

# LES MONNAIES LOCALES AU SERVICE D'UN CONCEPT NOUVEAU : LE TOURISME PARTICIPATIF



Résultats de la recherche-action menée  
par Bihar-Institut des monnaies locales sur l'opération  
Vacances en eusko menée au Pays Basque en 2020

**Bihar**

Institut des monnaies locales et de la Transition écologique,  
économique et sociale

**Léa Fromentin - Dante Edme-Sanjurjo**



# SOMMAIRE

<b>Remerciements</b> .....	<b>3</b>
<b>FOCUS : ESS et monnaies locales, une alliance évidente</b> .....	<b>5</b>
<b>Avant-propos</b> .....	<b>9</b>
<b>Liste des sigles et acronymes</b> .....	<b>10</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>11</b>
Quelques éléments de définition et d'histoire... ..	11
Émergence du tourisme participatif .....	12
La recherche-action portée par Bihar-Institut des monnaies locales .....	13
<b>1<sup>ère</sup> partie : Quelques notions pour commencer... : concevoir un tourisme participatif grâce aux monnaies locales</b> .....	<b>15</b>
De l'écotourisme au tourisme participatif .....	15
Émergence de la demande pour un tourisme différent .....	19
(Ré)Émergence des monnaies locales .....	21
Convergences entre monnaies locales et tourisme participatif .....	24
<b>2<sup>e</sup> partie : Le Pays Basque, un territoire propice à l'expérimentation d'un tourisme participatif</b> .....	<b>27</b>
Un territoire historiquement touristique .....	27
Les enjeux du territoire .....	29
Monnaie locale du Pays Basque et acteurs du tourisme .....	30
L'eusko proposé aux vacanciers .....	32
Une coopération nécessaire des acteurs du tourisme .....	32
<b>3<sup>e</sup> partie : L'opération Vacances en eusko à l'été 2020</b> .....	<b>35</b>
Présentation du dispositif Vacances en eusko .....	35
Méthodologie de l'enquête .....	37
Stratégie et moyens de communication .....	39
<b>4<sup>e</sup> partie : Perception des acteurs institutionnels du tourisme sur le dispositif Vacances en eusko</b> .....	<b>43</b>
Perception du tourisme éco-responsable .....	43
Perception du dispositif Vacances en eusko .....	43

<b>5<sup>e</sup> partie : Résultats du déploiement de l'opération auprès des vacanciers</b> .....	<b>47</b>
Rappel méthodologique .....	47
Sociographie des personnes interrogées .....	48
Adéquation de l'opération avec les valeurs des touristes .....	50
Intérêt et engagement : leviers et freins du dispositif .....	52
Un difficile saut vers l'inconnu .....	53
Question de profils... ..	55
Enseignements des retours d'expérience .....	56
Les pistes d'amélioration possibles .....	57
<b>Conclusion</b> .....	<b>59</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>61</b>
<b>Références bibliographiques</b> .....	<b>65</b>

**Léa Fromentin**, stagiaire au sein de l'Institut des monnaies locales dans le cadre d'un Master 2 « Ingénierie du Développement Économique Territorial » réalisé à Université de Bordeaux.

**Dante Edme-Sanjurjo**, cofondateur et directeur général de l'Eusko, la monnaie locale du Pays Basque.

Crédits photos :

- › Bertrand Lanneau
- › Euskal Moneta
- › Freepik
- › Isabelle Miquelestorena
- › Office de Tourisme Pays Basque

## REMERCIEMENTS

Merci à la Fondation Crédit coopératif pour sa confiance et son soutien pour que cette recherche-action puisse être menée.

Merci à la chaire Crisalidh, pour son accompagnement, et à Aurélie Lalanne, maître de conférences en Sciences Economiques à l'Université de Bordeaux, qui a guidé Léa Fromentin dans son travail.

Merci à toute l'équipe de Bihar, et à celle de l'Eusko.

Merci au Conseil régional de Nouvelle-Aquitaine, pour ses apports dans la conception du projet d'action « Vacances en eusko », et pour son soutien.

Merci à la Communauté d'agglomération Pays Basque et à l'Office de tourisme Pays Basque, pour la qualité des échanges autour de ce projet, et pour leur soutien.

Merci à l'ensemble des partenaires qui ont accompagné ce projet de recherche-action.



## ESS et monnaies locales : une alliance évidente

La recherche-action autour de l'opération Vacances en eusko menée à l'été 2020 était l'occasion de tester une hypothèse : les acteurs de l'Économie sociale et solidaire (ESS) peuvent-ils être des alliés privilégiés des monnaies locales sur un territoire ?

Nous avons tout d'abord interrogé le président de la Chambre régionale de l'Économie sociale et solidaire (CRESS) de Nouvelle-Aquitaine, Stéphane Montuzet, qui confirme l'hypothèse dans un entretien riche d'enseignements (voir ci-dessous).

Nous avons ensuite essayé de mesurer l'implication des grandes familles de l'ESS dans le projet de monnaie locale sur le territoire. Sont-elles prêtes à utiliser la monnaie locale dans une logique de coopération territoriale étendue reliant les habitants, les entreprises, les associations et les collectivités locales ?

**Les mutuelles** n'étant pas présentes au Pays Basque autrement que par les antennes de groupes nationaux dont dépendent l'ensemble de leurs outils de gestion, elles n'ont pour l'heure pas trouvé le moyen d'intégrer l'usage de la monnaie locale dans leur fonctionnement. Les longs échanges à ce sujet menés par l'Eusko de 2015 à 2017 avec le directeur de l'agence locale de la Macif à Anglet n'ont pour cette raison pas pu aboutir.

**Les associations**, elles, sont très fortement impliquées dans l'utilisation de l'eusko. 250 d'entre elles sont actuellement adhérentes à l'Eusko, ce qui représente 22,8% des 1 096 professionnels du réseau Eusko en décembre 2020, le terme professionnel recouvrant l'ensemble des structures privées ou publiques acceptant les paiements en monnaie locale. De nombreux secteurs associatifs sont représentés au sein de l'Eusko, et en particulier la défense de l'Environnement et la Culture. Deux grands absents, pourtant importants sur le territoire :

- › le secteur médico-social, un secteur très règlementé et institutionnalisé qui n'a pas pour l'heure fait part d'un ciblage spécifique de la part de l'équipe de l'Eusko, ni n'a manifesté d'intérêt spontané pour la démarche ;
- › les clubs sportifs, qui feront l'objet d'une démarche spécifique dans les années à venir, sans doute dès 2021, ces clubs étant très ancrés territorialement, comme l'Eusko, et partageant nombre de ses valeurs, qui sont celles de l'ESS.

**Les coopératives** : le projet était d'aller à la rencontre des coopératives ayant une activité intégrable à l'opération Vacances en eusko, c'est-à-dire intéressant potentiellement les touristes.

Les coopératives de production et du bâtiment n'étant pas concernées, nous nous sommes tournés vers les coopératives agricoles. Avec un filtre, propre à l'Eusko, qui est la défense d'une agriculture paysanne, et donc une volonté de ne s'adresser

qu'aux coopératives réellement gérées par les paysans eux-mêmes et n'étant pas intégrées dans une chaîne de production agro-alimentaire industrielle.

Le constat dans ce secteur est positif, avec plusieurs coopératives parmi les plus emblématiques du territoire ayant déjà adhéré à l'Eusko, avant tout pour une raison de partage des valeurs et du projet pour le territoire. Car économiquement, la question des circuits de distribution se pose peu pour ces coopératives qui proposent des produits de qualité aussi bien localement qu'à l'extérieur du territoire.

Nous pouvons citer la Cave Irouléguay (vignobles en Basse-Navarre), Axuria (ovins et bovins en Soule), la Coopérative laitière du Pays Basque et la Fromagerie des Bergers de Saint-Michel, pour la production de fromage de brebis sous appellation Ossau-Iraty.

Une nouvelle coopérative a été approchée, Belaun, aux Aldudes. Un rendez-vous avec le conseil d'administration a validé à la fois la forte convergence des valeurs et des projets, et le principe de l'adhésion de cette coopérative à l'Eusko. Mais la crise subie en 2020 en a reporté la formalisation. Avec elle, la quasi-totalité des coopératives de producteurs du Pays Basque auront rejoint l'Eusko.

Pour ce qui est des coopératives de matériel agricole, seules deux ont été identifiées comme pouvant être en phase avec les valeurs de l'Eusko, car indépendantes de grands groupes.

La première, Loreki, qui fournit de nombreux paysans adhérents à l'Eusko, a pour l'instant refusé d'intégrer le réseau de peur de ne pouvoir réutiliser les eusko reçus et de devoir les reconvertir en euros, en s'acquittant de la commission de reconversion de 5%. Mais les discussions continuent.

La seconde, Mendikoa, anticipe la même difficulté. Elle a été approchée au niveau de sa direction, et un contact avec son conseil d'administration sera à rechercher pour échanger sur la convergence des projets et la nécessaire solidarité territoriale entre acteurs de l'ESS.

Enfin, pour ce qui est des coopératives de production dont l'activité aurait pu intéresser les touristes, il y en a peu. La scop Alki, fabricant de meubles design à Itxassou, s'est montrée favorable et intéressée, mais a repoussé sa décision à l'ouverture d'un showroom prévu en 2021, qui lui permettra d'accueillir directement ses clients toute l'année pour la première fois, en dehors des exceptionnelles journées portes ouvertes.

En conclusion, l'implication des acteurs de l'ESS dans le projet de monnaie locale au Pays Basque est donc significative et pleine de sens. Des dizaines d'associations, les



principales coopératives paysannes et 9 des 10 magasins de producteurs du territoire ont adhéré à l'Eusko. Un axe de progrès sera un travail de rapprochement avec les coopératives de production, qui pour la plupart ont très peu de ventes locales, mais pourraient adhérer à la monnaie locale par solidarité, ou dans une démarche de RSE.

## ENTRETIEN

*« Les monnaies locales font partie d'un projet de transformation de l'économie »*

Entretien avec Stéphane Montuzet, président de la Chambre régionale de l'Économie sociale et solidaire (CRESS) de Nouvelle-Aquitaine.

**Comment percevez-vous ces nouveaux outils de l'ESS que sont les monnaies locales ?**

**Stéphane Montuzet :** J'ai une vision de l'ESS qui est très élargie et qui va au-delà des questions entrepreneuriales. Pour moi l'ESS est multiforme, elle prend plusieurs formes pour dérouler un projet de transformation sociale. L'ensemble des vecteurs, comme les monnaies locales complémentaires (MLC), qui permettent de poser un schéma sociologique différent au service des territoires et des personnes, font partie de l'ESS. Les anciens qui ont créé les associations, les coopératives, ne se sont pas dit « Je vais créer une association loi 1901 » ! Ils ont voulu avant tout se doter d'outils. Il y a une variété de formes, dont des dynamiques territoriales d'ESS, dont les MLC font partie. Elles font partie d'un projet de transformation de l'économie. Elles font partie d'un projet global de l'ESS

Les MLC font aussi partie de l'ESS en termes de statut, d'ancrage territorial, de gouvernance démocratique, etc. On est bien au-delà d'un projet de consommation.

**L'ESS, et les associations en particulier, a été à l'origine du tourisme social, puis du tourisme solidaire, du tourisme équitable, et de l'essentiel du tourisme vert. Aujourd'hui, les monnaies locales proposent un tourisme participatif, pour participer pendant les vacances à la vie locale et à la Transition écologique, économique et sociale. Qu'en pensez-vous ?**

L'ESS a créé le tourisme social pour permettre l'équité d'accès aux vacances, aux loisirs, à ces temps de vie-là, dans une logique forte de solidarité. D'un autre côté, une ESS plus ambitieuse dans son projet de transformation doit s'intéresser à l'ensemble des secteurs économiques, et ne pas se cantonner à la réparation. Dans des territoires fortement impactés par l'activité touristique, l'ESS doit donc s'emparer de ce sujet.



Je pense que la sensibilisation et l'éducation sont fondamentales dans nos projets de transformation, donc sensibiliser le consommateur dans tous ses stades de consommation, y compris en vacances, c'est important. Il y a une dimension stratégique à s'emparer de la question du tourisme, de même que de l'alimentation, de l'agriculture, de la formation, de la construction, de l'habitat, de l'énergie, etc. Il y a tout un tas de champs à investir.

Il y a là une convergence de philosophie évidente avec la Transition écologique, dès maintenant et pour les années à venir. L'ESS n'en est pas toujours suffisamment consciente, mais il est évident que les citoyens sensibilisés à l'Environnement sont de fait très engagés dans les questions de l'ESS, et ils s'organisent assez spontanément de façon collective, notamment sous forme associative. À nous de les amener vers d'autres formes quand c'est nécessaire, comme les coopératives. De façon générale, il faut que l'on sache poser la coopération comme une intention « chapeau » des dynamiques de Transition.

**Du tourisme social au tourisme participatif grâce aux monnaies locales, voyez-vous une filiation, une capacité de l'ESS à répondre aux enjeux de son époque ?**

Une monnaie locale en tant que telle est vectrice de coopération, et elle est en ça extrêmement intéressante. Les statuts sont importants dans l'ESS, mais la monnaie fige aussi des pratiques conformes à des valeurs, grâce à ses règles d'utilisation qui, de façon statutaire, font en sorte qu'elle ne sera pas dépensée ailleurs que dans une agriculture paysanne, des commerces de proximité, etc. La monnaie locale irrigue de fait les parties de l'économie que l'on souhaite irriguer, on va au-delà de la bonne intention, on est dans un système, un outil, qui va forcer et stabiliser ce fonctionnement, et c'est particulièrement intéressant.

Les MLC sont un vecteur de ruissellement, on est dans une forme de redistribution au territoire de la richesse créée en son sein. Et poser ça au niveau du tourisme, cela permet de faire ruisseler les revenus du tourisme dans l'économie locale, pour enfin passer de la théorie économique à la pratique en matière de ruissellement, grâce à des outils comme les MLC.

## AVANT-PROPOS

Le tourisme de masse se développe depuis les années 1930, avec d'évidents bénéfices en termes d'accès des classes populaires aux vacances et au voyage, mais aussi des préoccupations grandissantes depuis les années 1970 en termes d'impacts sur l'Environnement et sur le respect des territoires et des populations d'accueil.

Avec la démocratisation des transports et le développement des plateformes de réservation en ligne, faire du tourisme n'a jamais été aussi accessible que ces dernières années. Dans un même temps, une part croissante de la population remet en cause le tourisme de masse.

Comment continuer de voyager dans un monde où l'on prône chaque jour le « consommer local » et les circuits-courts ? Comment ne plus contribuer aux effets souvent négatifs du tourisme de masse qui bénéficie davantage à de grands groupes qu'à l'économie locale ? Comment ne pas survoler les territoires mais plutôt le découvrir auprès des locaux et participer à un développement local de qualité, pérenne, inclusif et porté par les habitants eux-mêmes ?

Les monnaies locales, en relocalisant l'économie contribuent à la Transition écologique et favorisent à travers les circuits courts locaux un développement territorial porté par la population elle-même, en orientant la consommation vers l'agriculture paysanne, les magasins de producteurs, les commerces indépendants...

La monnaie locale du Pays Basque, l'Eusko, se développe sur un territoire où le tourisme représente une activité économique de premier plan. Elle s'est emparée du sujet en concevant une offre dédiée aux touristes, mais aussi aux habitants, pour leur permettre de découvrir le territoire autrement, tout en participant à la Transition écologique et à un développement territorial pérenne.

Cette opération, baptisée « Vacances en eusko », répond-elle aux attentes des touristes et le dispositif mis en place permet-il de les faire participer plus activement à la Transition écologique et à un développement territorial porté par et pour les habitants ? Cette opération peut-elle, et à quelles conditions, être amenée à se développer et à essaimer sur d'autres territoires ?

C'est ce que propose d'investiguer cette étude, menée dans le cadre de la recherche-action pilotée par Bihar - Institut des monnaies locales et de la Transition écologique, économique et sociale en cette année 2020.

## LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

### A

**AaDT** : Agence d'attractivité et de Développement Touristiques

**ACPR** : Autorité de contrôle prudentiel et de résolution

**ADEME** : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

**ADN** : Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme

**ATES** : Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire

### D

**DD** : Développement durable

### C

**CDT** : Comité départemental du tourisme

**CRESS** : Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire

### E

**ESS** : Economie Sociale et Solidaire

### I

**IAURIF** : Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile de France

**IREST** : Institut de recherche et d'études supérieures du tourisme

### L

**LETS** : Local exchange system

### M

**MLC** : Monnaie locale complémentaire

**MLCC** : Monnaie locale complémentaire et citoyenne

**MONA** : Mission des offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine

### N

**NFC** : Near Field Communication

### O

**OMT** : Organisation mondiale du tourisme

**OIT** : Organisation internationale du travail

### P

**PIB** : Produit intérieur brut

**PUCA** : Plan urbanisme construction architecture

### R

**RTES** : Réseau des collectivités territoriales pour une économie solidaire

### T

**TIES** : The international ecotourism society

**TWM** : Travel With a Mission

### V

**VEE** : Vacances en eusko

**VTT** : Vélo tout terrain

### W

**Wwoofing** : World-Wide Opportunities on Organic Farms

# INTRODUCTION

## Quelques éléments de définition et d'histoire...

Pratiquer du tourisme, c'est l'acte de partir hors de son lieu de vie habituel pour son plaisir. Cela constitue aujourd'hui un acte habituel pour une majorité de la population française, voire européenne, ancré dans les modes de vie. C'est aussi le cas pour une part de plus en plus importante de la population sur d'autres continents.



Le tourisme est ainsi devenu un secteur économique conséquent dont le chiffre représente 10% du Produit intérieur brut (PIB) mondial, et qui revendique 1 emploi sur 10 en 2019 selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Mais avant de revêtir d'importants enjeux économiques, le tourisme a historiquement été une pratique culturelle. Le voyage fut d'abord utilitaire ou religieux (recherche de terres, de marchandises ou de reliques) réservé à une élite bourgeoise. Par la suite, il se pratique lors du « Grand Tour » par les jeunes aristocrates britanniques du XVIII<sup>e</sup> siècle comme voyage initiatique d'un an, à travers l'Europe. Le voyage de ces jeunes avait deux buts : découvrir l'Europe et faire du lobbying auprès des grands de ce monde. [Lehalle, 2015]

Le mot « touriste » apparaît en 1800 en anglais, puis en 1803 en français, pour désigner un « voyageur nouveau » [Dumahel, 2018]. Le tourisme dans la forme que nous connaissons aujourd'hui se développe au XIX<sup>e</sup> siècle avec les voyages organisés sur le territoire britannique par Thomas Cook. Concomitamment se déroule la première révolution touristique [Cousin, 2020, p12], avec les transports en commun et notamment le train : c'est la première fois qu'il y a une organisation touristique au sens économique du terme. On passe alors d'un modèle artisanal à un modèle industriel reproductible : *ce sont là les débuts* d'une industrie mondiale du tourisme.

En France, la première administration du tourisme date de 1910, avec la création d'un Office national au tourisme. L'Etat prend conscience de l'intérêt de développer l'activité touristique dans l'entre-deux-guerres : création du Crédit Hôtelier, réglementation des professions, institution d'un commissariat général au tourisme. C'est la Convention n°52 sur les Congés payés, adoptée par l'OIT en 1936, qui signera le point de départ du tourisme social, volonté des acteurs politiques et sociaux de rendre le tourisme accessible à toutes et tous. Dans un même temps se déroule la seconde révolution touristique, avec le développement du transport aérien.

