

LES GREETERS, UNE EXPERIENCE INTERNATIONALE DE TOURISME PARTICIPATIF

Un peu d'histoire

La première association des Greeters, **Big Apple Greeters**, a été fondée à New-York en 1992 par Lynn Brooks. Elle souhaitait combattre le caractère intimidant de cette grande ville en la faisant découvrir aux visiteurs via les yeux et les habitudes de ses habitants. Elle fit oeuvre de précurseure en privilégiant les échanges directs entre population d'accueil et visiteurs et en valorisant une autre vision du tourisme. Persuadée que les habitants sont des agents touristiques non négligeables qui possèdent une mine d'informations précieuses et originales sur leur ville, elle leur a proposé de devenir « ambassadeurs bénévoles » de leur ville.

Le concept s'est progressivement implanté dans plusieurs villes américaines mais également dans d'autres régions du monde. En France, le mouvement a été initié par le groupe de Nantes en juin 2007, rapidement suivi par Paris et Lyon, rejoint depuis peu par Marseille et la région du Nord Pas de Calais.

Le réseau international des Greeters, le Global Greeter Network, a été créé en 2005 et compte 15 adhérents dans le monde à savoir :

- Adelaide, Australia
- Buenos Aires, Argentina
- Brighton, England
- Chicago, USA
- Houston, USA
- Kent, England
- Lyon, France
- Marseille, France
- Melbourne, Australia
- Nantes, France
- New York, USA
- Paris, France
- Pas-de-Calais, France
- The Hague, Netherlands
- Toronto, Canada

Ce network se réunit une fois par an pour échanger des savoir faire, des pratiques et envisager des actions communes. Chaque association conserve cependant sa totale indépendance.

En plus de ceux prénommés, des Greeters se créent spontanément un peu partout dans le monde sans se faire recenser par le Global network : le nom et le label Greeter ne fait pas l'objet d'un dépôt.

Dénomination

La terminologie anglaise « Greeters » est utilisée par la majorité des réseaux. To greet veut dire « entrer en contact avec quelqu'un » dans le sens de lui souhaiter la bienvenue. Certains le traduisent par « bénévole accueillant » une formule peu convaincante !.

Le label Greeters n'ayant pas été déposé par la fondatrice du mouvement, son utilisation fait l'objet d'interrogations permanentes dans les réseaux existants et lors de la création de nouveaux groupes, interrogations portant sur le risque d'une utilisation abusive du concept, le coût d'un dépôt et la participation de chacun mais également sur la légitimité du Network pour le déposer.

Le concept

Des échanges avec des Greeters d'horizons divers se dégagent **des mots clés** dénominateurs communs :

- aventure humaine
- acteur de la ville
- solidarité sociale
- lien
- multiculturalisme
- passion,
- rencontre authentique
- immersion locale
- accessibilité à tous

Ces mots clés se traduisent dans les différents aspects du concept.

Les Greeters relèvent **du tourisme participatif**, une approche touristique qui favorise la réappropriation d'un lieu par ses habitants. Un colloque récent organisé par l'Unesco a mis en évidence le sentiment d'exclusion des habitants des lieux labellisés sites de l'Unesco et la nécessité de les impliquer dans une démarche touristique autre pour éviter des réactions négatives. Les Greeters répondent à cette préoccupation en permettant aux habitants de se réapproprier leur ville, d'en devenir des acteurs.

Par la diversité des profils des Greeters, ce tourisme s'ouvre à la découverte de lieux délaissés par les circuits traditionnels.

Tourisme ouvert à tous, sans discrimination, il ne concerne ni les groupes, ni les lieux touristiques organisés (musées, visites guidées, etc.) mais favorise le contact direct, l'échange par des rencontres individuelles, seuls ou en famille avec un maximum de 6 personnes. Les personnes présentant un handicap sont les bienvenues : leur accompagnement pose un certain nombre de problèmes pratiques et des projets sont à l'étude pour favoriser leur prise en charge.

