FOCUS

Avec 20 millions de touristes par an pour 250 000 habitants, la ville de Venise met en place des « portiques à touristes ». Cité flottante à guichets fermés !



COMPÉTENCES DES MAKERS



À l'écoute du terrain, ces *makers* analysent et décryptent nos comportements, nos envies, nos attentes. Celles du moment, comme celles à venir. Pour mieux nous influencer ? Ça se discute. Comprendre, anticiper, guider ? C'est probablement la sainte-trinité de l'îlot Pratiques, mais gare aux effets de mode et aux excès de dopamines !

RECHERCHES ACTIVES

OFFRES
D'EMPLOI ↘

JUNIOR ENQUÊTEUR H/F – PROGRAMME DE RECHERCHE

Dans notre programme, vous jouez avec les data et utilisez les enseignements des sciences comportementales. Enquêtes terrain et focus group, c'est grâce à vous que nous pouvons identifier ces « tendances » qui feront le tourisme de demain.

Rigoureux et synthétique, fin limier et observateur, vous savez faire preuve d'empathie pour comprendre ce que les gens « ne font pas encore » et écouter ce « qu'ils taisent » !

SENIOR EXPERT EN MARKETING H/F – PROMOTEUR IMMOBILIER

Pour le compte d'un projet d'aménagement urbain dont nous sommes partenaires, notre groupe cherche un spécialiste du marketing pour promouvoir les nouveaux usages culturels associés.

Vous disposez d'une solide expérience en conduite du changement afin d'accompagner les évolutions poursuivies, renforcer leur acceptabilité et permettre à terme, leur adoption. Vous vous illustrez par votre sens de la pédagogie et vos concepts créatifs.

HIGH POTENTIAL PARTNER – CABINET D'INNOVATION & DE PROSPECTIVE

Notre cabinet d'innovation recrute un nouveau Partner afin d'étoffer son expertise dans les domaines culturel, touristique et sportif. Dans un environnement fluctuant, où les pratiques ne cessent d'évoluer, nous aidons nos clients (publics comme privés) à anticiper les nouveaux comportements, et les conseillons dans leur processus d'innovation.

Vous structurez notre méthodologie et affinez notre approche des acteurs et enjeux de l'ingénierie touristique et culturelle, notamment via la création d'un LAB d'open innovation. Qu'il s'agisse d'organisation, de gouvernance, de recrutement ou d'accompagnement, vous êtes à l'aise pour faire bouger les cadres !

INSPIRATIONS

TOURISME DE PRATIQUES

Thinking fast and slow, 2011

Daniel Kahneman

Why are we stuck behind the social acceleration?

Hartmut Rosa, TEDxFSUJena

Podcast : Comment voyager en mode slowtourisme ?

Les coulisses du voyage, 2021

VOTRE PROCHAINE DESTINATION ↗

ÎLOT MISSION

Pourquoi laisser ses convictions à la maison dès lors que l'on est censé « s'offrir du bon temps » ?

Et si le *flow* du quotidien ne nous permet pas toujours de les revendiquer autant qu'on le souhaite, pourquoi ne pas les défendre pleinement, en short et en tongs ?

Vivre son engagement à travers un tourisme dit « à mission », c'est avant tout conjuguer sa singularité et son sens du collectif tout en « faisant sa part ».

Engagez-vous sur l'îlot Mission.

Laissez vos convictions s'exprimer !

REJOIGNEZ LE COLLECTIF →

ICI, ON S'ENGAGE SUR DES DÉFIS COLLECTIFS

→ SEUL OU EN GROUPE, ENGAGEZ-VOUS !

Participer à un projet humanitaire

Proposez vos compétences en informatique dans une école en construction.

Préserver l'environnement

Prenez le large et triezy les déchets repêchés en mer.

Financer un projet solidaire

Créez une campagne de financement participatif pour emmener les jeunes de votre quartier en vacances !



Rejoindre un projet solidaire et inclusif

Apprenez à faire autrement au contact des locaux et des associations rurales.

Documenter la crise climatique

Observez et décrivez les dérèglements en chaîne liés à la fonte des glaces.

Influencer

Persuadez les décideurs locaux de soutenir une initiative touristique solidaire.

Proposer une alternative

Vivez au rythme d'un éco-village et cuisinez des recettes végétariennes !