Ainsi, après-guerre, on assiste au premier tourisme de masse, propulsé par la révolution des transports, le développement de l'automobile familiale, la première Caravelle et les congés payés qui ont, entre autres, permis le développement rapide du tourisme au-delà de sphères aristocratiques et bourgeoises. Avec les Trente glorieuses, c'est l'avènement d'une société de loisirs, dans laquelle les loisirs et le tourisme se développent de manière exponentielle sous l'impulsion conjointe de la démocratisation des moyens de transport, de la publicité et de l'augmentation du niveau de vie.

Dans les années 1970, se développent les premiers systèmes de réservation à distance. Des plateformes de réservation qui selon Saskia Cousin, anthropologue spécialiste du tourisme et maîtresse de conférences à l'université Paris-Descartes, ouvrent la voie à la « *troisième révolution touristique* » que nous serions encore en train de vivre, avec des « *entreprises globalisées qui financiarisent l'économie touristique* ». [ibid]

Dans ce même temps, une prise de conscience écologique émerge progressivement ; le secteur touristique ne va pas échapper à cette remise en cause. Avec le rapport Bruntland de 1987, les Sommets de la Terre à Rio en 1992 et de Johannesburg en 2002, le concept de « développement durable » s'impose progressivement dans le monde entier, y compris dans le secteur du tourisme.

La prise de conscience de l'impact que peut produire le tourisme de masse sur l'Environnement et le bien-être des populations fait émerger de nouveaux questionnements. On parle même de « surtourisme », ce concept illustrant un phénomène par lequel les habitants d'une ville trouvent le nombre de touristes trop élevé, ce qui influence négativement leurs conditions de vie [source : Responsabletravel].

Le tourisme de masse, notamment dans les pays en développement, est également critiqué pour sa tendance à uniformiser les modes de vie et à développer la dépendance vis-à-vis de l'économie touristique, synonyme d'argent facile, au détriment des activités économiques traditionnelles et de subsistance. Une critique qui vaut également pour nombre de régions occidentales soumises au tout-tourisme.

Bien que minoritaires, ces critiques commencent à « percoler » dans la population. Et tandis que le tourisme de masse continue malgré tout de se développer, de

nouvelles formes apparaissent pour répondre à ces évolutions dans les attentes d'une part croissante des touristes. Émergent alors les termes de tourisme durable, d'éco-tourisme, de tourisme vert ou encore de tourisme éthique, solidaire, équitable... ces concepts s'inscrivent dans la volonté émergente des visiteurs de changer leur manière de découvrir un territoire, et de respecter ses habitants, pour que leur voyage ne se fasse pas à leur détriment mais à leur bénéfice.

## Émergence du tourisme participatif

Parmi ces initiatives, un concept nouveau apparaît au tournant des années 2000 : celui de tourisme participatif. Il est une manière de voyager en participant à ce qui se passe de positif sur le territoire visité, notamment à travers des actions de solidarité ou en s'impliquant à la vie locale.

Les formes les plus connues assimilées au tourisme participatif sont les chantiers solidaires et le woofing, qui permet de troquer quelques heures de travail par jour dans des exploitations bio dans le monde entier contre le gîte et le couvert. Le voyageur participe directement, de plain-pied, à la vie et à l'économie locales, et produit un impact positif sur son territoire de destination, tout en s'imprégnant bien mieux de sa culture que dans une action de tourisme classique, où le lien avec les habitants est toujours plus difficile à créer.



Cette nouvelle forme de tourisme, plus participative, répond-elle aux attentes d'une partie significative de la population ? La crise de la Covid-19 en 2020 a développé un tourisme de proximité, mais les Français sont-ils pour autant demandeurs d'un tourisme participatif, ou ne serait-ce que durable ? L'auteure Mbaye Fall Diallo fait une analyse des principaux travaux de recherche sur les études quantitatives existantes sur le tourisme durable, et regrette le manque d'études sur le sujet en France : « *Cependant,*

*des études manquent sur la perception de ce type de tourisme, sur l'adhésion des touristes à ce type de tourisme (...) » [Diallo, 2014, p205]*

## La recherche-action portée par Bihar-Institut des monnaies locales

C'est pour étudier le potentiel de ce concept émergent de tourisme participatif que Bihar-Institut des monnaies locales et de la Transition écologique, économique et sociale a souhaité développer une recherche-action portant sur l'opération « Vacances en eusko » développée par l'association Euskal Moneta - Monnaie locale du Pays Basque, qui gère l'Eusko, la plus importante monnaie locale d'Europe.

En effet, l'Eusko a expérimenté à l'été 2019 et a souhaité développer en 2020 l'action « Vacances en eusko » pour permettre aux personnes venant pour un court séjour ou de longues vacances au Pays Basque d'agir pour un développement territorial accélérant la transition écologique en utilisant l'eusko. L'idée de l'association, à travers son dispositif, est d'inciter les visiteurs à opter pour un tourisme plus participatif en utilisant la monnaie locale développée par les habitants du territoire depuis janvier 2013.

Ce type d'offre pourrait-il correspondre à une demande des visiteurs ? Quels types de profil seraient-ils plus particulièrement attirés par ce genre d'initiatives ? Et si l'opération, malgré son côté novateur et le contexte exceptionnel de crise épidémique de l'année 2020, permet l'implication d'un nombre suffisant de touristes pour que cela puisse être évalué, l'usage de la monnaie locale peut-il inciter à modifier les pratiques des touristes pendant leur séjour, et dans quel sens ?

En somme, une monnaie locale complémentaire peut-elle être un vecteur de transformation des activités touristiques vers un tourisme participatif ?

Le principal enjeu de cette recherche est de retranscrire la perception de ce dispositif novateur d'utilisation d'une monnaie locale pour favoriser un tourisme participatif auprès de deux types d'acteurs, les touristes et les professionnels du tourisme, afin d'émettre des conclusions et recommandations.



## 1<sup>ère</sup> partie

# Quelques notions pour commencer... : concevoir un tourisme participatif grâce aux monnaies locales

Les deux concepts maniés autour de l'opération Vacances en eusko, les monnaies locales et le tourisme participatif, sont relativement nouveaux. La première monnaie locale complémentaire contemporaine est née en France en 2010 dans le Lot-et-Garonne (l'Abeille), et en Allemagne en 2003 (le Chiemgauer), tandis que le concept de tourisme participatif n'est réellement défini que depuis 2003. Il est donc essentiel de replacer ces notions dans leur contexte, de les redéfinir et de les borner.

## De l'écotourisme au tourisme participatif

Lorsque l'on fait du tourisme, on fréquente des lieux que l'on transforme par notre simple présence. Partant de ce principe, la prise en compte des enjeux environnementaux dans le tourisme apparaît primordiale dans un contexte général de crise écologique (dérèglements climatiques, chute de la biodiversité...) et de prise de conscience de l'impact que l'individu produit autour de lui.

La volonté d'une plus grande considération environnementale émerge dans les années 1970 et fait ressortir les externalités négatives existantes du tourisme de masse : surfréquentation et mise en danger d'espaces protégés, déchets plastiques qui s'accumulent sur les plages, hausse constante des émissions de gaz à effet de serre liées au transport aérien, espaces touristiques bétonnés, cultures standardisées... La liste des dommages directs et indirects générés par la massification du tourisme est longue.

Face à cela, on assiste dès les années 1950 aux prémices de l'apparition de la notion de tourisme alternatif. Elle se développe dans le processus de décolonisation pour répondre à la demande d'une clientèle de militants soucieux d'instaurer de nouvelles relations avec les populations des pays anciennement colonisés. Ce terme est alors utilisé pour décrire un tourisme qui, à l'inverse des formes dominantes, cherche à se rapprocher des réalités socio-politiques et économiques locales.

Aujourd'hui, le tourisme alternatif se positionne dans une logique de création d'alternatives au tourisme de masse, commerciale, pour en éviter certains effets négatifs (détérioration du patrimoine naturel, folklorisation de la culture, bouleversements sociaux...) et mettre en avant les éléments qui constituent l'identité d'un territoire (culture, Environnement, histoire...).

Le terme de « tourisme durable » lui, voit le jour dans les années 1980 à la suite du rapport Bruntland de 1987 qui démocratise la notion de développement durable avec ses trois piliers, économique, environnemental et social. La notion de tourisme durable est ensuite conceptualisée en 1995 durant la conférence de Lanzarote en transposant les principes de l'Agenda 21, élaborés au Sommet de la Terre de Rio de 1992. Le tourisme durable devient pour l'OMT :

*« Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».* [B.Bard, 2014, p135].

Ces principes seront repris dans le Code mondial d'éthique du tourisme approuvé à Santiago en 1999, porté par l'OMT, et pensé pour s'appliquer à toutes les formes de tourisme, de masse comme alternatifs, et à toutes les destinations. [G.Caire, 2006]. Depuis, la définition du tourisme durable n'a cessé d'évoluer, mais il peut se concevoir en résumé comme la mise en application des principes du développement durable au tourisme, dans la perspective de le pratiquer en préservant et en mettant en valeur durablement un territoire.

Le tourisme durable n'a cessé de prendre de l'ampleur et de l'intérêt, notamment pour rendre acceptable cette activité économique qui génère d'importants revenus et entraîne d'importantes créations d'activités et d'emplois (Camus et al., 2010). A titre d'exemple, la France a accueilli 89,4 millions de visiteurs étrangers en 2018, soit une hausse de 3% par rapport à 2017 (source : Conseil interministériel du tourisme.). Le tourisme possède aussi une « élasticité revenus » supérieure à un (c'est-à-dire qu'en moyenne, lorsque le revenu s'accroît de 1%, les dépenses touristiques augmentent de plus de 1%). Ce qui en fait un secteur en fort développement.

Le concept de tourisme durable, lui, entend prendre en compte également des dimensions extra marchandes comme la protection de l'environnement, ou « *la mise en place d'un modèle basé sur la solidarité...* » (Ballantine et al., 2011).

Au sein du tourisme durable voient le jour depuis une vingtaine d'années d'autres initiatives comme le tourisme solidaire, équitable, ou encore l'écotourisme. Ces variantes recherchent un modèle permettant de développer des activités de tourisme basées sur des relations d'égalité et de solidarité avec les populations locales, permettant une juste redistribution des retombées du tourisme, ceci afin de construire des alternatives au tourisme de masse.

Le tourisme solidaire, introduit une notion de solidarité entre le touriste et les populations d'accueil. Comme le tourisme alternatif, il a vu le jour aux lendemains de la décolonisation, par la volonté de groupes de militants de mettre à profit leur pratique du tourisme pour engager de nouvelles relations avec les populations locales. [H.Sallet-Lavorel, 2003, p121]

Le tourisme équitable, se réfère lui au commerce du même nom. Il est né dans les années 2000 de la volonté d'adopter des règles « équitables », par opposition au fonctionnement du marché actuel mondial.

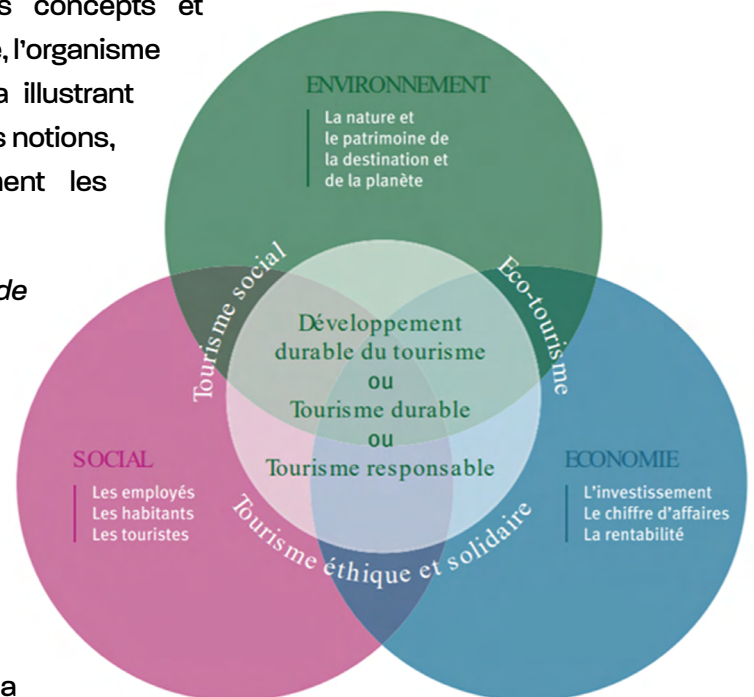
Enfin l'écotourisme apparaît en Amérique du Nord dans les années 1980, selon *The International ecotourism Society* (TIES), et il est « une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales ». Il est à l'origine un tourisme de nature, à la fois par la destination (des zones naturelles protégées), les activités pratiquées non dégradantes (randonnée pédestre, observation de la faune et de la flore), et l'accompagnement par des spécialistes de la nature en lieu et place de professionnels du développement ou du tourisme. Aujourd'hui l'écotourisme intègre également une composante culturelle forte. [G.Caire, 2006, p3]

S.Blanguy établit les caractéristiques qui peuvent être regroupées par l'écotourisme :

- › il rassemble les formes de tourisme axées sur la nature, et dans lesquelles la motivation principale du touriste est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles
- › il comporte une part d'éducation et d'interprétation
- › il est souvent organisé pour des groupes restreints, idéalement par de petites entreprises locales spécialisées
- › il limite les retombées négatives sur l'environnement naturel et socioculturel
- › il favorise la protection des zones naturelles (Blanguy, Dubois, Kouchner, 2002, p13).

L'articulation entre ces différents concepts et termes paraissant parfois complexe, l'organisme Atout France propose un schéma illustrant l'enchevêtrement de ces différentes notions, permettant d'en saisir visuellement les subtilités.

Ce schéma réalisé par l'Agence de développement Touristique (Atout) de la France à partir des trois piliers du développement durable illustre la démultiplication d'expressions et de pratiques liées au tourisme durable. Mais aucune ne recouvre réellement la dimension de participation directe du visiteur à la vie du territoire et la volonté de partage avec les habitants de ce territoire.



**Schéma du développement durable du tourisme**

*Atout France, Tourisme et développement durable, de la connaissance des marchés à l'action marketing, p17*

Pourtant, dès 1968, d'importants mouvements de rejet du tourisme de masse et de remise en cause des critères de consommation de l'industrie touristique apparaissent.

Sur le plan économique, d'abord. Un des effets négatifs du tourisme de masse pour le territoire réside dans le fait qu'il peut engendrer de retombées économiques limitées pour le territoire, pour les seuls acteurs socio-économiques directement impliqués dans l'accueil. Une partie de ces acteurs pouvant être de plus des filiales de grands groupes spécialisés dans le tourisme, qui vont rapatrier les bénéfices au siège, loin du territoire d'accueil. Le tourisme ne contribue pas alors significativement à la création de valeur localement, malgré l'importance des revenus générés.

Sur le plan humain, ensuite. Pour les touristes émerge la volonté d'un voyage plus respectueux des personnes et des cultures du territoire, mais aussi, pour eux-mêmes, plus enrichissant en partageant des moments avec les habitants. Hughes parle de « touristes post industriels » à propos de ces touristes soucieux de maîtriser l'impact de leurs pratiques et de se comporter d'une manière plus éthique vis-à-vis des populations locales, dans un même temps il qualifie de « post moderne » ceux qui se satisfont d'un spectacle « surfait » conscients de son inauthenticité [Hughes, 1995 in Moscardo et Pearce 1999] C'est H.Sallet Lavorel en 2003 qui va souligner deux notions évoquant les aspects qui ne sont pas recouverts par les termes mis en avant par le schéma d'Atout France : le tourisme interactif et le tourisme participatif.

Le terme de tourisme interactif est depuis quelques années de plus en plus utilisé pour décrire les contacts établis par le biais des technologies de l'information et de la communication, ce qui peut amener à le considérer avant tout comme un tourisme virtuel.

Le tourisme participatif lui, contient le mot « participation » qui est définie dans les dictionnaires comme l'action de « participer à quelque chose ». En France c'est en 2003 que l'expression de « tourisme participatif » a été (relativement) popularisée par le rapport de l'AURIF (*l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile-de-France*), qui fait aujourd'hui office de document « fondateur » du concept. Dans ce rapport, Hélène Sallet-Lavorel fait plusieurs propositions d'expressions destinées à qualifier le type de tourisme qui rapproche visiteurs et habitants. Elle convient que :

*« Pour le tourisme, la participation peut être appréhendée dans les deux sens, pour les deux protagonistes d'un déplacement touristique : le touriste qui participe à la vie des populations locales, et les habitants eux-mêmes, qui participent aux activités touristiques et qui sont les véritables acteurs (...) »* [Sallet Lavorel, 2003, p123] il s'appuie donc sur des valeurs de **réciprocité** et **d'intimité**.

Nous retiendrons donc pour notre étude cette définition du tourisme participatif, avec l'idée d'une dualité entre le visiteur et l'habitant qui devient un acteur et un décideur du tourisme de son territoire. Cette définition rejoint celle de Samuel Coquin :

« (...) le tourisme dit participatif se caractérise par la contribution active des habitants aux activités touristiques dans une dynamique locale de rencontre et de conciliation des intérêts des populations hôtes et visiteurs » [Coquin, 2008].

La notion de réciprocité est alors fondamentale entre les acteurs autochtones et les visiteurs. Il s'adresse selon cet auteur « à un voyageur qui souhaite rencontrer les habitants, au-delà de toute relation marchande, pour "voir le pays de l'intérieur" » [ibid]. Le tourisme participatif contient une promesse de médiation avec une potentialité importante de réciprocité entre les acteurs.

Notre conception du tourisme participatif privilégiera **la relocalisation** pour prendre en compte la dimension économique, mais aussi écologique, **et la solidarité à la vie locale**, pour prendre en compte la dimension humaine.

Le tourisme participatif est ainsi alternatif au tourisme de masse puisqu'il propose une façon de voyager en prenant conscience de l'impact que l'on produit sur sa destination, et en adoptant un comportement qui porte intérêt aux habitants, à l'environnement, à la culture, en surveillant sa consommation et ses actes pour que les retombées soient positives pour les habitants, l'économie locale et l'environnement. Le concept de tourisme participatif inclut également la participation de l'habitant, qui participe, voire est à l'origine, du modèle mis en place.

Par une démarche simple et accessible à tous, le projet qui est étudié ici de monnaie locale comme outil d'un tourisme participatif permet, c'est à noter, de ne pas opposer tourisme populaire, de masse, et tourisme participatif, car chacun peut, au cours de son séjour, choisir de s'impliquer simplement en changeant des euros en monnaie locale. Cette démarche est en phase avec la diversification des pratiques observées, les mêmes touristes pouvant passer indifféremment du tourisme balnéaire au tourisme alternatif ou patrimonial [Gravari-barbas et Delaplace, 2016].

