



## MANUEL DE L'ACCOMPAGNATEUR INTERCULTUREL

Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.

**AUTEURS :**

**Quarter Mediation, Pays-Bas :** Cristina Stefan, PhD. Eng, Constantin Stefan, MSc. Eng, Quarter Mediation, Pays-Bas

**Sud Concpet, France :** Rémi Bellia, Ophélie Belin

**IDP Sas di Giancarlo Costantino, Italie :** Fabiola Marchione, Giulia Costantino

**Associacao para a Educacao e Valorizacao da regio de Aveiro, Portugal :** Ana Ribeiro, Ricardo Claro

**BEST Institut für berufsbezogene Weiterbildung und Personaltraining GmbH, Autriche**

**Instituto para el Fomento del Desarrollo y la Formacion, Espagne**





## INTRODUCTION

Ce manuel a pour objectif de former les participants afin de devenir des accompagnateurs interculturels dans leur propre territoire en ayant acquis les bases nécessaires.

La notion de « guide interculturel » ou « passeur de culture » est une notion récente en Europe qui repose sur le constat que les grandes villes urbaines, certains quartiers cosmopolites peuvent être découverts à travers le regard des populations qui les composent. Ces trente dernières années avec le processus de globalisation culturelle et économique certains quartiers de grandes mégapoles sont devenus des destinations touristiques pour leur caractère « multiethnique ». Les exemples les plus connus qui peuvent être cités sont les quartiers de China Town et Little Italy à New York. Les différentes migrations ont façonné certains quartiers en leur donnant une identité propre. Pour autant, tous ces quartiers ne sont pas devenus des destinations touristiques privilégiées. Bien au contraire, la majorité est stigmatisée, entendues comme des zones où règnent la pauvreté, l'insalubrité et la délinquance. Aussi, afin de corriger ces préjugés, l'idée a germé de donner la possibilité à des habitants de ces quartiers, aux personnes issus de la migration (à partir de la première et jusqu'aux dernières générations) de pouvoir faire découvrir l'histoire, la richesse et la culture à la fois de leur quartier et de ses habitants. Il s'agit de « guides », « d'accompagnateurs » interculturels ou encore de « passeurs de culture ».

Un accompagnateur interculturel est une personne, qui a une sensibilité personnelle au thème de la migration, la plupart du temps à partir de son propre vécu et qui propose à des tiers, des touristes, des citoyens, de découvrir un quartier, une ville à travers son propre regard et sa propre histoire.

Le contenu de ce manuel a pour objectif, sous forme de cours du soir, de proposer, dans tous les territoires des grandes villes urbaines européennes et même d'ailleurs, l'acquisition des notions essentielles permettant de concevoir de tels parcours urbains interculturels.

Quatre modules de formation, chacun composé de trois unités sont proposés et présentés sous forme de diaporama. Les unités de formation sont structurées autour de concepts Clés, de définitions et explications, d'exemples et d'éléments de conclusions.

Les modules de formation consisteront à :

- Module 1 – Connaître votre territoire et identifier les parties prenantes du tourisme
- Module 2 – Concevoir des itinéraires touristiques interculturels
- Module 3 – Conduire des itinéraires touristiques interculturels
- Module 4 – Présenter votre projet