Alerter le grand public

Dénoncez les causes et les conséquences d'une marée noire sur le littoral.

VOYAGER ENGAGÉ : A NEW WAY OF LIFE

↘ **Chaque jour, il y a ce petit ou grand quelque chose qui vous titille, vous bouscule, voire vous fait bouillir. C'est un peu votre truc, de vous réinterroger sur le sens des choses, sur votre place dans le monde. Alors vous vous regardez faire, vous regardez les autres. Et au milieu, vous créez du lien.**

Oser dire non

Résister à tout, tout de suite, aux fantasmes décomplexés du voyage-voyage ou à l'inaction, c'est créer une rupture, augmenter un quotient de conscience. Exit les injonctions et les influences qui nourrissent hier votre *ego trip*, place à une vision du monde et à des modèles plus soutenables, plus solidaires, bref, plus militants. Avec une boussole interne réglée sur la recherche de sens et de valeurs, vous êtes désormais à la manœuvre pour libérer l'adrénaline de l'engagement.

Mais alors, comment on agit ?

Désormais vous préparez votre stage, week-end ou road trip en mode éco-volontariat, *woofing*, missions solidaires, *hackerspaces*, etc. Que ce soit pour réduire votre empreinte carbone, découvrir de nouveaux modes de vie, ou sensibiliser le monde à un tourisme moins consumériste, vous expérimentez en toute humilité. Ainsi vous créez de nouveaux récits et de nouveaux imaginaires pour offrir de nouvelles alternatives. De fait, vous incitez les acteurs à repenser leur rôle ou à se repositionner : entrepreneurs à impacts positifs, collectivités, associations, pour tisser un maillage plus vertueux et respectueux. Mais attention à vous frayer un chemin entre les initiatives *green washing* et les concepts « patte-verte » de certains acteurs. Servez de vigie. C'est ce qu'on aime chez vous.

COMMENT EN EST-ON ARRIVÉ LÀ ? ↗

ALERTE



1972

La notion de croissance ébranlée

Le rapport The Limits to growth affirme que le système planétaire va s'effondrer sous la pression de la croissance démographique et industrielle, à moins que l'humanité ne décide de stabiliser sa population et sa production.

2002

« Notre maison brûle et nous regardons ailleurs »

Prononcée par Jacques Chirac lors du IV^e Sommet de la Terre, cette citation fait référence à notre indifférence collective devant le réchauffement climatique.

2004

Tsunami d'aides ?

Les dons affluent de la terre entière pour financer la reconstruction et l'aide alimentaire suite au séisme et au tsunami qui ont meurtri l'Indonésie, le Sri Lanka, l'Inde, ainsi que la Thaïlande.

2005

Décolage Solidaire

Une taxe de solidarité sur les billets d'avion, aussi appelée « Taxe Chirac », est prélevée sur le prix des billets pour financer l'organisme international Unitaid.

2008

Certifié « Agir pour un Tourisme Responsable »

Le voyageur français « Voyageurs du monde » intègre le coût environnemental de ses voyages, calculé en équivalent CO2. Cette part est reversée à des projets de développement solidaire soutenus par le Groupe énergies renouvelables, environnement et solidarités (GERES).

2015

Conférence de Paris

Un accord international sur le climat est conclu par les 195 pays participants. Il vise une limitation du réchauffement mondial entre 1,5 °C et 2 °C d'ici 2100.

2018

Un million de jeunes dans la rue

Greta Thunberg fait le siège devant le Parlement suédois. La militante écologiste suédoise de 15 ans dénonce l'inaction face au réchauffement climatique et lance une grève scolaire pour préserver le climat.

2021

Condamnation en faveur du climat

Le Tribunal reconnaît la faute de l'Etat après que 4 associations l'aient poursuivi en 2018 dans L'Affaire du siècle, une campagne de justice climatique qui dénonçait son inaction en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