## Émergence de la demande pour un tourisme différent

Les statistiques officielles sont peu nombreuses voire inexistantes pour donner des chiffres précis sur l'ampleur du mouvement de la demande pour un tourisme différent. Néanmoins, une étude menée par le cabinet Protourisme conclut que « 37% des Français assurent que les questions environnementales les ont poussés à changer leurs habitudes de vacances, alors qu'ils n'étaient que 10% en 2016. Pour autant les deux tiers d'entre eux ne sont pas prêts à payer plus pour un voyage "responsable" » [D.Berlioz, 2020, p38].

Certains éléments permettent tout de même d'apprécier la présence de cette demande comme la création d'associations ou le développement de différents labels ces dernières années, qui peuvent être une illustration de l'intérêt porté à ces pratiques émergentes. Cela peut se manifester par exemple avec la création de tour-opérateurs d'aventures

souhaitant réduire l'impact de leur activité sur la planète et ses habitants, comme par exemple l'association Agir pour un tourisme responsable (ATR). Elle a été créée en 2004, et porte depuis 2006 un label provenant de l'association française de normalisation (AFNOR). Ce dernier enjoint les acteurs du tourisme à respecter une série d'engagements.

De même, l'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES), qui date de 2006, a pour but de soutenir une activité touristique qui aide au développement local des régions d'accueil, et institue un partenariat étroit avec les communautés des pays visités [Berlioz, 2020, p36-37]

On constate aussi l'organisation de salons spécialisés sur le sujet comme le plus important, le Reise Pavillon, à Hanovre (Allemagne), ou des projets de voyages dits « engagés » comme Hopineo, Travel With a Mission (TWM), Etika Mundo...



Concernant les projets qui sont davantage en rapport avec le tourisme participatif : le wwoofing, les chantiers solidaires et les réseaux des Greeters sont présentés comme des initiatives phares [Coquin, 2008].

- › Le wwoofing (WorldWide opportunities on Organic Farms) est lui un réseau mondial de fermes biologiques. Fondé en 1971 en Angleterre, il se pratique aujourd'hui dans 132 pays. Il donne l'opportunité aux visiteurs d'apprendre et de vivre au sein de fermes biologiques en partageant leurs connaissances et savoir-faire.
- › Les chantiers participatifs, également nommés chantiers solidaires, collaboratifs ou partagés, sont des projets durant lesquels des personnes se réunissent pour travailler/restaurer un lieu ensemble.
- › Le mouvement des Greeters est un phénomène déjà ancien, puisqu'il est apparu dans les années 1992 aux Etats-Unis, et il est devenu mondial. Le principe : un habitant fait découvrir son territoire, sa ville, son village, son quartier, selon sa propre perception, ce qui rend la découverte authentique et instructive pour le visiteur.

Dans ces diverses formes d'application du tourisme participatif on retrouve bien, sous différents degrés et perspectives, l'implication tant de l'habitant que celle du visiteur.

Et les monnaies locales là-dedans ? Comment peuvent-elles être un vecteur de tourisme participatif ?

## (RÉ)Émergence des monnaies locales

Des monnaies locales ont circulé en France jusqu'au début du 19<sup>e</sup> siècle puis se sont éteintes après un long processus de centralisation par l'Etat français de l'émission de la monnaie. Des initiatives sont nées en Europe dans les années 1930 avec la Grande dépression, notamment en Autriche (voir à ce sujet le film « La monnaie miraculeuse », Urs Egger, 2018), en Allemagne et en Suisse. Des monnaies locales apparaissent aussi en Amérique du Sud (clubs de trueque en Argentine durant la crise du peso au début des années 2000, Banco Palmas dans un bidonville brésilien de Fortaleza...), et on estime généralement à 5 000 les dispositifs de monnaies alternatives, dans plus de 50 pays [Whitaker, 2011]. Elles se déploient autour de modèles différents, dont les systèmes d'échange sur base temps (comme les SEL en France, les Local Exchange System (LETS) dans le monde anglo-saxon) et les monnaies locales, comme les réseaux de trueque en Argentine lors de la crise financière du début des années 2000, et à leur suite le Chiemgauer et les autres monnaies allemandes du réseau Regio, la Banque Palma au Brésil, le projet de monnaie nationale complémentaire SOL de l'ESS en France dans les années 2000, puis les premières monnaies locales contemporaines en France à partir de 2010, avec l'Abeille, dans le Lot-et-Garonne, la Miel, la Mesure, etc.

Finalement, on peut simplifier en trois catégories principales les monnaies complémentaires que l'on retrouve en France et dans le monde :

- › Les monnaies locales complémentaires (MLC)
- › Les Systèmes d'Echanges entre particuliers type SEL
- › Les Systèmes d'Echanges entre entreprises, comme le WIR en Suisse ou le Sardex en Sardaigne.

Ces monnaies alternatives très diverses on en commun de pouvoir être qualifiées de monnaies sociales et complémentaires.

Elles sont dites sociales car elles visent à créer de la valeur sociale et/ou environnementale. Elles sont complémentaires, car elles n'ont pas pour objectif de remplacer les monnaies étatiques mais bien de les compléter, facilitant les échanges en mariant les besoins non satisfaits et ressources non utilisées, ou en permettant de flécher des flux monétaires vers des territoires et des acteurs économiques qui en ont besoin. [ADEME, 2016, p6].

Pour la présente étude, nous nous concentrerons sur les monnaies locales complémentaires, au nombre de 82 en France en 2020, avec des niveaux d'activité très inégaux.

## Définition et objectifs des monnaies locales complémentaires

Une monnaie locale complémentaire circule parallèlement à la monnaie officielle et circule sur un territoire limité, entre adhérents de l'association gérant cette monnaie locale. En France, les quelque 80 monnaies locales recensées en 2020 sont toutes à parité avec l'euro (1 unité de monnaie locale = 1 euro), et elles sont remboursables en euros, le plus souvent avec une commission de change.

Les monnaies locales étant des instruments de paiement qui ne peuvent être utilisés que dans une zone géographique limitée, ce sont des titres de paiement non délocalisables.

Ils permettent d'inciter à la relocalisation des achats des particuliers et à la relocalisation des échanges de biens et services entre entreprises, associations, producteurs, collectivités locales du territoire où elles circulent. dont le siège social appartient à un territoire délimité.

Philippe Derruder propose de les définir comme suit :

*« (...) des unités de compte mises en circulation, en complément de la monnaie nationale, à l'initiative de groupes de citoyens réunis au sein d'un réseau sur un territoire limité et dont les règles de fonctionnement sont définies par eux » [Derruder, 2014, p72]*

Le but d'une monnaie locale est de relocaliser les échanges pour réduire les émissions de gaz à effet de serre liés aux transports de marchandises et pour renforcer le tissu économique local, en fléchissant les flux monétaires vers un territoire et un réseau spécifiques.

La monnaie locale, c'est aussi un instrument qui a pour objectif de relier les producteurs locaux avec les consommateurs, ce qui peut être un tremplin au développement des circuits-courts sur le territoire. En encourageant le commerce, la production et les échanges de proximité, la monnaie locale peut être un outil favorisant un développement pérenne du territoire, solidaire, favorable à la population et bénéfique pour la Transition écologique.

## Les monnaies locales complémentaires en France

A partir des années 2000, le contexte français devient favorable à des réflexions et des expérimentations pour favoriser la Transition écologique et énergétique et les monnaies locales apparaissent comme un outil pouvant servir cet objectif, dans la lignée de la mission Viveret sur les nouveaux facteurs de richesse et de son rapport Reconsidérer la richesse (2002). Une première expérimentation est lancée avec la monnaie SOL en 2007 grâce au soutien d'acteurs de l'ESS (Crédit coopératif, Chèque déjeuner, Macif), mais ce projet de monnaie complémentaire nationale dédiée à l'ESS ne parvient pas à trouver ses marques. Outre-Rhin, durant la même période, une monnaie locale dans le canton bavarois du Chiemgau, le Chiemgauer, va connaître un succès remarqué qui va inspirer des porteurs de projets en France, qui vont s'appuyer



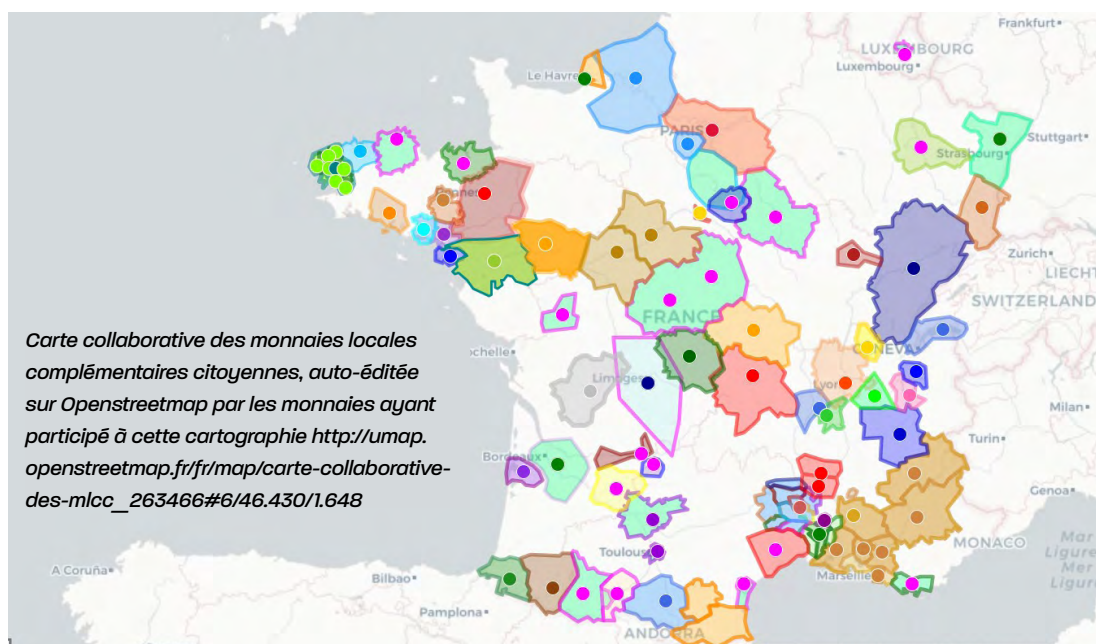
sur cet exemple ainsi que sur les enseignements de l'expérience SOL. C'est ainsi que vont se développer les de monnaies locales complémentaires en France.

Deux réseaux se développent alors :

- › Le Réseau des Monnaies locales complémentaires citoyennes (MLCC)
- › Le Mouvement SOL
- › Certaines monnaies étant membre des deux réseaux.

Le Réseau des MLCC est un regroupement de nombreuses monnaies locales de France, qui peuvent se retrouver lors de rencontres nationales.

Le Mouvement SOL, lui, voit le jour à la suite d'un travail de réflexion engagé par et autour de Patrick Viveret (philosophe et essayiste altermondialiste, conseiller maître honoraire à la Cour des comptes). L'enjeu de ce mouvement est de « *promouvoir l'émergence d'une société et d'une économie plurielle face aux risques civilisationnels, écologiques et sociaux, véhiculés par la société de marché* » [Blanc, Fare, 2010]. C'est aujourd'hui un réseau national se structurant dans une dynamique de fédération pour accompagner le développement des monnaies locales en France.



On peut noter des différences dans le fonctionnement de chaque monnaie locale, mais elles sont néanmoins construites sur la même architecture monétaire [ADEME, 2016] :

- › Elles ont pour référence la monnaie officielle, l'Euro.
- › Chaque unité de MLC est remise aux adhérents en contrepartie d'un euro, qui sera placé dans un fonds de réserve dans une banque éthique
- › Chaque unité de MLC représente onc un titre de créance remboursable (à certaines conditions) en euros. La loi sur l'ESS du 31 juillet 2014, dite Loi Hamon, les définit en son article 16 comme des Titres de monnaie locale complémentaire, inscrits au Code monétaire et financier, et gérés par des structures de l'ESS.

- › Elles circulent dans un réseau de prestataires choisis (commerces, artisans, producteurs, associations etc.) qui doivent s'engager dans une démarche de développement durable avec des critères plus ou moins contraignants, via un processus d'agrément et de contrôle propre à chaque monnaie.
- › Une monnaie complémentaire est créée et gérée par une structure ad hoc, souvent une association, qui définit ses propres règles et vise à une réappropriation citoyenne de la monnaie.
- › En général, seuls les prestataires peuvent éventuellement reconvertir la monnaie locale en euros (généralement moyennant une commission).

Les différentes monnaies locales existantes en France possèdent toutes un caractère local, un ancrage à leur territoire. Elles visent à compléter la monnaie nationale afin de redynamiser l'économie locale, favoriser les circuits courts, remettre l'humain au cœur de l'acte d'achat.

### Cadre légal français des monnaies locales

Pensées comme un outil de la réappropriation de l'économie par les citoyens, un levier pour soutenir le développement au niveau local et renforcer le lien social, les monnaies locales s'inscrivent dans le cadre de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS).

Les monnaies locales complémentaires sont régies par les articles L311-5 et L311-6 du Code monétaire et financier depuis la loi sur l'ESS de 2014. Certaines circulent aujourd'hui non seulement sous forme de billets, mais aussi sous forme scripturale, avec des systèmes autonomes de comptes en monnaie locale, ceci sous l'égide de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), institution intégrée à la Banque de France.

### Convergences entre monnaies locales et tourisme participatif

Les monnaies locales complémentaires sont pensées comme des outils permettant de développer l'économie d'un territoire dans un sens favorable à sa population et à la transition écologique. Elles peuvent donc être considérées comme des initiatives socio-économiques et citoyennes de transformation. Leurs objectifs, leurs valeurs sont en phase avec celles du tourisme participatif.

Dans l'intention d'un développement plus vertueux des territoires, le tourisme a lui aussi, tout intérêt à être pensé localement. En effet, pour que le tourisme soit bénéfique pour le territoire et s'éloigne du tourisme de masse, il faudrait que les retombées du secteur touristique bénéficient réellement à la population d'accueil au-delà des acteurs au contact direct des touristes (hébergeurs, restaurateurs, professionnels des loisirs, etc.) et au-delà des établissements locaux appartenant à de grands groupes spécialisés. Cela veut dire qu'il serait souhaitable que l'argent dépensé par

les touristes aille réellement irriguer l'économie locale, au lieu de « s'évaporer » en étant redépensé ailleurs, pour des achats hors-territoire, ou en étant capté par des investisseurs. Le tourisme participatif serait une manière pour les touristes d'exercer leur solidarité envers le territoire qu'ils visitent.

Cette dimension de solidarité au territoire peut être observée comme une tendance émergente favorisée par le contexte de crise liée à l'épidémie mondiale de Covid-19. En effet, on a constaté cette année en France une forte proportion de visiteurs de proximité, et les médias ont largement mis en avant des vacanciers français partis redécouvrir des villes et villages de France en lieu et place de destinations étrangères habituelles. Le contexte semble donc favorable à l'ancrage territorial du tourisme, à la solidarité, et à la préservation de l'Environnement, cette dernière tendance étant une forte attente sociétale en développement depuis des décennies, avec une accélération certaine dans les années 2010 en raison des préoccupations grandissantes concernant les dérèglements climatiques.

Une monnaie locale permet de mettre en œuvre ces valeurs puisqu'elle fonctionne de manière à relocaliser l'économie, avec des impacts attendus en termes de soutien aux acteurs économiques locaux, de participation à la réduction des émissions de gaz à effet de serre liées aux transports de marchandises et aux modes de productions agricoles industriels.

Ainsi, mettre une monnaie locale à disposition des touristes pourrait permettre que les flux monétaires qu'ils génèrent soient davantage captés par les acteurs locaux et aillent irriguer l'économie du territoire où circule cette monnaie.

En outre, les monnaies locales sélectionnant les professionnels de leur réseau en fonction d'une charte éthique et proposant dans certains cas (comme l'Eusko) un système de défis à relever, utiliser une monnaie locale permet aux touristes de privilégier des acteurs clairement identifiés sur le territoire comme participant à la Transition écologique, économique et sociale.



La participation concerne aussi les habitants eux-mêmes qui, en ouvrant l'outil qu'ils ont créé aux touristes, disposent d'un moyen d'influencer le mode de développement du tourisme sur leur territoire. Les habitants revendiquent en effet aujourd'hui une place à part entière dans le processus de décision et dans les changements que leur territoire peut subir. En anglais on parle de « *grassroots innovations* » : des innovations menées par les acteurs eux-mêmes, et non pas dans un processus descendant du haut vers le bas (*top/down*). « *A cette échelle, les acteurs du terrain ont la capacité de saisir des signaux faibles, inaudibles par les entreprises à but lucratif et par les pouvoirs publics* » [Blanc, Fare, 2012 p84]. Proposer aux touristes de participer à l'utilisation d'une monnaie locale mise en place par les habitants serait alors une innovation qui ne pouvait provenir que de la société civile, mais qui répondrait à une attente sociale non encore pleinement identifiée par les institutions.

Il est à noter que dans le concept de tourisme participatif, il semble évident que les habitants sont eux-mêmes les premiers « touristes » de leur territoire, qu'ils sont invités à (re)découvrir, dans une logique de proximité, de sobriété, et de solidarité en favorisant l'économie de leur propre territoire. C'est l'idée que développent certains auteurs comme Philippe Bourdeau dans sa conception du tourisme post-crise sanitaire.

« *C'est aussi cela, l'après tourisme : une sorte de tourisme à usage interne, par et pour les gens du coin, qui travaille sur la qualité de vie et la représentation de l'identité locale* » [Bourdeau, 2020, p44].

Cet auteur souligne l'importance qu'il y aurait à intégrer les habitants comme acteurs des projets touristiques de leur territoire, mais aussi comme public. Il est possible d'imaginer qu'une monnaie locale pourrait impulser des dispositifs proposés à la fois aux touristes et aux habitants eux-mêmes, dans une logique d'intégration cohérente avec les visées humanistes à la fois des monnaies locales et du tourisme alternatif.

La monnaie locale pourrait alors être vue comme outil pour relier la nouvelle demande émergente des touristes et réaliser un tourisme participatif qui intégrerait l'habitant dans ses stratégies.

Reste à étudier maintenant plus concrètement de quelle manière, sur un territoire précis, une monnaie locale pourrait réellement représenter un levier pour développer un tourisme participatif. C'est précisément l'objet de la recherche-action menée au Pays Basque à l'été 2020 par l'Institut des monnaies locales, avec comme objet d'étude le dispositif « Vacances en eusko » mis en place par la monnaie locale de ce territoire, l'Eusko.

## 2<sup>e</sup> partie

# Le Pays Basque, un territoire propice à l'expérimentation d'un tourisme participatif

Nous aborderons ici les caractéristiques qui font du Pays Basque français ou Pays Basque Nord (*Iparralde* en euskara, la langue basque) une destination touristique dynamique. Nous verrons que ce territoire possède des enjeux que le tourisme de demain pourrait prendre en compte notamment par le tourisme participatif, et qu'une bonne coordination des acteurs est nécessaire pour cela.

## Un territoire historiquement touristique

La situation géographique du Pays Basque lui vaut d'être une destination touristique privilégiée depuis le XIX<sup>ème</sup> siècle. Napoléon III et son épouse Eugénie font de la petite ville de Biarritz une station de bains de mer très huppée. Puis Saint-Jean-de-Luz s'engage sur le même chemin, entraînant à sa suite le reste de ce que l'on baptise la Côte basque, et qui s'impose comme une destination touristique de premier plan.