Le concept est entièrement basé sur **le bénévolat** des accompagnateurs. La gratuité totale de l'accompagnement confirme cette volonté d'accessibilité pour tous. Les éventuelles dépenses telles que boissons ou coût des trajets sont pris en charge par chacun, Greeters ou visiteurs. Aucun pourboire n'est toléré.

Enfin, autre aspect de cette accessibilité : c'est le touriste qui choisit son programme et son horaire, le plus souvent en dehors des heures habituelles des circuits organisés. Celui-ci a une durée limitée (de 2 à 4 heures).

Enfin, sans être des professionnels du tourisme, la majorité des Greeters fait preuve d'un certain professionnalisme grâce à l'organisation (réservation par internet une semaine à l'avance), la qualité de l'accueil et la connaissance approfondie de certains aspects de leur ville.

Benchmarking

De l'expérience des différents réseaux se dégagent certaines lignes de force. L'expérience en France peut servir de référence pour envisager la création d'un réseau en Belgique.

Public concerné

Tous les publics, jeunes, vieux, célibataires, en couple, en famille, avec un petit cercle d'amis, étrangers ou autochtones, personnes à mobilité réduite ou présentant un handicap, tous peuvent être concernés.

L'expérience montre que la présence de Greeters favorise la redécouverte de la ville par des habitants proches, un tourisme de proximité qui connaît un regain d'intérêt en temps de crise.

Profil des Greeters

A l'image des touristes, ils et elles viennent de tous les horizons sans que l'on puisse dégager un profil type. Jeunes, vieux, actifs ou pensionnés, ils choisissent de donner de leur temps. Ils possèdent une connaissance réelle de leur ville, de lieux insolites, de certaines de ses particularités et possèdent un sens de l'accueil.

Ils se présentent bénévolement en réponse à des appels parus dans la presse ou sont recrutés par contacts personnels.

Relations avec les professionnels du tourisme.

Les réactions des professionnels du tourisme varient. En France, les Greeters sont valorisés dans les Offices de tourisme ou Centres d'information, Les réseaux qui se développent le plus sont ceux qui travaillent dans ou en étroite coordination avec le secteur traditionnel pour lesquels ils représentent un marche-pied.

Le plus souvent, ce secteur participe à des séances de recrutement-formation des bénévoles et aux rencontres des Greeters. Il n'est pas rare que des guides pros deviennent Greeters ce qui les met en contact d'une autre façon avec le public. De leur côté, tous les réseaux souhaitent avoir un dialogue permanent avec le secteur professionnel.

Structure juridique

Comme le label « Greeters » n'est pas déposé, la structure des Greeters et leur appellation – voir le cas de Paris qui s'appelle « Parisien d'un jour » - est variable : association de fait, association légale, intégration dans un organisme existant, etc.

Organisation

Le succès des Greeters nécessite une organisation rapide, efficace et accueillante.

La constitution d'un réseau commence par l'organisation d'une campagne de recrutement et la sélection des Greeters. Celle-ci est effectuée par les membres du noyau de base qui selon les cas, intègrent des pros du tourisme et porte essentiellement sur les qualités d'accueil et la connaissance de la ville. Le multilinguisme constitue un atout complémentaire.

En l'absence d'une charte de références ou d'un code de conduite, chaque réseau interprète librement le concept.

Parallèlement est lancée une campagne de marketing pour informer les organisateurs de manifestation, les organismes locaux, les éditeurs de guides, pour activer tous les réseaux sociaux sur le net, créer un blog, informer la presse et attirer les visiteurs potentiels.

Enfin, la création d'un site internet permet la réservation – de 7 à 15 jours à l'avance suivant les réseaux – et la confirmation des rendez vous. Certains réseaux accompagnent la confirmation de la visite d'un document d'évaluation permettant d'améliorer leur engagement.

Pour développer l'ensemble de ces activités, avec efficacité et professionnalisme, un réseau a besoin d'au moins un permanent à temps plein - de préférence multilingue - et d'un outil informatique performant (6 salariés à New York...)

Ce travail peut être effectué au siège d'une association, dans un local mis à disposition par un office du tourisme ou à domicile.