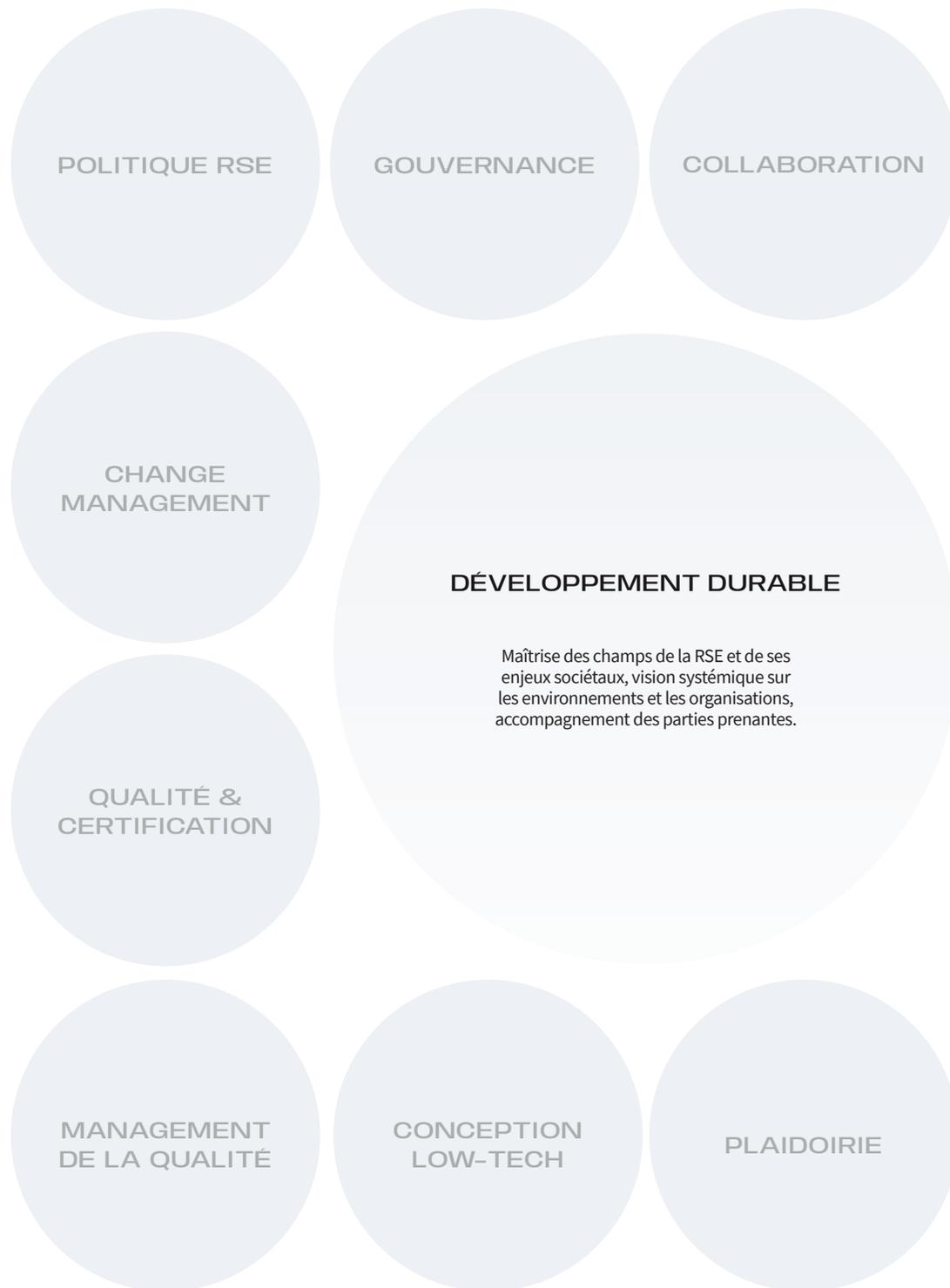
PRISE DE CONSCIENCE

ENGAGEMENTS

FOCUS

Extinction Rebellion (XR) voit le jour et revendique la désobéissance civile non violente contre le risque d'effondrement social et écologique.

& CONCRÈTEMENT ? →



COMPÉTENCES DES MAKERS



Parce qu'ils sont au cœur de l'action et offrent des alternatives dans le domaine de l'intérêt général, les *makers* portent leurs capacités de persuasion et leurs convictions au plus près des instances de décisions publiques ou privées. Ils éveillent, sensibilisent aux enjeux et agissent pour initier des mouvements de fond aux impacts concrets.