Au XX<sup>ème</sup> siècle le tourisme aristocratique fait place à un tourisme de masse, mêlant tourisms populaire et de loisirs (le surf participe à la notoriété de la Côte basque), qui côtoient une clientèle de haut standing toujours fidèle à la région [Férérol, 2015]

### Le Pays Basque c'est :

- › Région : Nouvelle-Aquitaine
- › Département : Pyrénées-Atlantiques
- › Surface : 2 967 km<sup>2</sup>
- › Nombre d'habitants : 310 000
- › 3 provinces historiques : Labourd, Basse-Navarre, Soule
- › Intercommunalités : Communauté d'agglomération Pays Basque
- › Langues : Euskara (langue minorisée), Français, et un peu de Gascon
- › Territoires limitrophes : Landes, Béarn, Pays Basque Sud (Communauté autonomie d'Euskadi et Communauté forale de Navarre

Caractéristiques du Pays Basque à partir de données INSEE, consulté le 05/10/20



Carte représentant le Pays Basque Nord

Carte extraite de Libération, consulté le 09/09/20

Les atouts géographiques et sa culture singulière, mais aussi les décennies d'investissements touristiques réalisés pour équiper le territoire en infrastructures touristiques prioritairement à des investissements productifs font aujourd'hui du Pays Basque une destination touristique majeure. Ses visiteurs viennent très majoritairement de France et de l'autre côté de la frontière (Euskadi, Navarre et Aragon). Sa proximité avec les capitales régionales Bordeaux et Toulouse lui fournit également un flux de fréquentation toute au long de l'année, ce qui en fait de plus en plus une destination « quatre saisons ».

L'éventail des activités et des tourisms est très large sur le territoire basque, allant de la thalassothérapie et du thermalisme au tourisme sportif et de nature (surf, golf, eaux vives, randonnée, VTT, cyclotourisme) au tourisme balnéaire et gastronomique... Saint-Jean-Pied-de-Port est de plus une étape majeure du Chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle, un pèlerinage en vogue aujourd'hui après avoir été largement délaissé dans la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle.



Enfin, le territoire possède une culture très vivante (danses, théâtre populaire, carnivals, fêtes de villages, pelote basque, artisanat, produits locaux, spécialités gastronomiques...), donc certains aspects ont subi les outrages d'une folklorisation à même d'alimenter les campagnes publicitaires de promotion de cette destination touristique, ce qui est mal vécu par une partie significative des habitants de ce territoire. Nous parlons ici de folklorisation dans le sens de la conservation unique du pittoresque ou de l'exagération de certains éléments de la culture basque traditionnelle [Férérol, 2015].

Les atouts naturels et culturels du Pays Basque sont couplés à une offre structurée partiellement autour de réseaux d'indépendants comme le cluster GOazen. Créé en 2018, c'est un espace collaboratif entre 580 entreprises du Pays Basque. Son action vise entre autres à améliorer la compétitivité économique du secteur du tourisme, anticiper les mutations, professionnaliser l'offre et agir pour un développement

touristique respectueux des valeurs et de la culture du Pays Basque [Source : Chambre de Commerce et d'Industrie de Bayonne]

Le Pays Basque bénéficie d'une forte notoriété, se classant comme 3<sup>e</sup> destination la plus citée de France. La fréquentation touristique ne cesse d'augmenter, avec 22 500 000 visiteurs en 2019 selon l'Agence d'attractivité et de Développement touristiques Béarn-Pays Basque (AaDT). Les Français représentent 69 % de la clientèle, dont 30% viennent de Nouvelle-Aquitaine. Les retombées touristiques estimées en 2019 étaient de 1,566 milliards d'euros (ibid).

En termes d'emploi, les estimations de 2018 donnent :

- › 9 323 emplois dans le tourisme (6,5% des emplois totaux)
- › 2 991 entreprises dans le tourisme (6,2% du total des entreprises)
- › Soit 1 entreprise sur 17 sur le territoire (ibid)

## Les enjeux du territoire

Cependant à la fin des années 2000, le Pays Basque a commencé à ressentir une baisse de la durée des séjours qui pourrait traduire un affaiblissement de son attrait touristique. La dégradation du patrimoine naturel représente un risque, lié notamment à l'artificialisation des terres, dans un territoire où l'on construit toujours plus pour accueillir de nouveaux habitants, mais aussi parce que le Pays Basque compte des dizaines de milliers de résidences secondaires. Il existe également un risque sur le patrimoine culturel, dont la base est la langue basque, l'euskara, qui vient à peine d'enrayer la chute de son nombre de locuteurs complets, stabilisé autour de 20 à 25% (moins sur la Côte basque, et davantage à l'intérieur des terres).

On constate enfin un déséquilibre entre la Côte basque et l'Intérieur, avec aujourd'hui 42% des habitants d'Iparralde vivant sur le Pôle territorial Côte-Basque-Adour (Source : INSEE 2018), et un flux similaire des touristes, selon l'AaDT : « *L'écart de fréquentation semble se creuser entre littoral et intérieur, exacerbant encore davantage les enjeux de gestion de flux sur la côte et de développement économique des petites unités en zone rurale et de montagne.* »

Dans le même temps, le territoire doit prendre en considération la modification des attentes de la part des touristes. On retrouve cela dans l'étude de Clémence Mathieu pour l'AaDT (anciennement CDT) de 2010. Elle a mené une enquête sur la demande des visiteurs des offices de tourisme du Béarn et du Pays Basque. Les attentes les plus citées sont :

- › Des sorties nature accompagnées (89,5%)
- › La rencontre avec les habitants (73,7%)
- › La découverte d'espaces naturels préservés (63,2%) [Mathieu, 2010, p90].

Ces données mettent en lumière une appétence des visiteurs pour des activités pouvant fortement s'apparenter à de l'écotourisme, pour ses valeurs de respect de l'environnement, et d'échange avec les habitants. Pour l'AaDT, cité par Clémence Mathieu, l'écotourisme apparaît « *comme un tourisme participatif, permettant de valoriser la réalité d'un territoire et non seulement une mise en tourisme à outrance servant uniquement à satisfaire les touristes ; la notion d'un usage multiple du territoire semble donc ici très importante face à d'autres formes de tourisme.* »

Le tourisme participatif pourrait donc être une forme de tourisme adéquat pour le Pays Basque afin de préserver les ressources et richesses du territoire, pour développer un tourisme plus responsable, mettre en lien touristes et habitants en partenariat avec les acteurs institutionnels du tourisme. Le Pays Basque pourrait donc se révéler un territoire idéal d'expérimentation du tourisme participatif.

## Monnaie locale du Pays Basque et acteurs du tourisme

Le Pays Basque fait partie des territoires possédant une monnaie locale complémentaire à la monnaie nationale, l'euro. Cette monnaie locale complémentaire (MLC) basque, écologique et solidaire se nomme l'eusko, et elle est en circulation depuis le 31 janvier 2013 sous forme de billets (1 euro = 1 eusko). Depuis mars 2017, elle circule aussi sur des comptes eusko en ligne reliés à une carte de paiement, l'euskokart, et depuis juin 2020 via une application de paiement sur smartphone, euskopay, implémentée grâce au soutien du Conseil régional de Nouvelle Aquitaine dans le cadre de l'opération Vacances en eusko. Objectif : permettre aux touristes d'utiliser plus facilement l'eusko pendant leur séjour, avec leur smartphone (tout en offrant une nouvelle possibilité d'usage de l'eusko aux habitants du territoire, qui vont eux aussi bien sûr pouvoir utiliser cette application de paiement). Des centaines de restaurants, commerçants, producteurs paysans, qui auprès desquels les touristes pourront utiliser leurs eusko, sont déjà adhérents, mais l'équipe de l'association va mener une action spécifique avant l'été 2020 pour enrichir l'offre en eusko en termes notamment d'hébergement et de loisirs.



### Application de paiement « euskopay »

Illustration du paiement par smartphone avec l'application « euskopay », source Euskal Moneta



Logo de la monnaie locale  
du Pays Basque



C'est l'association Euskal Moneta qui est à l'origine de cette monnaie et qui la gère. L'Eusko est rapidement devenue la monnaie locale la plus utilisée de l'État français, tant en termes de nombre d'utilisateurs particuliers et professionnels qu'en termes de masse monétaire en circulation.

En effet, en septembre 2020, l'Eusko c'est :

- › 3800 utilisateurs particuliers
- › 1038 professionnels
- › 2 068 941 eusko en circulation
- › Plus de 100 000 euros automatiquement convertis en monnaie locale du Pays Basque chaque mois
- › 23 communes adhérentes (données fournies par Euskal Moneta).

L'eusko est un outil pour contribuer à la relocalisation de l'économie. L'ensemble des entreprises et associations qui souhaitent rejoindre le réseau doivent être agréés par un comité d'agrément de l'association, et pour cela avoir leur siège social au Pays Basque et avoir une activité correspondant à la Charte de l'eusko.

Les professionnels qui souhaitent réutiliser les eusko reçus de leurs clients ne peuvent le faire qu'auprès d'autres membres du réseau, qui ont donc forcément leur siège social au Pays Basque. Ils peuvent sinon reconvertir leurs eusko en euros, mais ils se verront appliquer une retenue de 5%.

A travers ce système, la monnaie locale complémentaire contribue à la transition écologique, parce qu'en relocalisant leurs achats, les particuliers et les entreprises développent les circuits courts locaux, donc réduisent les émissions de gaz à effet de serre liés aux transports. En favorisant l'agriculture paysanne et en n'agréant pas les producteurs intégrés dans une agriculture industrielle, l'Eusko favorise de plus un mode de production de l'alimentation plus respectueux de l'environnement et moins émetteur de gaz à effet de serre.

De plus, les entreprises doivent pour adhérer à cette monnaie locale s'engager sur des défis à relever pour l'Environnement (relocalisation de leurs achats, tri des déchets) et pour la préservation de la langue basque.

Le particulier, lui, en devenant utilisateur de cette monnaie, va être encouragé à réduire ses achats dans la grande distribution ou en ligne sur Internet pour utiliser ses eusko auprès de paysans en agriculture paysanne, de commerces bios, de magasins de producteurs, et plus généralement vers les commerces indépendants, qui font vivre les centres-villes et les centres-bourgs, et vers des entreprises engagées avec l'Eusko pour un Pays Basque plus écologique, euskaldun (i.e. où la langue basque est vivante) et solidaire.

## L'eusko proposé aux vacanciers

L'Eusko a expérimenté pendant l'année 2019 une version test de l'opération Vacances en eusko, avec des enveloppes de billets seulement, qu'elle a désiré renouveler et davantage développer pour la saison touristique 2020. La proposition de ce dispositif Vacances en eusko est de permettre aux personnes venant pour un court séjour ou de longues vacances au Pays Basque d'agir pour un développement local respectueux des intérêts à long terme du territoire et de ses habitants, irriguant l'économie locale et accélérant la transition écologique.

Cette initiative paraît pertinente pour répondre aux des défis de long terme auxquels est confronté l'activité touristique au Pays Basque, et aussi pour répondre à une demande identifiée par les acteurs du tourisme et de l'ESS face à la crise de la Covid-19. En effet, la CRESS (Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire) de Nouvelle-Aquitaine organisait le 06 Juin 2020 dans le cadre des « Rendez-vous de la CRESS Nouvelle-Aquitaine avec le Réseau des collectivités Territoriales pour une Economie Solidaire (RTES) » une conférence sur le tourisme à destination des agents des collectivités locales, dont il ressortait que la situation post-confinement du printemps 2020 mettait en exergue une envie de tourisme de proximité et une importance accrue apportée à l'ancrage local des activités touristiques. Une invitation à penser le tourisme localement, à travers des initiatives directement bénéfiques à la population accueillante et à l'économie locale.

L'initiative proposée par l'Eusko s'accorde avec ces recommandations. Elle propose de plus de mieux connaître le territoire en « sortant des sentiers battus », en se laissant guider par l'offre en eusko qui est avant tout une offre utilisée par les habitants eux-mêmes en termes de restauration, de courses alimentaires, d'activités sportives, de loisirs...

Cette meilleure connaissance du territoire est une attente des touristes, mais elle est aussi bénéfique pour le territoire car mieux le connaître, c'est davantage le respecter, comme le démontrent P. Marcotte, L. Bourdeau et B. Sarrasin dans *Concilier tourisme et développement durable*, 2017 :

« Quand on connaît les régions, les traditions, les individus, il est plus facile de s'y attacher et de vouloir les protéger » [Marcotte, Bourdeau, Sarrasin, 2017, paragraphe 4].

Ce tourisme ancré localement permet aussi aux vacanciers d'aller davantage à la rencontre des habitants, donc de mieux comprendre les problématiques du territoire, ce qui devrait susciter chez lui l'envie de participer aux dynamiques bénéfiques à l'économie et la population locales.

## Une coopération nécessaire des acteurs du tourisme

Pour que ce projet Vacances en eusko fonctionne, la coopération des acteurs institutionnels du tourisme au Pays Basque serait un apport important (offices de tourisme, direction Tourisme de la Communauté d'agglomération Pays Basque, Conseil départemental via l'AaDT, Chambre de Commerce et d'Industrie via son cluster GOazen...).

Les offices de tourisme ont un rôle clé à jouer en tant que relais directs des initiatives du territoire auprès des visiteurs. Le Pays Basque compte sept offices de tourisme, dont deux offices de tourisme communautaire : l'office de tourisme Pays Basque, qui rassemble 152 communes sur les 158 que compte le territoire, et l'office de tourisme communautaire de Bayonne qui a, lui, un périmètre communal. Les cinq autres offices de tourisme sont communaux : Anglet, Biarritz, Bidart, Cambo-les-Bains et Hendaye. Au total, 24 bureaux d'accueil touristique.

Lors de la visioconférence du 6 juin citée plus haut, la MONA (Mission des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine) déclarait dans ce contexte vouloir inciter la politique des offices vers un tourisme davantage en coopération avec les habitants des territoires de Nouvelle-Aquitaine. Dans ce cadre, le projet Vacances en eusko pourrait donc être un outil promu par les offices de tourisme, pour développer une forme de tourisme plus durable, locale et participative. Car comme nous l'avons vu, les principes fondateurs des monnaies locales et les valeurs du tourisme participatif ont beaucoup à voir entre elles, et semblent pouvoir entrer en résonance dans un territoire comme le Pays Basque.



## 3<sup>e</sup> partie

# L'opération Vacances en eusko à l'été 2020

Pour mettre en œuvre ce concept de tourisme participatif par l'usage d'une monnaie locale, l'Eusko a déployé un projet complet avec des moyens techniques nouveaux, une campagne de communication et des actions de diffusion via des partenaires pour faire vivre ce dispositif Vacances en eusko. Il s'agit donc ici de présenter ce dispositif, puis de décrire la méthodologie utilisée durant les différentes phases de l'enquête pour l'évaluer.

## Présentation du dispositif Vacances en eusko

Le dispositif Vacances en eusko est le moyen développé par l'association Euskal Moneta - Monnaie locale du Pays Basque pour rendre l'usage cette monnaie locale accessible à un nouveau public : les touristes.

Une première expérimentation réalisée durant l'été 2019 avec des enveloppes Vacances en eusko (incluant des billets, un annuaire des adresses en eusko et un mini-livret de conversation en basque) avait amené sur huit semaines la vente de 150 enveloppes lors de tables d'information organisées par l'association sur des marchés ou lors de fêtes, mais aussi au sein d'offices de tourisme partenaires.

Ce dispositif s'adresse aux touristes mais aussi aux résidents du territoire qui passeraient des vacances ou feraient des sorties au Pays Basque. Un second public d'autant plus visé par l'association après la crise sanitaire du printemps liée à la Covid-19 et la possible augmentation du tourisme de proximité qui pouvait en conséquence être anticipée.

D'un point de vue pratique, pour accéder à la monnaie locale via le dispositif Vacances en eusko, il existe deux possibilités, avec chacune pour seul coût l'adhésion obligatoire à l'Eusko pour deux euros correspondant à une durée maximum de deux mois :

- › Les enveloppes Vacances en eusko, créées en 2019 et disponibles en offices de tourisme, d'un montant de 20 ou 50 €. Elles contiennent un assortiment de billets d'une valeur de 18 ou 48 eusko, un mini-lexique français-euskara, et un annuaire de professionnels du réseau à proximité de l'office de tourisme. Une carte d'adhérent remplie au moment de l'achat de l'enveloppe permet de reprendre une enveloppe du montant de son choix sans avoir à payer à nouveau l'adhésion de deux euros.



Enveloppes de billets  
Vacances en eusko

Nouveauté en 2020 : un guide de 7 Circuits Vacances en eusko pour des journées 100% en eusko à l'intérieur du Pays Basque est gratuitement remis. Il est le fruit d'un travail exigeant réalisé par l'équipe de l'Eusko, et le livret est lui-même un bel objet, soigneusement designé.



Guide 7 Circuits Vacances en eusko

- › Le compte en ligne Vacances en eusko, que l'on peut ouvrir en cinq minutes depuis son smartphone ou un PC, avec comme seule pièce à fournir une photo de sa pièce d'identité. Ce compte se crédite sans frais par carte bancaire, du montant d'eusko que l'on souhaite. Puis, pour régler dans les commerces du réseau Eusko, il suffit de télécharger l'application de paiement pour smartphone « euskopay ». Il est possible de clôturer ce compte à tout moment et de se faire rembourser le solde restant en eusko, ou de l'utiliser pour commander un panier paysan à se faire livrer chez soi. Le compte Vacances en eusko propose également un lien vers l'annuaire du réseau Eusko et des bons plans offerts par des commerces du réseau Eusko.

On le voit, dans son dispositif de 2020, l'association réalise un saut qualitatif important, avec de nouveaux outils développés grâce au soutien de ses partenaires, à travers le dispositif Tourisme innovant en Nouvelle-Aquitaine du Conseil régional, et un soutien à la communication de la Direction tourisme de la Communauté d'agglomération Pays Basque. Il s'agit notamment d'innover en proposant un parcours 100% digital aux touristes souhaitant utiliser une monnaie locale pour participer à la Transition écologique et à un développement pérenne du territoire, tout en sortant des sentiers battus pour aller autrement à la rencontre des habitants.

Cependant pour que l'opération Vacances en eusko remplisse ses objectifs d'incitation à un tourisme participatif, pour qu'elle ait un impact, il lui reste à rencontrer un certain succès, c'est-à-dire que les touristes s'emparent de ce dispositif. Disons-le tout de suite, la première édition de l'opération, à l'été 2020, n'a pas permis de relever ce défi quantitatif, tant la crise de la Covid 19 et le confinement du printemps ont désorganisé et retardé la mise en route du dispositif et le déploiement de la communication à son sujet.

L'enquête de terrain réalisée par l'équipe de l'Institut des monnaies locales a cependant permis d'évaluer si l'offre correspond bien aux attentes des touristes, et si elle leur est suffisamment accessible, afin d'en tirer les leçons et de l'améliorer pour l'avenir, dans une perspective de développement au Pays Basque mais aussi de diffusion sur d'autres territoires intéressés, l'ensemble des outils créés par l'Eusko ayant été développés en logiciels libres.

## Des rencontres « authentiques » ?

De nombreux voyageurs recherchent, quand ils découvrent un territoire, une expérience « authentique ». De quoi parle-t-on ? Et les monnaies locales permettraient-elles de répondre à cette attente ?

L'authenticité est un terme général, parfois critiqué par les auteurs, mais qui dans le contexte de l'opération Vacances en eusko pourrait être regardé à partir de l'analyse de Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau, Bruno Sarrasin :

*« L'authenticité apparaît ainsi comme un moyen de valoriser et de préserver les richesses locales, qu'elles soient géographiques, ou liées au savoir-faire. Cette authenticité est par ailleurs reconnue comme le fondement de l'attractivité des destinations et des destinations durables. » [Marcotte, Bourdeau, Sarrasin, 2017, pp21]*

Rapporté à l'opération Vacances en eusko, il s'agirait de développer sur le territoire un tourisme différent, permettant d'ouvrir une voie spécifique qu'est l'usage d'une monnaie locale pour aller à la rencontre des acteurs du territoire et des initiatives collectives qui s'y mènent. La monnaie locale elle-même peut être considérée comme une expérience à vivre car c'est une démarche véritablement issue du territoire, pour laquelle le tourisme est un sujet annexe, et elle propose donc une fenêtre sur l'une des réalités de ce territoire, en plus d'un moyen de rencontrer ses habitants en partageant l'une de leurs pratiques de solidarité et de construction d'un territoire en transition.

## Méthodologie de l'enquête

Pour mener à bien cette recherche-action il était nécessaire de bien poser la démarche scientifiquement et de segmenter les différents aspects à observer lors de cette étude, ce qui a pu être fait par l'étudiante Léa Fromentin, en stage pendant 6 mois pour son Master 2 « Ingénierie du développement économique territorial » de l'Université de Bordeaux, avec l'aide de son enseignante, Aurélie Lalanne, et de Txomin Poveda, président de Bihar-Institut des monnaies locales et de la Transition écologique, économique et sociale. Un questionnaire et une méthodologie d'enquête de terrain ont été conçus afin de caractériser la demande des visiteurs, et d'observer le niveau d'adéquation entre l'offre Vacances en eusko et les attentes des touristes, notamment en termes de « participation ».

Des entretiens ont d'abord été menés au mois de juin auprès d'acteurs institutionnels du tourisme au Pays Basque : l'office de tourisme du Pays Basque, et les offices de tourisme de Bayonne et Hendaye. Puis un questionnaire a été utilisé au contact des touristes eux-mêmes, en juillet et août, dans différentes communes du Pays Basque Nord, essentiellement devant des bureaux d'accueil des offices de tourisme partenaires, et ponctuellement sur des marchés ou sur le site du conservatoire du littoral.

Ce travail a permis de caractériser la demande via le questionnaire auprès des visiteurs en établissant une sociographie du public, une évaluation de leur sensibilité, de leurs pratiques habituelles vis-à-vis du tourisme durable et de leurs attentes concernant la Transition écologique. A la fin du questionnaire, une proposition d'ouverture de compte est faite, pour évaluer le niveau d'acceptation, les possibilités d'engagement et les freins à l'utilisation de ce dispositif.

L'étude de l'offre, en parallèle, a été réalisée à partir de l'analyse de la communication en comparant celle imaginée au départ et celle réellement déployée dans le contexte de crise sanitaire propre à l'année 2020.

Enfin, la réelle influence de l'eusko sur les pratiques touristiques a été évaluée lors d'entretiens téléphoniques ou par courriel après le séjour avec les touristes ayant expérimenté le dispositif. Malgré leur faible nombre, cela a permis de déterminer si la monnaie locale a pu modifier leurs pratiques du tourisme et dans quelles proportions.

**Des entretiens auprès des directeurs d'offices de tourisme :**

- › Évaluer leur perception de l'offre, leur avis sur son adéquation à la demande actuelle dans le contexte général au Pays Basque
- › Connaitre la coopération envisagée entre l'organisme et la communication sur Vacances en eusko
- › Relever leurs avis et recommandations

**Des questionnaires en direction des touristes :**

- › Savoir si l'offre est adaptée à leur demande
- › Quel profil de touristes est intéressé par ce type de vacances
- › Comprendre les motifs de refus à s'engager
- › Questionnaire retour : Qu'est-ce que le dispositif a apporté à ceux l'ayant utilisé



*Table d'information tenue lors du marché d'Espelette le 05/08/20 visant à questionner des visiteurs*

**Récoltes des résultats, observation des chiffres, interprétation**



## Stratégie et moyens de communication

Pour que les visiteurs aient connaissance du dispositif Vacances en eusko, une communication efficace est indispensable. Il s'agira ici de rappeler les grands axes de la stratégie de communication, d'observer leur mise en œuvre et d'analyser les supports et les techniques de communication pour comprendre comment et à quel degré le public cible a pu être atteint.

### Stratégie de communication souhaitée



Couverture du livret proposant les circuits Vacances en eusko, 2020

Dans la constitution de son projet, l'association avait prévu un effort de communication important notamment grâce aux partenariats avec les offices de tourisme et l'AaDT, pensés comme des relais de communication. En effet, l'Eusko lui-même s'adresse presque exclusivement aux habitants du territoire, et ne touche donc pas les touristes par ses réseaux sociaux ou ses envois de newsletter. L'équipe de communication de l'association, renforcée par un Community Manager pendant trois mois, a cependant prévu une stratégie de communication en propre, en plus de l'animation de la communication via les partenaires, avec par exemple la mise en place d'un affichage dans les commerces ou sur les panneaux d'affichage public de villes partenaires.

Des moyens matériels ont été prévus à cet effet. Des affiches de tailles différentes ont été déployées dans les espaces publics (abribus à Bayonne et Saint-Pierre-d'Irube, panneaux électroniques à Saint-Jean-de-Luz) et dans certains commerces partenaires. Un livret « 7 Circuits Vacances en eusko », avec comme sous-titre « Savourez vos vacances en eusko... et participez à la Transition écologique ! », a été conçu et tiré à 2 000 exemplaires, avec des circuits 100% en eusko (comprenant aussi des activités gratuites) permettant de découvrir le Pays Basque autrement, en allant notamment vers l'intérieur du Pays Basque et dans des zones (pour certaines du moins) peu connues des touristes.

Les 7 circuits créés en 2020 sont :

- › Découvrir la Basse-Navarre
- › Petit tour de Soule
- › Autour d'Espelette
- › Balade en pays d'Hasparren
- › Saint-Jean-Pied-de-Port
- › Une belle journée à Bayonne
- › Vallées de Baigorri et des Aldudes.

Ces guides permettraient d'orienter la consommation des touristes et de lui proposer concrètement des adresses où utiliser son compte Vacances en eusko grâce à l'application de paiement euskopay. Des adresses « hors des sentiers battus », avec des idées d'activités, de restauration, des points clés à explorer.

Ces livrets sont réversibles, avec une version en français d'un côté, et en euskara de l'autre, pour les habitants du territoire et les personnes du Pays Basque Sud passant la frontière pour un week-end ou quelques jours de vacances (ils représentent le plus important contingent de visiteurs non-Français du Pays Basque Nord). Une seconde édition Anglais/Espagnol était prévue, mais n'a pas pu être réalisée à temps.



Guide 7 Circuits Vacances en eusko

De plus, la première édition de ce guide ne contenait volontairement pas de circuit sur la Côte, ceci afin de faire connaître davantage l'intérieur du Pays Basque et de participer au rééquilibrage Côte/Intérieur. Ce qui reflète bien les valeurs du projet, pour un tourisme durable et participatif. Ce livret a été diffusé sur les réseaux sociaux et était remis en office de tourisme pour chaque achat d'une enveloppe Vacances en eusko, ou sur les tables d'information servant de base à l'enquête.

L'Eusko avait pour projet de diffuser sa communication propre à l'aide des réseaux sociaux et via des relais médiatiques, avec un jeu-concours, des achats d'espaces, et un relais des guides touristiques locaux, nationaux voire internationaux (*Petit Futé*,

*Guide du Routard...*) afin qu'ils intègrent dans leur édition Pays Basque une présentation de l'Eusko et du dispositif Vacances en eusko. Cette stratégie de communication a été malheureusement grandement impactée par les répercussions de la crise de la Covid-19, qui a obligé l'équipe salariée de l'Eusko au confinement puis à une lente reprise de l'activité impactée par la situation.

## **Bilan de la communication effectuée**

La crise sanitaire a provoqué un contexte exceptionnel pour la réalisation de ce projet, dont le calendrier prévisionnel prévoyait l'organisation de la communication avec les partenaires et la formation des agents des offices de tourisme à partir du mois de mars... au moment où le pays s'est retrouvé confiné pour deux mois.

L'équipe de l'Eusko a redoublé d'effort pour, dans ces conditions, recruter un Community manager, aller à la rencontre des entreprises spécialisées dans le tourisme pour les faire adhérer à l'Eusko avant l'été (restaurants, hébergements, loisirs), finaliser les développements informatiques nécessaires, créer un site Internet dédié, concevoir les 7 circuits Vacances en eusko avec l'accord des dizaines de commerces et producteurs concernés, qui ont ensuite été prioritairement équipés pour encaisser les paiements par euskopay, former les agents des offices de tourisme début juillet, quand il a été acquis que les offices ouvriraient bien pour l'été, faire maquetter et imprimer les livrets 7 Circuits Vacances en eusko, réaliser avec une agence la vidéo support de la campagne, organiser un jeu concours, etc.

C'est finalement avec deux semaines de retard, une fois la saison commencée, et une fois en grande partie bouclés les programmes de publication des partenaires du tourisme pour l'été, que le lancement de l'opération a pu être organisé, par une conférence de presse à Bayonne, le lundi 6 juillet 2020, à 11h.

Malheureusement, la veille, un chauffeur de bus était agressé à Bayonne et plongé dans le coma, suscitant un vif émoi au Pays Basque et dans toute la France. Ce lundi 6 juillet à 11h, au moment même où s'ouvrait la conférence de presse de lancement de Vacances en eusko, les élus du Pays Basque participaient à un point presse improvisé en soutien aux chauffeurs, au dépôt de bus de Bayonne, devant toute la presse locale et nationale.

Malgré la présence de tous les partenaires lors de la conférence de presse de lancement de Vacances en eusko, l'écho médiatique a été quasi nul, alors qu'était espérée (et prévue) une dépêche AFP qui aurait pu faire connaître cette opération originale à toutes les rédactions nationales, pour toucher les futurs touristes prévoyant de venir au Pays Basque.

La communication interne de l'Eusko sur Vacances en eusko via les réseaux sociaux a été active puisqu'elle a donné lieu à :

- › 18 publications sur Facebook,

- › 37 tweets et 36 retweets d'autres comptes ayant parlé de Vacances en eusko sur Twitter
- › 13 posts ont été publiés sur Instagram.

Une large diffusion donc sur les réseaux sociaux internes permettant de toucher environ 2500 personnes grâce à ces publications.

La vidéo tournée afin de présenter le dispositif au grand public a été diffusée sur le site de Vacances en eusko, sur le réseau social Facebook et sur la plateforme YouTube. Si l'on s'attarde sur les temps de visionnage supérieurs à une minute, 2 650 personnes visionné cette vidéo (source : bilan du Community Manager de l'Eusko). Les offices de tourisme partenaires et le site paysbasque.net ont eux aussi publié la vidéo, et les sites Gites de France Béarn-Pays Basque et Que faire au Pays Basque l'ont partagée.

D'autres éléments ont été développés pour inciter à l'utilisation de la monnaie durant les vacances ou les courts séjours au Pays Basque, à savoir des « bons plans » proposés par des partenaires du réseau Eusko et accessibles exclusivement sur les compes eusko (pour les habitants) et Vacances en eusko (pour les touristes). Un jeu concours permettant de gagner un repas et une nuitée dans un hôtel-restaurant adhérent à l'Eusko et classé 1 étoile au Guide Michelin a été organisé, le gagnant étant tiré au sort le 1<sup>er</sup> septembre parmi toutes les personnes ayant un compte eusko ou Vacances en eusko.

La communication s'est aussi faite à travers trois articles sur le site de l'Eusko et un site dédié, ainsi que via des mailings aux personnes abonnées à la newsletter de l'Eusko. Une petite campagne d'affichage a été réalisée dans 100 commerces et avec 20 panneaux « sucettes » gracieusement prêtés par la Ville de Bayonne pour diffuser l'affiche Vacances en eusko du 8 au 15 août, et deux par la Ville de Saint-Pierre-d'Irube. Une quarantaine de professionnels référencés dans le guide 7 Circuits Vacances en eusko ont reçu des exemplaires de ce guide à distribuer. Et les 21 tables d'information tenues par la stagiaire réalisant l'enquête et un autre stagiaire venant ponctuellement prêter main forte ont contribué à la diffusion de l'information durant la saison.

En revanche, en raison de l'épidémie de Covid 19, les Offices de tourisme ne mettaient plus de documentation en accès libre. Or, ces endroits étaient prévus comme des relais clés de la communication, car ils sont stratégiques pour permettre d'éveiller la curiosité des touristes et les inciter à demander de plus amples informations aux agents.

## 4<sup>e</sup> partie

# Perception des acteurs institutionnels du tourisme sur le dispositif Vacances en eusko

Parce que pour l'Eusko, le développement d'une action dans le secteur du tourisme est une première, qui se fait de plus dans une perspective de tourisme participatif qui est un concept émergent, il était intéressant de recueillir l'opinion d'acteurs institutionnels du tourisme.

Nous avons donc rencontré pour trois entretiens, en amont de la saison touristique, Nicolas Martin, directeur de l'Office de tourisme Pays Basque, qui couvre 152 des 158 communes du territoire, Serge Cazaban et Sandrine Cuevas, directeur et responsable de service accueil et boutique de l'Office de tourisme de Bayonne, et Jean-Sébastien Halty, directeur de l'Office de tourisme et de commerce d'Hendaye.

L'objectif était d'abord d'observer la mobilisation actuelle des acteurs en faveur d'un tourisme éco-responsable et ensuite d'évaluer leur ressenti face au dispositif Vacances en eusko.

## Perception du tourisme éco-responsable

Dans les trois entretiens menés, il est ressorti que le « prix » reste aujourd'hui le premier critère dans les choix réalisés par les touristes durant leur séjour, y compris pour un public sensible aux questions de développement durable et de tourisme responsable. Ceci étant dit, la demande pour un tourisme éco-responsable augmente. C'est pourquoi la Mission des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine (MONA), par exemple, prévoit une relance de la promotion du tourisme suite à la crise par une intégration plus locale du tourisme. On peut en déduire que les professionnels ressentent que la question du tourisme éco-responsable est bien d'actualité, une tendance à suivre, même si elle ne prend pas le dessus sur les considérations financières. Cela voudrait dire que Vacances en eusko cela s'adresse à un public restreint, mais bel et bien existant, à condition que l'offre soit accessible. Et il est dans le rôle des offices de tourisme, selon leurs responsables, de soutenir la diffusion des initiatives éco-responsables aujourd'hui.

## Perception du dispositif Vacances en eusko

Les entretiens ont débuté en interrogeant les trois directeurs sur leurs ressentis vis-à-vis de l'opération de la saison précédente, en 2019. Ainsi, sur les quelques enveloppes vendues par chaque office, ce sont celles d'une valeur de 18 eusko qui ont été davantage demandées. Les personnes les ayant acquises avaient pour la plupart accédé à l'information avant de se rendre en office de tourisme, et il semble qu'un

certain nombre ont davantage voulu rapporter des billets d'eusko en souvenir de leurs vacances qu'utiliser cette monnaie dans une démarche de participation.

C'est une des raisons pour laquelle l'opération Vacances en eusko de 2020 visait un déploiement et une communication de plus grande envergure, pour faire connaître la monnaie locale, son intérêt, et la possibilité pour les visiteurs de l'utiliser durant leur séjour. Les offices de tourisme représentaient un relais de communication important dans cette stratégie.

Durant les entretiens, il était donc intéressant de questionner les directeurs d'offices de tourisme sur la coopération et la communication envisagée pour la saison 2020. A l'issue des trois entretiens il est ressorti que l'Office de Bayonne, l'Office de tourisme du Pays Basque et l'Office d'Hendaye étaient prêts à communiquer et relayer l'information sur Vacances en eusko. Avec cependant des modalités différentes : l'un pense publier l'information sur son site internet, ses réseaux sociaux et diffuser la vidéo en boutique ; un autre n'envisage qu'une communication sur son site internet. L'information ne sera donc pas accessible de la même manière pour les touristes dans ces différents lieux d'information.



Présentation de l'Office de Tourisme Pays Basque



Une difficulté spécifique à 2020 résidait dans le fait, selon eux, que suite à la crise de la Covid-19, beaucoup de messages sont à transmettre aux touristes par les agents des offices de tourisme.

Ainsi, les trois entretiens avec les directeurs d'offices de tourisme révèlent qu'il est complexe que les agents dans les bureaux d'accueil de ces offices consacrent du temps à présenter ou expliquer le dispositif Vacances en eusko.

De plus, les offices ont une dépendance à la politique engagée de la hiérarchie. « *Nous nous basons sur la commande publique* », déclare l'un d'entre eux. Pour qu'il y ait un réel investissement et que cette initiative soit davantage mise en avant, la consigne doit donc venir des décisionnaires et être inscrites dans leur politique. Selon eux, il n'est pas possible que les agents en office consacrent trop de temps à la présentation de

Vacances en eusko, car au préalable de la présentation du dispositif il faudrait réaliser une présentation du projet de la monnaie locale basque au public qui serait chronophage.

L'entretien visait également à recueillir l'avis des professionnels du tourisme et leurs éventuelles recommandations sur le dispositif en lui-même. Cette initiative semble être perçue et bien comprise comme un moyen approprié pour faciliter les circuits-courts et donner une porte d'entrée sur la vie locale.

Elle est perçue comme en adéquation avec l'attachement des habitants du Pays Basque à leur territoire, et avec les aspirations émergentes de solidarité liées au contexte de crise sanitaire et économique. L'Eusko et cette proposition faite aux touristes s'inscrivent dans une dynamique et une politique éco-responsables plus globales du territoire. Et sur le plan technique et logistique, l'application de paiement euskopay utilisée dans Vacances en eusko offre une nouvelle possibilité pour les commerces ne prenant pas la carte bleue, et permet de limiter les contacts physiques, ce qui est bien perçu en période d'épidémie, pour limiter la propagation du virus.

Les offices de tourisme soulignent également la qualité et l'importance des outils de communication mis à disposition. Ils suggèrent également la mise en œuvre, en coopération avec l'AaDT, d'un pictogramme Eusko qui permettrait de signaler les prestataires auprès desquels une réservation ou le paiement en eusko est réalisable, pour pouvoir l'insérer sur leurs outils de réservation en ligne. L'enjeu étant de toucher une quantité suffisante de personnes pour que l'opération puisse faire florès.

Concernant le public ciblé, les avis convergent pour souligner que viser les habitants du Pays Basque qui vont rester sur le territoire durant leurs vacances, même en considérant la situation due à la Covid-19, n'aura qu'une portée limitée.

Selon les professionnels du tourisme, il serait judicieux de se focaliser sur les touristes de proximité, les visiteurs dans un rayon de 3 heures de route (Toulouse, Bordeaux, les Landes...) qui se rendent régulièrement au Pays Basque. Ce public devrait être la cible principale de l'opération, un public régulier qui est susceptible de diffuser l'information.