RECHERCHES ACTIVES

OFFRES
D'EMPLOI ↘

JUNIOR COORDINATEUR H/F - ASSOCIATION

Au sein de notre association, vous mettez en œuvre la politique votée par les membres du bureau et son plan d'actions. Vous assurez la coordination des ressources humaines (salariés et bénévoles), financières et matérielles.

Vous travaillez en mode « réseaux », que ce soit avec nos partenaires, financeurs et nos communautés agissantes sur nos sujets d'inclusion territoriale. Vous animez des échanges et encouragez l'engagement. Vous êtes responsable de la dynamique et vous vous assurez de la juste tonalité pour impliquer, convaincre et agir.

SENIOR CHARGÉ DE PLAIDOYER H/F - ONG

Vous portez haut et fort notre voix dans le débat public pour défendre nos intérêts, influencer les décideurs et faire l'agenda politique. Vous travaillez sur notre stratégie d'influence et opérez les ajustements tactiques en fonction des priorités et opportunités offertes par l'actualité.

Vous activez, cultivez et développez un réseau d'influence que vous écoutez avec empathie pour mieux rédiger *position papers*, argumentaires et messages clés. Vous maîtrisez parfaitement les pratiques militantes, les outils et techniques de communication d'influence, relations publiques et médias, contenus à impacts, invitations à la mobilisation, etc.

HIGH POTENTIAL DIRECTEUR RSE H/F - GROUPE INTERNATIONAL

Intégré dans un groupe d'envergure internationale, vous insufflez, pilotez, et supervisez la démarche RSE pour faire progresser la visée sociétale et environnementale de notre groupe.

Par votre diagnostic et vos recommandations, vous conseillez avec convictions nos instances de gouvernance (actionnaires et parties prenantes). Vous maîtrisez parfaitement les enjeux de la transformation des organisations et le cadre réglementaire des politiques RSE.

INSPIRATIONS

TOURISME À MISSION

Une vie sur notre planète, 2020
David Attenborough

Earthforce : Manuel de l'éco-guerrier de Capitaine, 2015
Paul Watson

Génération Ocasio-Cortez : Les nouveaux activistes américains, 2020
Mathieu Magnaudeix

VOTRE DEBRIEFING DU VOYAGE ↗

JEU DE TENDANCES

→ À VOS PRONOS !

| | EFFET DE MODE / GAME CHANGER | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---|---|---|---|---|--------------|
| Mass customization Offrir une personnalisation accrue des offres | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Retours d'expériences Donner du crédit selon l'avis du groupe | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Intelligence artificielle Anticiper encore mieux nos besoins et désirs | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Soutenabilité des écosystèmes Tenir compte de la rareté des ressources | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Embargo sur les constructions Lutter contre l'artificialisation des sols | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Anti-fragilité Assurer la résilience des structures face aux aléas | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Ne pas prendre l'avion Limiter l'empreinte carbone des voyageurs | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Fin du tourisme de masse Penser un nouveau modèle | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Influence des réseaux sociaux Faire comme les globes-trotteurs 2.0 | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Singularisation des individus Se réinterroger sur ses valeurs propres | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Conscience collective Prendre part à un mouvement plus global | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |
| Mutation des organisations Mettre l'intérêt général au centre des projets | Effet de mode | ● | ● | ● | ● | ● | Game changer |

LES MOTS DE LA FIN →

L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE RECRUTE

Pourquoi pas vous ?

Ce carnet de voyage est une invitation à se projeter dans un secteur qui n'échappe pas aux turbulences, ni à son propre examen de conscience, et qui n'attend qu'une chose : se réinventer.

Quels que soient votre profil et vos aspirations, il y a fort à parier que s'ouvriront devant vous de nouveaux territoires.

ARCHIPEL

Fédération CINOV

4 avenue du Recteur Poincaré
75016 PARIS
T. +33(0)1 44 30 23 53

www.cinov.fr

Action pilotée et financée par Atlas, OPCO des services financiers et du conseil, selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation avec le concours des fonds collectés au titre de la taxe d'apprentissage.

Atlas^{OPCO}
Soutenir les compétences

 **CONCEPTEURS
D'AVENIRS**
numérique | médecine | Énergie | conseil | Évaluation

 **FÉDÉRATION
CINOV**

 **CINOV
TOURISME**
PATRIMOINE-SPORTS-LOISIRS

 **GOUVERNEMENT**
Ministère
de l'Éducation
Nationale et de la
Jeunesse