D'après eux, il existerait un potentiel important auprès des détenteurs de résidences secondaires/ familiales, dont une partie pourrait avoir la volonté d'adopter les mêmes comportements et habitudes que les habitants à l'année. Ces personnes sont sans doute difficiles à cibler en termes de communication, mais Vacances en eusko pourrait éventuellement être pour eux un bon moyen de s'intégrer au territoire et de participer à ses dynamiques grâce à l'utilisation de sa monnaie locale. De plus, il s'agit d'un public régulier qui sera davantage sensible aux problématiques auxquelles fait face le territoire.

Ceci étant posé, les directeurs d'offices de tourisme interrogés restent convaincus que les principaux prescripteurs de la monnaie locale resteront les habitants utilisateurs eux-mêmes, et que c'est donc sur eux qu'il faut agir, en augmentant le nombre d'habitants adhérents à l'année, et en accroissant la taille du réseau professionnel.





## 5<sup>e</sup> partie

# Résultats du déploiement de l'opération auprès des vacanciers

Cette recherche-action ne pouvait être menée sans questionner les principaux individus concernés par ce rapport : les vacanciers se rendant au Pays Basque Nord. Pour ce faire, durant la saison touristique, nous avons proposé des questionnaires (cf annexe n°4) lors de tables d'informations aux couleurs de Vacances en eusko. Objectif : étudier leur niveau d'engagement, l'adéquation entre leurs attentes et l'offre proposée par Vacances en eusko, mais aussi son accessibilité, technique et financière. Ceci pour identifier les leviers et les freins, en complétant ce bilan par des questionnaires retours (cf annexe n°5) une fois les vacances terminées.

## Rappel méthodologique

21 tables d'information et d'administration de questionnaires ont été réalisées. Il s'agissait de cibler des lieux touristiques stratégiques sur l'ensemble du Pays Basque Nord.

L'administration des questionnaires a dû se faire avec la contrainte d'obtenir des autorisations pour pouvoir le soumettre dans l'espace public. Ainsi, les partenariats avec les offices de tourisme ont été mis à profit. Les questionnaires ont pu être administrés dans ou devant les offices de tourisme de Saint-Jean-Pied-de-Port, Urrugne, Saint-Jean-de-Luz, Ciboure, Ascaïn, Bidart, Cambo-les-Bains, Bayonne, Mauléon, Tardets.

Les différents types de vacanciers ne se rendant pas tous en offices de tourisme, les résultats seront donc à nuancer (cf partie biais et limites) mais devraient néanmoins permettre de tirer les premières conclusions quant à ce projet et permettre de soumettre des propositions d'amélioration. D'autant que des questionnaires ont aussi été proposés sur les marchés d'Espelette et de La Bastide Clairence, ainsi qu'auprès de la Caisse Centrale d'Activité Sociale d'Anglet et sur le domaine d'Abbadia (Hendaye), à la Maison du conservatoire du littoral, pour varier les publics interrogés.

Avant de se concentrer sur la perception des visiteurs, il est intéressant de souligner deux points sur les ressentis perçus sur le terrain :

- › Tout d'abord, les professionnels du tourisme en offices ont été réceptifs et ont réservé un bon accueil à cette opération Vacances en eusko et à l'enquête menée parallèlement.
- › Durant les phases de terrain, des rencontres avec des commerçants désirant

obtenir des renseignements se sont produites. Ils semblaient intéressés par une adhésion à l'Eusko du fait notamment de l'opération Vacances en eusko. L'opération a donc pu créer une visibilité supplémentaire auprès de certains professionnels du territoire et en particulier ceux du secteur touristique.

## Sociographie des personnes interrogées

L'opération Vacances en eusko visait initialement deux types de public : les touristes extérieurs au territoire du Pays Basque Nord et les résidents qui visiteraient potentiellement leur propre territoire durant leurs vacances.

En effet, les témoignages et entretiens avec un certain nombre d'habitants lors des déplacements à Urrugne et Ascaïn notamment, ou lors des marchés d'Espelette et La Bastide Clairence ont révélé une tendance nette : les habitants ne ressentent pas l'intérêt d'adhérer à l'Eusko pour un temps court de vacances ; s'ils s'engagent, ils ont tous déclaré préférer le faire sur l'année. Et ceux qui connaissaient la monnaie locale réfléchissaient déjà à devenir adhérent. Un postulat de départ de l'opération était qu'une frange de la population locale pourrait apprécier de tester l'utilisation de l'eusko durant leurs vacances avec une offre non engageante, mais il semblerait que cet argument ne soit pas convaincant.

Cependant, les rencontres sur le terrain ont montré que les habitants qui seraient supposés réaliser des visites, sorties ou courts séjours au Pays Basque Nord ne sont pas réceptifs au dispositif Vacances en eusko.

Néanmoins, certains résidents ont mis en lumière que le dispositif Vacances en eusko serait pour eux une bonne manière de faire découvrir le Pays Basque à leurs proches (amis/ famille) lorsqu'ils viennent en vacances.

Ainsi, les suppositions des directeurs d'offices de tourisme (voir 4<sup>e</sup> partie) semblent se révéler exacts dans les faits : les résidents du Pays Basque Nord ne représenteraient pas un public potentiellement utilisateur du dispositif Vacances en eusko.

Côté touristes, le questionnaire proposé contient 24 questions, et 75 personnes ont accepté d'y répondre. Quelles sont leurs caractéristiques ?

Sur 75 personnes interrogées, 21% venaient de Nouvelle-Aquitaine, 17% d'Occitanie, 10,7% d'Île-de-France et 8% de Bretagne. Les régions limitrophes sont donc, conformément aux statistiques mentionnées par les directeurs des offices de tourisme, les plus grandes pourvoyeuses de vacanciers.

Parmi ces 75 personnes interrogées, 29% étaient déjà venues tandis que 71% visitaient le Pays Basque Nord pour la première fois.

Les catégories socioprofessionnelles des personnes interrogées étaient (selon la classification PCS de l'INSEE) :

- › 34,7% de personnes retraitées,
- › 25,3% de cadres et professions intellectuelles supérieures,
- › 22,7% d'employés,
- › 13,3% de professions intermédiaires.

On peut recouper cette information avec l'âge des personnes interrogées :

### Classe d'âge

	% obs.
Moins de 25 ans	<b>4,0%</b>
De 25 à 45 ans	<b>21,3%</b>
De 46 à 60 ans	<b>45,3%</b>
Plus de 60 ans	<b>29,3%</b>
<i>Total</i>	100,0%

*Tableau regroupant les pourcentages de chaque tranche d'âges des visiteurs interrogés, données extraites du questionnaire*

On constate que 45,3% des personnes interrogées ont entre 46 et 60 ans.

Ces données éclairent les résultats de l'enquête concernant un point crucial : la propension des personnes interrogées à ouvrir un compte Vacances en eusko directement sur leur smartphone et à télécharger une application de paiement. En effet, 74% des personnes interrogées ont plus de 46 ans. L'échantillon, constitué majoritairement auprès d'offices de tourisme ; ne constitue pas un public très jeune, et le ressenti de terrain est en effet que de nombreuses personnes n'étaient pas à l'aise avec leur smartphone, et ne souhaitaient pas forcément l'utiliser en tant que moyen de paiement. L'application et la manipulation d'un compte sur smartphone ne sont pas toujours accessibles en fonction du profil des publics.

Concernant leurs habitudes de consommation maintenant, les touristes interrogés ont choisi pour leur hébergement en premier lieu la location chez un particulier (airbnb, gîte, chambre d'hôtes), à 42,7%, puis le camping (tente, bungalow, mobil home), à 25,3%.

Il était ensuite intéressant d'interroger les touristes sur leurs attentes pour leurs vacances au Pays Basque, et les zones dans laquelle ils souhaitaient se rendre durant leur séjour. Ainsi les catégories d'activités citées par ordre de préférence sont, avec un taux de réponse quasiment similaire pour chacune :

- › « Nature et sport »
- › « Découvertes culturelles et artisanat »
- › « Détente santé balnéaire »

En revanche, lorsque que l'on regarde les lieux dans lesquels les touristes souhaitent se rendre durant le séjour on constate que 58,7% d'entre eux désirent se rendre aussi bien sur la côte qu'à l'intérieur du Pays Basque durant leurs vacances.

## Lieux de visites des touristes

	% obs.
Un peu des deux	<b>58,7%</b>
L'intérieur du Pays Basque	<b>21,3%</b>
La côte principalement	<b>20,0%</b>
Total	100,0%

Tableau illustrant les pourcentages des zones de visite prévues par les visiteurs pour leurs vacances, données extraites des réponses au questionnaire

## Adéquation de l'opération avec les valeurs des touristes

De manière générale, un intérêt notable pour le développement durable (DD) a pu être constaté lors de l'administration des questionnaires. Il s'agit surtout de souligner ici que l'intérêt porté à ces valeurs se maintient en vacances.

En effet, 88% des visiteurs déclarent une sensibilité « très importante » ou « plutôt importante » au développement durable, et 85% déclarent maintenir cette sensibilité pendant leurs vacances. À noter que près de 10% des personnes interrogées disent souhaiter agir pour un développement durable pendant leurs vacances tout en manquant d'informations ou de moyens pour passer à l'acte sur leur lieu de séjour.

### Tableau croisé présentant le degré de sensibilité au développement durable en vacances, en fonction de la sensibilité générale au développement durable

Degrés de sensibilité au DD en vacances	aussi sensible	plus sensible encore	moins sensible	sensible mais je manque d'infos pour passer à l'acte	Total
Degrés de sensibilité au DD de manière générale					
Très importante	23	0	2	0	<b>25</b>
Plutôt importante	33	0	2	6	<b>41</b>
Modeste	7	0	0	1	<b>8</b>
Vous n'y prêtez pas attention	1	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>75</b>

Tableau croisé de la sensibilité au développement de manière générale et en vacances, données extraites du questionnaire

On constate à travers ces chiffres que de nombreux visiteurs sont sensibles au développement durable (en gardant en tête que c'est un terme très vague) et que ces valeurs peuvent recouper avec celles véhiculées par l'Eusko (agir pour la transition écologique, dans le respect de la population du territoire visité, etc.), et en particulier par l'opération Vacances en eusko. On peut imaginer que ce dispositif pourrait éventuellement être un outil à disposition des visiteurs pour agir en ce sens et ainsi répondre à cette demande de conserver un comportement en phase avec les valeurs

du développement durable pendant leurs vacances.

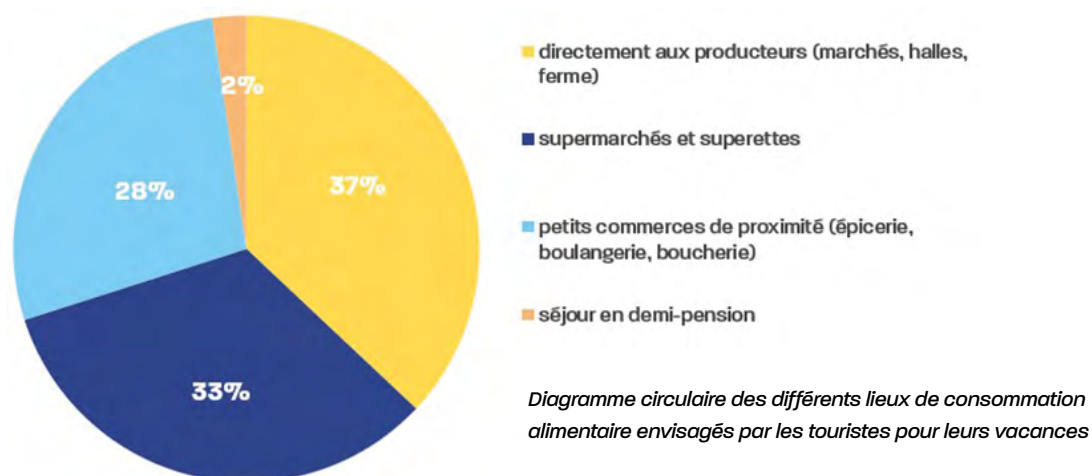
Cette observation concorde avec l'article de Fabien Durif, Agnès François-Lecompte et Isabelle Prim-Allz traitant de la demande touristique, les résultats de leur recherche conduisant les auteurs à suggérer que :

*« Les consommateurs sensibles au développement durable dans leur environnement quotidien seront aussi des touristes sensibles hors de leur environnement habituel. »*

[Marcotte, Bourdeau, Sarrasin, 2017]

Ainsi, on peut supposer que le dispositif Vacances en eusko est une proposition intéressante en ce sens qu'elle répond aux valeurs et à la demande de développement durable des personnes sensibles à cette démarche. Afin de compléter l'analyse de l'adéquation entre la demande des touristes et le dispositif Vacances en eusko, il était essentiel de les questionner sur leurs habitudes de consommation, et notamment de consommation alimentaire.

#### Lieux de consommation alimentaire en vacances



37% des visiteurs déclarent vouloir consommer directement auprès des producteurs au cours de leur séjour, et 28% dans des petits commerces de proximité. A travers ces lieux de consommation alimentaire, on perçoit l'intérêt des visiteurs pour les produits locaux. Cette demande correspond bien avec l'idée générale de l'offre Vacances en eusko, qui est de favoriser les circuits courts et l'économie locale. La proposition de Vacances en eusko pourrait permettre aux personnes de passage d'identifier des professionnels possédant leur siège social au Pays Basque et agissant pour la transition écologique. Le fonctionnement d'une monnaie locale semble donc être en adéquation avec les valeurs que déclarent rechercher une majorité des personnes en vacances au Pays Basque interrogées lors de cette enquête.

La dernière question pour compléter cette première analyse, « Êtes-vous sensible à la protection de la langue basque ? », avait pour but d'évaluer la réceptivité des touristes à ce sujet.

## Sensibilité des touristes à la protection de la langue basque

	Nb	% cit.
Oui	60	80,0%
Sans avis	9	12,0%
Non	6	
Total	75	100,0%

Tableau illustratif des statistiques de la sensibilité des touristes à la protection de la langue basque

80% des personnes interrogées se déclarent sensibles à la protection de la langue basque, 12% sont sans avis et 8% n'y sont pas favorables. Une très grande majorité des personnes ayant acceptées de réaliser ce questionnaire sont donc en accord sur ce point également avec les valeurs de l'Eusko.

Les touristes semblent donc dans leur grande majorité réceptifs et en accord avec les valeurs de l'Eusko... mais est-ce suffisant pour les convaincre d'utiliser cette monnaie ?

## Intérêt et engagement : leviers et freins du dispositif

Lors des phases de terrain, de nombreux visiteurs ont démontré un réel intérêt pour la présentation de l'Eusko et du dispositif Vacances en eusko.

Dans le questionnaire cela s'est traduit à travers l'interrogation « *Est-ce que le dispositif Vacances en eusko pourrait vous intéresser ?* », à laquelle 52% des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative.

52% des visiteurs interrogés ont déclaré être intéressés par le dispositif Vacances en eusko.

Cette réponse illustre que le principe même du dispositif intéresse bien les touristes. Sont-ils alors prêts à s'engager ?

Les visiteurs séjournant peu de temps au Pays Basque, semblent peu intéressés par le dispositif. Il s'est fait ressentir sur le terrain que de nombreuses personnes pourraient potentiellement être attirées par l'idée de passer leurs vacances avec l'eusko mais ne saisissent pas comment ils peuvent avoir un impact sur l'économie locale sans être habitant à l'année.

Lorsque les personnes ne sont pas intéressées par le dispositif, les réponses les plus fréquemment citées sont :

- › 11 personnes car leur temps de séjour est trop court,
- › 11 autres car elles ne sont pas sensibles ou réceptives au projet (ex : conviction par rapport à la monnaie nationale)
- › 8 personnes car c'est un outil trop contraignant en vacances

La durée du séjour semble donc être un réel frein pour s'intéresser à ce dispositif. De même, ces chiffres et le ressenti sur le terrain montrent que beaucoup de visiteurs ne souhaitent pas avoir de contraintes durant leurs vacances en réfléchissant à leur lieu de consommation ou en changeant leur projet initial. En effet, 22,2% des touristes interrogés trouvent le dispositif trop complexe ou contraignant : par exemple certaines familles avec des enfants en bas âge auront peut-être plus de mal à s'imaginer utiliser la monnaie durant le séjour, de même les personnes âgées.

## Un difficile saut vers l'inconnu

Afin d'évaluer le potentiel de passage à l'acte des touristes se déclarant en phase avec les valeurs de l'Eusko et d'un tourisme durable et participatif, il était proposé à la fin du questionnaire l'action suivante : « *Seriez-vous prêt à ouvrir un compte vacances en eusko en 7 clics et 3 minutes ?* ». Une enveloppe Vacances en eusko était proposée comme alternative en cas de refus. Le but de cette question était d'observer et de comprendre les freins à l'engagement.

Parmi les personnes intéressées par le dispositif, c'est-à-dire 39 personnes au total, 6 ont souhaité s'engager via un compte ou une enveloppe Vacances en eusko, soit 15%. Une grande majorité des vacanciers intéressés par le principe de l'action proposée perçoivent le dispositif comme un réel engagement qui leur est difficile de prendre sans réflexion préalable. Il est à noter que c'est également ce qu'observe l'équipe de l'Eusko dans ses contacts avec les habitants du territoire : l'adhésion à l'Eusko ne se fait que rarement au moment où une personne découvre l'eusko, il lui faut en général un cheminement et un temps de réflexion avant de s'engager. Ceci s'explique également par le fait que les monnaies locales dans leur globalité ne sont pas encore en France bien connues et comprises, ce qui ne facilite pas un passage à l'acte spontané des personnes sollicitées pour adhérer, même pour quelques jours.

### Motifs de 'non engagement'

	<i>Nb cit.</i>	<i>Classement des motifs de refus d'ouverture de compte ou d'achat d'enveloppe Vacances en eusko</i>
Besoin de réflexion	19	
Séjour trop court	7	
Manque de temps / Fin des vacances	6	
Autre : blessure	1	
<b>Total</b>	<b>33</b>	

Vacances en eusko représentant un engagement fort aux yeux des touristes, il leur paraît difficile de se projeter avec le dispositif sans avoir au préalable vérifié la concordance avec leurs vacances. Par exemple les visiteurs semblent avoir besoin de regarder l'annuaire de professionnels au préalable et de le croiser avec leur programme

de vacances. De fait, et c'est également un constat fait par l'équipe de l'Eusko, changer des euros en monnaie locale et ensuite utiliser cette nouvelle monnaie dans un réseau dédié et somme toute minoritaire représente un changement d'habitude pour toute personne, et ce changement d'habitude, s'il fait tout l'intérêt des monnaies locales, est aussi le principal frein à leur adoption. Ce qui est vrai pour les habitants du Pays Basque se vérifie avec les touristes également.

C'est pour mesurer le frein que constituent des vacances déjà planifiées qu'était posée dans le questionnaire une question pour mesurer à quel degré les touristes prévoient les activités qu'ils effectueront au cours de leur séjour.

### Degré de prévision

	Nb	% cit.
Organiser l'essentiel mais avec la possibilité de se laisser tenter sur place	37	49,3%
Découvrir et décider une fois sur place	29	38,7%
Tout planifier à l'avance	9	12,0%
<i>Total</i>	75	100,0%

*Tableau résumant à quel degré les touristes prévoient le programme de leur séjour à l'avance*

61% des personnes interrogées ont déclaré organiser toutes ou l'essentiel de leurs vacances de chez elles, avant leur arrivée. Cela réduit les marges de manœuvres pour intégrer une dose d'inconnue et de découverte lors du séjour, comme le propose le dispositif Vacances en eusko. Cela plaide également pour une communication en amont de la saison touristique, afin que les futurs touristes puissent plus facilement intégrer les propositions de compte et de circuits Vacances en eusko à leur programme.

Finalement, même lorsqu'ils sont intéressés par le projet, les touristes ne semblent pas disposer à modifier leurs intérêts personnels même pour agir sur des valeurs leur faisant sens. En 2007, les résultats des travaux d'Uriely, Reichel et Shani semblent présager cette constatation. En effet, ils étudient le concept d'orientation écologique des touristes via une analyse factorielle exploratoire. Ils font alors l'identification de deux dimensions du concept d'orientation écologique : « orientation destination » et « orientation visiteur ».

Les scores plus élevés de la dimension « orientation visiteur » montrent que la préoccupation environnementale implique une satisfaction préalable des besoins des visiteurs. [Diallo, 2014, p12].

Il semblerait donc que la préoccupation environnementale suppose d'abord une satisfaction des besoins et envies personnels des touristes.

On perçoit aussi dans les motifs de refus que les visiteurs ont du mal à s'engager sur un temps de séjour court, car ils perçoivent mal comment ils pourront concrètement



utiliser des eusko dans les quelques jours qui leur restent.

Notons qu'il n'est pas possible ici de quantifier le nombre de personnes qui passeront à l'acte pour leur prochain séjour au Pays Basque, mais certaines personnes interrogées ont déjà prévu de revenir et d'utiliser alors possiblement l'eusko.

## Question de profils...

À la lumière de ce qui a été évoqué précédemment, il semblerait que les valeurs véhiculées par la monnaie locale sont en accord avec les celles déclarées par les touristes. En revanche 15% des touristes interrogés seulement passent à l'acte.

Il est intéressant de comparer ce constat avec les profils de touristes définis par l'étude de François Lecompte et Prim Allaz en 2009 dans laquelle il s'agissait de présenter une typologie des consommateurs en matière de tourisme durable. Les individus sensibles au tourisme durable sont aussi ceux qui pratiquent une consommation socialement responsable. [Diallo, 2014, p12]. On peut donc émettre ici l'hypothèse que seuls les touristes ayant déjà un fort niveau d'engagement seront à même de s'engager aussi pour des vacances davantage responsables et participatives en adoptant une monnaie locale le temps de leur séjour.

De plus, Hélène Sallet-Lavorel déclarait déjà au sujet du tourisme participatif dans son rapport à l'IAURIF en 2003 :

*« Si l'on tente de cerner les grandes caractéristiques de ce type de tourisme, fondé sur les rencontres et les échanges avec les habitants, on constate qu'il s'adresse plus particulièrement à certains publics (...) » [Sallet-Lavorel, 2003, p120].*

L'auteure révèle ensuite les caractéristiques de ces publics, dont les suivantes qui semblent pertinentes pour l'opération Vacances en eusko :

- › Les « Individuels » : le tourisme participatif se réalise plutôt lorsque les personnes voyagent en petits groupes. L'usage de l'Eusko dans des commerces et auprès de producteurs sélectionnés peut en effet difficilement s'insérer dans les programmes souvent prédéfinis des groupes.
- › Les « Moyens et longs séjours » : « *Les touristes qui ne viennent que pour quelques jours, voire quelques heures, n'ont logiquement que le temps de visiter les "incontournables".* Pour aller à la rencontre des habitants d'une ville ou d'une région et ne pas fréquenter exclusivement des endroits touristiques, il faut disposer de davantage de temps.
- › Les « Re-visites » : par ce terme, l'auteure désigne les personnes ayant déjà visité les lieux touristiques « classiques » et désirant découvrir d'autres aspects de la vie culturelle d'une destination et partager avec les habitants. Les touristes réguliers sont donc des personnes plus à même de pratiquer un tourisme participatif.

Cette dernière donnée s'illustre dans notre enquête si l'on recoupe l'information sur la découverte ou non du Pays Basque par les visiteurs et leur intérêt pour le dispositif : parmi les 36 personnes intéressées par le dispositif Vacances en eusko, 15 découvraient le Pays Basque, tandis que 24 personnes étaient déjà venues.

En mettant en relation ces deux études et notre enquête, il apparaît que Vacances en eusko est à l'heure actuelle un dispositif en adéquation avec les attentes et la disponibilité au changement d'habitudes d'une minorité de touristes. Le profil type est celui d'une personne déjà engagée dans un mode de vie socialement et/ou écologiquement responsable, restant suffisamment longtemps sur le territoire visité, voyageant seul ou en petit groupe, étant déjà venu et ayant déjà pratiqué les visites touristiques classiques ou cherchant à s'en éloigner.

Une analyse qui recoupe celle de acteurs institutionnels du tourisme interrogés, selon laquelle la communication sur le dispositif Vacances en eusko devrait viser en priorité un public habitué et fidèle au territoire, donc provenant plutôt des régions limitrophes. Ce dispositif pourrait-il être rendu accessible à davantage de personnes, en lui apportant des améliorations ? Le témoignage des touristes s'étant essayé à la monnaie locale durant leurs vacances pourrait apporter des réponses à cette question, tout en montrant quel type de participation l'utilisation de la monnaie locale a engendré dans leurs cas.

## Enseignements des retours d'expérience

Pour compléter cette étude, un questionnaire de retour a été élaboré afin de recueillir des retours d'expériences sur le dispositif Vacances en eusko. Les personnes ayant pu être contactées suite à leur séjour sont de deux natures :

- › Soit des personnes interrogées durant le travail de terrain, hésitantes « à sauter le pas » de l'utilisation d'eusko durant les vacances, et qui ont accepté de donner leurs coordonnées pour que nous puissions savoir si elles sont finalement passées à l'acte durant leur séjour.
- › Soit des personnes ayant expérimentées Vacances en eusko (par l'achat d'une enveloppe ou de l'ouverture d'un compte en ligne) et qui ont accepté de faire un retour sur le dispositif.

Nous avons vendu 8 enveloppes durant les phases de terrain. Parmi ces personnes, nous avons pu recueillir 6 retours, et la moitié avaient effectivement utilisé pour des achats leur enveloppe de 18 eusko. Peu de témoignages à étudier, donc, mais riches de ressentis, d'avis et de recommandations.

Sur leurs motivations, d'abord, une personne était déjà sensibilisée aux monnaies locales, et deux autres ont pris une enveloppe pour participer à l'économie locale.

Aucun des six touristes interrogés n'a déclaré avoir acheté une enveloppe d'eusko en guise de souvenir, ce qui vient tempérer le témoignage des dirigeants d'offices de tourisme.

Il était ensuite essentiel de questionner sur ce que le dispositif a pu leur apporter. En effet l'un des objectifs de Vacances en eusko était de faire découvrir de nouveaux professionnels. Les réponses aux questionnaires indiquent que l'apport du dispositif selon ses utilisateurs a été la découverte de professionnels, et une participation à l'économie locale et la transition écologique, conformément à ce qui était escompté dans le projet initial, qui visait l'encouragement à un tourisme participatif.

Aucune des personnes n'a en revanche suivi l'un des circuits proposés pour les raisons suivantes : une personne avait trop rapidement dépensé ses euskos, une autre à cause d'un problème de santé survenu durant le séjour, et enfin la dernière car ses vacances en famille étaient déjà planifiées à l'avance avant qu'il ne découvre le programme.

Enfin, les trois personnes ayant utilisé l'eusko pendant leurs vacances ont répondu qu'ils étaient satisfaits de cette expérience et qu'ils pourraient tous la recommander à un ami, et les témoignages recueillis montrent une bonne compréhension des objectifs de la monnaie locale, ce qui est encourageant pour le développement d'une action de tourisme participatif au Pays Basque à travers l'usage de l'eusko.

Il apparaît en conclusion de ce travail de terrain que le dispositif Vacances en eusko est bien en adéquation avec les valeurs de développement durable et de consommation de proximité auxquelles se déclarent attachés une nette majorité de touristes. Ce dispositif intéresse également des professionnels qui y voient une raison supplémentaire d'adhérer à l'Eusko, et il a également reçu un bon accueil de la part des institutionnels du tourisme.

Les quelques touristes ayant testé le dispositif en cette saison 2020 très particulière et ayant pu être interrogés sont satisfaits de cette expérience et ont le sentiment d'avoir participé à un développement plus responsable du territoire. Ces points sont encourageants et semblent valider que la monnaie locale peut être un moyen d'encourager un tourisme participatif pour une frange de la population touristique.

## Les pistes d'amélioration possibles

En termes quantitatifs, de juillet à septembre, seuls 22 comptes Vacances en eusko ont été ouverts, et 80 enveloppes Vacances en eusko ont été vendues. Un chiffre nettement inférieur aux attentes, expliqué par les différentes difficultés auxquelles l'équipe de l'Eusko a dû faire face : une communication et un déploiement retardés par la crise sanitaire de la Covid-19, engendrant un retard dans le lancement de l'opération, qui a lieu une fois la saison commencée alors qu'elle était prévue en amont, et une

impossibilité pour plusieurs partenaires d'intégrer significativement la communication dans leur agenda de publication sur les réseaux sociaux ; une conférence de presse de lancement sans de nombreux journalistes appelés sur un événement majeur et inattendu le même jour, à la même heure, dans la même ville ; des problèmes techniques lors des premiers jours du passage en production du tout nouveau compte en ligne Vacances en eusko, qui ont été réglés en quelques jours mais ont freiné la dynamique...

Plus fondamentalement, le ciblage de l'action méritera d'être réévalué pour tenir compte de cette première année de l'expérimentation d'un dispositif complet Vacances en eusko, en visant plus particulièrement les publics des régions limitrophes et déjà engagés dans leur quotidien dans des habitudes de consommation responsables.

Une autre préconisation serait de prévoir une communication en amont de la saison touristique, pour permettre aux futurs vacanciers d'intégrer au programme de leur séjour l'ouverture d'un compte Vacances en eusko ou l'achat d'une enveloppe de billets. L'enquête de terrain a en effet montré que 56% des visiteurs interrogés préparent leurs vacances grâce à des informations contenues dans les blogs ou sur des sites internet.

Une communication organisée plus en amont (comme elle aurait dû l'être en 2020 sans le retard pris en raison du confinement) permettrait également aux partenaires, en premier lieu les offices de tourisme, de mieux intégrer la promotion du dispositif à leur très chargé programme de publications pour l'été. C'est un élément clé, car la communication doit être présente sur les sites et réseaux sociaux fréquentés par les touristes pour que le dispositif gagne en notoriété, et que les vacanciers ayant un intérêt pour cette démarche passent plus facilement à l'acte.

De plus, si le choix a été fait en 2020 de mettre fortement en avant le nouveau compte Vacances en eusko, il apparaît que l'enveloppe Vacances en eusko représente une bonne alternative pour toutes les personnes n'étant pas à l'aise avec leur smartphone, n'ayant pas internet dessus ou encore ne souhaitant pas payer avec leur téléphone. De plus, ces enveloppes paraissent moins engageantes car elles ne demandent pas de démarches spécifiques, d'enregistrement pour ouvrir un compte en ligne, etc.

**Autocollant que l'on peut retrouver chez les commerçants acceptant les paiements en eusko**

*Représentation de l'affichage présent dans les commerces adhérents à l'eusko, image extraite du site [euskalmoneta.org](http://euskalmoneta.org)*



## CONCLUSION

Les monnaies locales agissent pour la relocalisation de l'économie, la transition écologique, et une plus grande implication des habitants dans l'avenir de leur territoire. Lorsque le touriste utilise une monnaie locale, il a l'assurance de participer à travers sa consommation à ces objectifs, qu'il partage dans la majorité des cas.

Il ressort également du travail de terrain mené à l'été 2020 que l'envie de participation des touristes à la vie locale, à la Transition écologique et à un développement pérenne du territoire est réelle, et que l'idée d'utiliser une monnaie locale pour que l'argent dépensé durant leur séjour aille davantage irriguer l'économie locale est plébiscitée.

Et si la proportion de touristes à même de passer à l'acte après une présentation de la monnaie locale du territoire n'est que de 8% (6 personnes sur 75), cela reste une proportion non négligeable pour une première année d'expérimentation. Et cela plaide pour une action de terrain au contact des touristes, en ciblant des lieux ou événements où les probabilités sont plus grandes de toucher des touristes connaissant déjà le territoire et ayant déjà adopté des comportements socialement ou écologiquement responsables.

La communication digitale, sans contact direct avec les touristes pour créer un temps d'échange et de sensibilisation, n'a permis en revanche que peu de concrétisation en cette première année, ce qui amène à réfléchir à une communication plus ciblée vers les publics les plus favorables qui sont les personnes venant régulièrement au Pays Basque, majoritairement issus des régions limitrophes, et déjà engagés tout au long de l'année dans des démarches de développement durable.

Une association portant une monnaie locale ayant généralement des moyens de communication limités, une intervention des institutions locales serait judicieuse pour encourager l'utilisation de la monnaie locale, comme un outil de mise en valeur du territoire et de ses spécificités, et surtout comme un outil de mise en œuvre d'objectifs partagés en termes de développement local, de Transition écologique et de participation citoyenne.

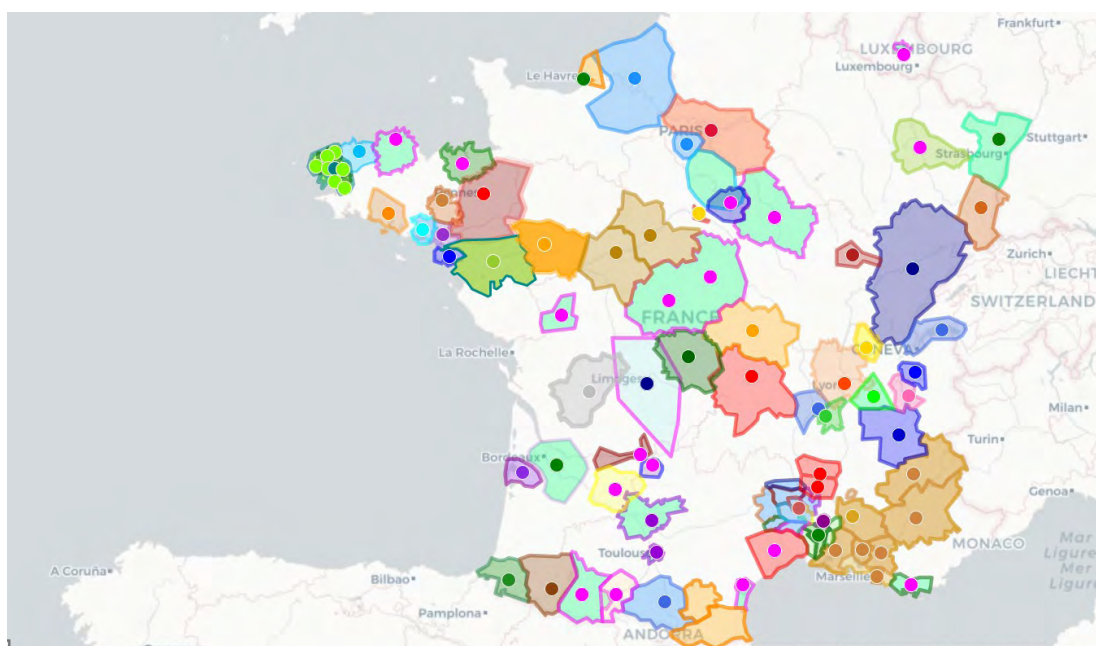
Sur ce dernier point, il à noter que l'initiative née au Pays Basque peut apparaître comme une innovation forte en termes de tourisme. En effet, il s'agit d'une invitation faite aux touristes de participer à une démarche pensée et organisée par et pour les habitants, et non une invitation à consommer une offre pensée pour les touristes, fut-ce dans le respect des intérêts et de la culture des habitants.

L'opération Vacances en eusko, qui pourrait se décliner sur bien d'autres territoires, est même fondamentalement une action sans intermédiaires entre les habitants et les touristes, qui les rapproche autour d'un outil partagé, une monnaie locale. Le touriste

rejoint alors directement la diversité des acteurs déjà mobilisés à travers l'utilisation de la monnaie locale pour construire un avenir écologiquement, socialement et culturellement plus désirable sur ce territoire : les habitants, les associations, les entreprises, les commerçants, les paysans, et les collectivités locales, qui sont des milliers à utiliser l'eusko depuis des années.

Cette action est-elle transposable sur d'autres territoires ? Sans aucun doute, à certaines conditions. L'ensemble des outils développés pour cette opération sont en logiciels libres et à disposition de qui souhaite les utiliser. De plus, une formation sur la mise en place d'un tel dispositif sera proposée par l'Institut des monnaies locales, basée sur l'expérience de Vacances en eusko et les leçons à en tirer. Mais il s'agira en tout état de cause de nouvelles expérimentations, sur de nouveaux territoires, dans de nouveaux contextes, avec une condition préalable : l'existence d'une monnaie locale suffisamment installée pour déployer une action similaire, et suffisamment ancrée dans son écosystème pour pouvoir tisser des partenariats.

La pertinence du concept de tourisme participatif via l'utilisation d'une monnaie locale est telle qu'on peut être optimiste sur le développement d'initiatives similaires, même si les réalisations sont encore limitées. Si les monnaies locales continuent à se développer en France (il en existe 82, dont une partie sont représentées dans la carte ci-dessous), on peut même imaginer que demain, lorsqu'on se déplacera pour des vacances, pour le travail ou pour tout autre raison sur un nouveau territoire, le réflexe sera pris pour de plus en plus de personnes d'ouvrir un compte en monnaie locale ou de se procurer une enveloppe de billets à son arrivée pour aller autrement à la rencontre du territoire, de ses habitants, en participant à la transition écologique et en faisant en sorte que l'argent dépensé sur place aille irriguer l'économie locale.



Carte collaborative des monnaies locales complémentaires citoyennes, auto-éditée sur Openstreetmap par les monnaies ayant participé à cette cartographie [http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/carte-collaborative-des-mlcc\\_263466#6/46.430/1.648](http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/carte-collaborative-des-mlcc_263466#6/46.430/1.648)

# ANNEXES

## Annexe n°1 : Encart du guide touristique de l'Office de tourisme Pays Basque « Lau Haitzetara » - 2020

### UN PETIT PAYS EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le Pays Basque nord s'étend sur à peine 2000km<sup>2</sup>. C'est donc un tout petit territoire, mais dans lequel les initiatives en matière de défense de l'environnement se multiplient ces dernières années, et pour certaines résonnent au plan international.

#### Relocaliser l'économie pour défendre l'environnement

Depuis longtemps déjà, les organisations non gouvernementales agissant dans le domaine de l'environnement existent aussi au Pays Basque, la plus connue étant probablement Surfrider Foundation. Mais le Pays Basque produit son propre monde associatif environnemental, coordonné par le Collectif des Associations de

Défense de l'Environnement du Pays Basque et du sud des Landes (CADE), regroupant 60 associations.

Plus généralement, le principe de relocalisation de l'économie, pilier de la réduction des déplacements et donc des émissions de gaz à effets de serre, gagne peu à peu tous les domaines. C'est le monde agricole qui a servi d'aiguillon, au début des années 2000, avec les dynamiques en faveur du développement d'une agriculture paysanne et durable. Elles ont en particulier porté à bout de bras la création d'une chambre d'agriculture locale (< p.29). En parallèle, c'est ce même monde associatif agricole qui promeut localement la filière bio (BLE), le réseau AMAP, la charte fermière



#### LE SAVIEZ-VOUS?



#### **Payez en monnaie basque !**

Au Pays Basque comme dans d'autres petits territoires en Europe, localiser l'économie passe désormais par l'utilisation d'une monnaie locale, complémentaire et écologique, qui permet de réduire les transports de longue distance et donc les émissions de gaz à effet de serre. Ces monnaies locales sont loin d'être l'apanage du Pays Basque ; mais le poids que la monnaie basque – baptisée Eusko – a atteint en à peine quelques années est particulier avec plus de 1 600 000 eusko en circulation en 2020, ce qui en fait la première d'Europe en importance. Plus de 1 000 entreprises font partie du réseau Eusko et des dizaines de milliers de personnes s'en servent au quotidien. Même de passage au Pays Basque, il est possible de consommer en monnaie locale par le biais des enveloppes « Vacances en Eusko », en vente dans les Offices de Tourisme et dans de nombreux commerces du réseau Eusko.

[www.euskalmoneta.org/vacances-en-eusko](http://www.euskalmoneta.org/vacances-en-eusko)

Source : Rémi RIVIÈRE, Catherine MARCHAND, Lau haizetara : Le Pays Basque aux quatre vents, Office de Tourisme Pays Basque, Éditions Elkar 2020-2021, Juin 2020 p200

# Annexe n°2 : Questionnaire à destination des touristes

## Q1

été 2020 - Bihar / Université de Bordeaux

### Questionnaire à destination des touristes extérieurs au Pays Basque

1. Date,

2. Nombre de personnes interrogées  
 1.1  2.2  3.3  4.4  5.5

3. Combien de temps séjournez-vous au Pays Basque Nord ?  
 1. week end  2. De 3 à 4 jours  
 3. Une semaine  4. 10 jours  
 5. Deux semaines  6. plus de deux semaines

4. Pourquoi le Pays Basque ?

5. Où habitez-vous ?

- 1. Alsace
- 2. Aquitaine
- 3. Auvergne
- 4. Basse Normandie
- 5. Bourgogne
- 6. Bretagne
- 7. Centre
- 8. Champagne-Ardennes
- 9. Corse
- 10. Franche-Comté
- 11. Haute Normandie
- 12. Ile de France
- 13. Languedoc-Roussillon
- 14. Limousin
- 15. Lorraine
- 16. Midi-Pyrénées
- 17. Nord-Pas de Calais
- 18. Pays de la Loire
- 19. Picardie
- 20. Poitou-Charentes
- 21. Provence-Alpes-Côte d'Azur
- 22. Rhône-Alpes
- 23. DOM
- 24. Pays étranger

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (23 au maximum).*

6. Avec qui séjournez-vous au Pays Basque ?  
 1. En famille  2. En couple  3. Entre ami(e)s  
 4. Seul(e)  5. Avec enfants  6. Sans enfants

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).  
La réponse est obligatoire.*

7. C'est la première fois que vous venez au Pays Basque ?  
 1. Oui  2. Non  
*La réponse est obligatoire.*

8. Si non, vous venez :  
 1. Occasionnellement ( déjà venu 1 ou 2 fois)  
 2. Fréquemment (plus de 2 fois)  
 3. C'est habituel (tous les ans)

*La question n'est pertinente que si Découverte PB = "Non"*

9. A quel endroit géographique résidez-vous durant votre séjour ?

*La réponse est obligatoire.*

10. Quelle est votre situation en matière de logement ?  
 1. Location chez un particulier (airbnb, gîte, auberge)  
 2. Hotel  
 3. Camping (tente, bungalow, mobil home)  
 4. Maison de famille/vacances  
 5. Résidence de tourisme/villages vacances

11. Quelles sont vos attentes pour vos vacances au Pays Basque Nord ? HIERARCHISER  
 1. Découvertes culturelles et artisanat  
 2. détente santé balnéaire  
 3. vie et traditions locales (fêtes de village, force basque, mutxiko...)  
 4. Nature et sport  
 5. Gastronomie terroir oenologie

*Vous pouvez cocher plusieurs cases.*

12. Pour vos vacances vous avez plutôt tendance à :  
 1. Tout planifier à l'avance  
 2. Découvrir et décider une fois sur place  
 3. Organiser l'essentiel mais avec la possibilité de se laisser tenter sur place

13. Comment vous êtes-vous renseigné pour organiser vos vacances ?  
 1. Famille, amis, connaissances  
 2. Sites internet et blogs  
 3. offices de tourisme  
 4. Hôtes commerçants et restaurants  
 5. guide de voyage  
 6. voyage organisé (association, CE)  
 7. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases.*

14. Vous avez prévu de visiter davantage :  
 1. L'intérieur du Pays Basque  
 2. La côte principalement  
 3. Un peu des deux



15. Où prévoyez-vous de faire vos courses alimentaires durant votre séjour ? (HIERARCHISER)

1. Supermarchés et superettes
2. petits commerces de proximité (épicerie, boulangerie, boucherie)
3. directement aux producteurs (marchés, halles, ferme)
4. Séjour en demi-pension

Ordonnez 3 réponses.

16. Vous diriez que votre sensibilité au DD de manière générale est :

- 1. Très importante
- 2. plutôt importante
- 3. modeste
- 4. vous n'y prêtez pas attention

17. Et lorsque vous êtes en Vacances elle est :

- 1. aussi sensible
- 2. plus sensible encore
- 3. moins sensible
- 4. sensible mais je manque d'infos pour passer à l'acte

18. Êtes-vous sensible à la protection de la langue basque ?

- 1. Oui
- 2. Non
- 3. Sans avis

**Transition : pour la fin de ce questionnaire je vais vous poser des questions plutôt sur l'économie locale**

19. Connaissez-vous les monnaies locales ?

- 1. Oui
- 2. non

20. Si oui, utilisez-vous celle de votre région ?

- 1. Oui
- 2. Non

La question n'est pertinente que si connaissance des monnaies = "Oui"

**1 euro = 1 eusko**

Chaque euro que vous dépensez en eusko va rester au Pays Basque et irriguer l'économie locale.

**EXPLICATION**

21. Est-ce que le dispositif Vacances en eusko pourrait vous intéresser ?

- 1. Oui
- 2. Non

22. Si 'Non', précisez :

23. Pourriez-vous être intéressés par ce type de circuit ?

- 1. Oui
- 2. Non

La question n'est pertinente que si intérêt dispositif = "Oui"

24. Si 'Non', précisez :

La question n'est pertinente que si intérêt dispositif = "Oui"

25. Seriez-vous prêt à ouvrir un compte en eusko en 7 clics et 3min ?

- 1. Oui
- 2. Non

La question n'est pertinente que si intérêt dispositif = "Oui"

26. Si 'Non', précisez :

La question n'est pertinente que si intérêt dispositif = "Oui"

27. Catégorie socio-professionnelle

- 1. Agriculteur
- 2. Commerçant, artisan, chef Entreprise
- 3. Cadre.Prof.Intellectuelle.Sup.
- 4. Profession intermédiaire
- 5. Employé
- 6. Ouvrier
- 7. Chomeur
- 8. Elève, Etudiant
- 9. Inactif
- 10. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

28. Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?

- 1. Moins de 25 ans
- 2. De 25 à 45 ans
- 3. De 46 à 60 ans
- 4. Plus de 60 ans

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

29. Pour un retour d'expérience, contact :

La question n'est pertinente que si engagement = "Oui"

# Annexe n°3 : Questionnaire des entretiens de retours d'expériences

## RETOUR-Q1

1. Date et heure

2. Retour par mail ou téléphone ?

1. Mail  2. Téléphone

3. Avez-vous utilisé l'eusko (monnaie locale du Pays Basque) durant vos vacances sur le territoire ?

1. oui  2. non

4. Si 'non', précisez :

5. Si oui, avez-vous ouvert un compte en ligne ou acheté une enveloppe ?

1. Ouverture d'un compte en ligne  
 2. Achat d'enveloppe

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

6. Montant de l'enveloppe :

1. 18 eusko  2. 48 eusko

*La question n'est pertinente que si compte ou enveloppe = "Achat d'enveloppe"*

7. Qu'est ce qui vous a motivé pour ouvrir ce compte Vacances en eusko ?

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

8. Avez-vous utilisé toute la somme que vous aviez mis au départ sur votre compte / de votre enveloppe ?

1. Oui  
 2. NON : j'ai eut trop d'eusko sur mon compte / j'ai rapporté des billets chez moi

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

9. Avez-vous rechargé votre compte ou repris une enveloppe durant votre séjour ?

1. non  2. oui

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

10. Si 'oui', précisez :

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

11. Avez-vous suivi les circuits Vacances en eusko proposés dans le guide ?

1. Non  2. Oui

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

12. Si 'Oui', précisez :

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

13. Pourquoi ?

*La question n'est pertinente que si circuit VEE = "Non"*

14. Dans quels lieux avez-vous le plus utilisé vos euskos ?

1. Producteurs/ Petits commerces de proximité (boulangerie, charcutier, fromager...)  
2. Restaurants, bars, cafés  
3. Activités/ services (promenades à cheval, visites, rafting...)  
4. Autre

*Ordonnez 3 réponses.*

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

15. Avez-vous modifié votre itinéraire, lieux de consommation ou activités grâce aux adresses de professionnels prenant l'eusko ?

1. Oui  2. Non  3. parfois

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

16. Avez-vous découvert des professionnels grâce à l'annuaire eusko ?

1. Oui  2. Non

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

17. Vous est-il arrivé de pouvoir payer en eusko mais avoir préféré utiliser les euros

1. Oui  2. Non

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

18. De manière générale êtes-vous satisfait de votre expérience Vacances en eusko ?

1. Oui, je pourrais le recommander à des amis  2. Non

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

19. Si 'Non', précisez :

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

20. Qu'est-ce que le dispositif a pu vous apporter ?

1. découverte de professionnels  
 2. Une manière/ un outil pour participer à l'économie locale / la transition écologique  
 3. Un lien / contact facilité avec les professionnels  
 4. Des billets en souvenir de vos vacances  
 5. Autre

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

21. Si 'Autre', précisez :

22. Avez-vous rencontré des difficultés durant cette expérience Vacances en eusko ?

1. Non  2. Oui

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

23. Si 'Oui', précisez :

24. Avez-vous des recommandations, ou suggestions afin d'améliorer ce dispositif ?

*La question n'est pertinente que si utilisation eusko = "oui"*

# RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

## OUVRAGES (6)

- › ATOUT FRANCE, Tourisme et développement durable : de la connaissance des marchés à l'action marketing, collection Marketing touristique, *Éditions Atout France*, mars 2011
- › Bernard CHARBONNEAU, Finis Terrae, dossier Le tour du tourisme phase A, *A plus d'un titre Éditions*, 2010
- › Philippe DERUDER, Les monnaies locales complémentaires : pourquoi, comment ? *Yves Michel Éditions*, Paris, 2014
- › Philippe DUHAMEL, Géographie du tourisme et des loisirs : dynamiques, acteurs, territoires, *Éditions Armand Colin*, janvier 2018
- › Marie FARE, Repenser la monnaie. Transformer les territoires, faire société, *Éditions Charles Léopold Meyer*, Paris, 2016
- › Rémi RIVIÈRE, Catherine MARCHAND, Lau haizetara : Le Pays Basque aux quatre vents, Office de Tourisme Pays Basque, *Éditions Elkar 2020-2021*, Juin 2020

## ETUDES (6)

- › ADEME, Les monnaies locales complémentaires ENVIRONNEMENTALES : Etat des lieux, impacts environnementaux et efficacité économique, mars 2016
- › AFIT, Sylvie BLANGY, Ghislain DUBOIS, Françoise KOUCHNER, L'écotourisme : Expériences françaises, *Les cahiers de l'AFIT*, 2002
- › Jérôme BLANC et Baptiste PERISSIN FABERT, Institut Veblen pour les réformes économiques, Financer la transition écologique des territoires par les monnaies locales, janvier 2016
- › Clémence MATHIEU, L'écotourisme en Béarn-Pays Basque : entre état des lieux et plans d'actions, mémoire de fin d'étude Université d'Angers, Comité Départemental Béarn- Pays Basque, février-juin 2010
- › PUCA et l'IREST Université Panthéon Sorbonne, La mise en tourisme de lieux ordinaires et la déprise touristiques : quelle implication de la société civile, Etat de l'art, cycle de séminaire Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer-La Défense, 2016
- › Hélène SALLET-LAVOREL, IAURIF, Encourager le rapprochement entre visiteurs et Franciliens. Pour un tourisme urbain participatif en Ile-de-France, *Espaces & Tourisme in Cahier Espaces*, n°78, Juillet 2003

## ARTICLES (21)

- › Bénédicte BARD, Tourisme et développement durable : Comment mettre en œuvre des dynamiques au sein des territoires ? Le témoignage du CPIE Seignanx Adour, *Pour*, 2014, n°223, p135-141
- › Déborah BERLIOZ, Durable ou éthique : une bataille labellisée, *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020, p36-38
- › Jérôme BLANC, Marie FARE, Les monnaies sociales en tant que dispositifs innovants : une évaluation, *Innovations*, n°38, 2012, p67-84
- › Jean-Luc BOULIN, Le locatourisme, une chance pour les destinations, *Espaces* n°353, mars 2020
- › Philippe BOURDEAU, Le tourisme a redéfini notre mode de vie au quotidien, *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020, p42-45
- › Gilles CAIRE, Le tourisme solidaire et équitable : « niche de solidarité » ou champ d'expérimentations d'un tourisme « socialement durable » ?, *Economie et solidarités*, n°37, 2006, p186-202
- › Ludivine CHARNIGUET, « J'ai vu des profils qui n'avaient rien à faire en montagne », *Mediabask*, août 2020
- › Laury-Anne CHOLEZ, Le virus du tourisme : Le tourisme est mort, vive le tourisme ? *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020 p19-21
- › Samuel COQUIN, La longue marche vers le tourisme participatif, *Espaces*, n°264, novembre 2008, p10-14
- › Saskia COUSIN, Comment le Covid-19 va bouleverser nos imaginaires du voyage, *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020 p11-15
- › Mbaye Fall DIALLO, Les études quantitatives sur le tourisme durable : une analyse des principaux travaux de recherche, *Management & Avenir*, n°69, 2014, p204-221
- › Marie-Eve FEREOU, La réponse des acteurs basques aux défis du tourisme de demain : un management novateur et une marque territoriale, *Management et Avenir*, n°76, 2015, p139 à 156
- › Mathieu GIROUX, Comment résonner avec le monde, *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020, p55-57
- › Christelle GRANJA, dossier : Le Covid-19 fossoyeur de l'héritage des Trente Glorieuses ? *Socialter*, n°40, juin-juillet 2020, p31-33
- › Maria GRAVARI-BARBAS, Marie DELAPLACE, Le tourisme urbain « hors des sentiers battus », *Téoros*, n°34, 2015
- › Michèle LALIBERTÉ, Le tourisme durable, équitable, solidaire, responsable, social... : un brin de compréhension, *Téoros*, Tourisme, religion et patrimoine 2005, p69-71

- › Evelyne LEHALLE, Une brève histoire du tourisme, Nouveau Tourisme Culturel, définitions et stratégies, 5 mars 2015
- › Pascale MARCOTTE, Laurent BOURDEAU, Bruno SARRASIN, Tourisme et développement durable. Un exercice d'adaptation, d'intégration et de conciliation, *Téoros*, Concilier tourisme et développement durable, 2017, p36
- › Gianna MOSCARDO, Philipp L.PEARCE, Understanding ethnic tourism, *Annals of Tourism Research*, vol.26, n°2, p416-434
- › Hermine de SAINT-ALBIN, Cathy SURYASUMIRAT, Les dispositifs habitants ambassadeurs : une forme ancienne de tourisme participatif, *Espaces tourisme et loisirs* in *Espaces*, n°264, p39-46, novembre 2008
- › Céline WHITAKER, Cahier d'espérance, richesses et monnaies, *Collectif Richesses*, 2011

## SITES INTERNET (11)

- › **ADN** : <https://www.adn-tourisme.fr/>
- › **AADT 64** : [https://pro.tourisme64.com/uploads/pro/Boite\\_a\\_outils/observatoire/Conseil\\_de\\_destination\\_2019\\_Pays\\_basque.pdf](https://pro.tourisme64.com/uploads/pro/Boite_a_outils/observatoire/Conseil_de_destination_2019_Pays_basque.pdf)
- › **Gilles CAIRE** : [http://gilles.bruno.caire.free.fr/index.php?option=com\\_content&task=section&id=8&Itemid=36](http://gilles.bruno.caire.free.fr/index.php?option=com_content&task=section&id=8&Itemid=36)
- › **CCI de Bayonne** : <https://www.bayonne.cci.fr/GOazen/Le-cluster-GOazen.html>
- › **The international ECOTOURISM society** : [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org)
- › **EUSKAL MONETA** : <https://www.euskalmoneta.org/>
- › **Le réseau des MLCC** : <https://monnaie-locale-complementaire-citoyenne.net/>
- › **RESPONSIBLE TRAVEL** : <https://www.responsibletavel.com/>
- › **Mouvement SOL** : <http://www.sol-reseau.org/>
- › **SORTIR À PARIS actualités** : <https://www.sortiraparis.com/actualites/a-paris/articles/229320-tourisme-la-france-resiste-au-choc-du-coronavirus-mais-les-recettes-internationa>
- › **Fondation TERRE SOLIDAIRE** : [https://fondation-terresolidaire.org/encourager-des-monnaies-locales-pour-relocaliser-les-echanges-de-biens-et-services/?gclid=Cj0KCOjwuJz3BRDTARIsAMg-HxVdWi873B8NXj9WPOGYf8fNNGCaafD-RNPIydMCNuhgmsVi26e4\\_-JAaAvYIEALw\\_wcB](https://fondation-terresolidaire.org/encourager-des-monnaies-locales-pour-relocaliser-les-echanges-de-biens-et-services/?gclid=Cj0KCOjwuJz3BRDTARIsAMg-HxVdWi873B8NXj9WPOGYf8fNNGCaafD-RNPIydMCNuhgmsVi26e4_-JAaAvYIEALw_wcB)

# Institut des monnaies locales

## Bihar

### Institut de la Transition écologique, économique et sociale

#### CONTACTS



[www.institut-des-monnaies-locales.org](http://www.institut-des-monnaies-locales.org)

[www.institut-bihar.org](http://www.institut-bihar.org)

07 61 86 72 27 - [contact@institut-bihar.org](mailto:contact@institut-bihar.org)

[f/institutdesmonnaieslocales](https://www.facebook.com/institutdesmonnaieslocales)

20 rue des Cordeliers 64 100 Bayonne