## DESCRIPTION DES MODULES

### Module 1 : Connaître votre territoire et identifier les parties prenantes du tourisme

Unités	Thèmes	Concepts clés
<p><b>Unité 1</b> - Identifier les parties prenantes importantes, connaître votre territoire et identifier les informations concernant les acteurs du tourisme</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Théorie des parties prenantes de base et essentielles et gestion du tourisme.</li> <li>● Besoins et évaluations pour les professions liées au tourisme.</li> <li>● Sources et filtres pour jauger les informations importantes avec des retours immédiats.</li> <li>● Aperçus des conseils et des meilleurs pratiques.</li> <li>● Recommandations.</li> <li>● Guides et références supplémentaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Qu'est-ce qu'une partie prenante ?</li> <li>● Quelles sont les informations importantes pour les professions liées au tourisme ?</li> <li>● Bases du marketing territorial</li> <li>● Comment et où rassembler ces informations ?</li> </ul>
<p><b>Unité 2</b> - Prendre rendez-vous avec les personnes clés</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Explorer les domaines multiculturels et les événements de votre ville</li> <li>● Entrer en contact avec les personnes clés probables</li> <li>● Partager votre idée de projet avec eux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Créer des liens avec les habitants des quartiers urbains multiculturels</li> <li>● Prospector et mobiliser des pairs pour les futurs "guides de la culture"</li> </ul>
<p><b>Unité 3</b> - Connaître un territoire : politiques culturelles, tourisme, préservation du patrimoine</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Devenir un guide interculturel à travers l'histoire</li> <li>● Histoire d'une ville/région pour une certaine période</li> <li>● Ancien et nouveauté : le passé vs le présent</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Quels sont les moments les plus importants dans l'histoire de la ville/région choisis ?</li> <li>● Comment l'histoire de la ville/de la région peut être expliquée de façon engageante ?</li> <li>● Comment la période choisie diffère de celle actuelle ?</li> <li>● Quelles sont les compétences de bases d'un guide interculturel ?</li> </ul>

## Module 2 : Concevoir des itinéraires touristiques interculturels

Unités	Thèmes	Concepts clés
<p><b>Unité 1</b> – Etudier l’offre touristique de votre territoire et la lier à votre histoire personnelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Qu’est-ce qu’une offre touristique, comment se compose-t-elle ?</li> <li>● Comment un récit de vie peut-il être exploité dans une offre touristique pour la mise en place de parcours interculturel urbain ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprendre les principes et le fonctionnement de l’activité touristique</li> <li>● Construire son storytelling pour élaborer un circuit touristique</li> </ul>
<p><b>Unité 2</b> – Elaborer une excursion ou un programme de circuits touristiques : étapes et méthodes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Quelles sont les différentes composantes d’un parcours touristique</li> <li>● Quels en sont les contenus et les éléments ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Savoir élaborer un parcours touristique interculturel</li> <li>● Être capable de construire son propre parcours touristique</li> </ul>
<p><b>Unité 3</b> – Fédérer et impliquer les parties prenantes d’un territoire : commerçants locaux, personnes âgées ayant des histoires à raconter etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rassembler les parties prenantes locales</li> <li>● Concevoir des itinéraires touristiques interculturels pour faciliter l’interaction avec les parties prenantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comment les parties prenantes peuvent être engagées efficacement ?</li> <li>● Comment organiser une activité touristique interculturelle qui facilite l’interaction entre les différentes parties prenantes ?</li> </ul>

### Module 3 : Conduire des itinéraires touristiques interculturels

Unités	Thèmes	Concepts clés
<b>Unité 1</b> – Organiser la logistique des visites	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débuter</li> <li>• Importance de la logistique des visites</li> <li>• Qu'est-ce qu'un plan logistique ?</li> <li>• Que doit inclure la logistique des visites ?</li> <li>• Comment créer un plan logistique des visites ?</li> <li>• Avant les visites : la logistique qui prépare le terrain</li> <li>• Outils logistiques utiles pour le jour de l'événement</li> <li>• Diriger un débriefing post visite et participer aux études</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La logistique d'une visite correspond aux processus qui préparent les personnes, les lieux et les choses pour le grand jour</li> <li>• La logistique d'une visite inclut la gestion des services d'assistance technique du flux de participant le jour de la visite</li> <li>• Faire face aux multiples tâches avec succès, vous devez comprendre les différents composants d'un plan logistique pour une visite et proposer un plan logistique de visite efficace.</li> </ul>
<b>Unité 2</b> – Identifier les éléments de votre histoire personnelle qui intéresseront particulièrement le public et apprendre à les raconter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importance des randonnées pédestres</li> <li>• Quels sont les points d'intérêts – Arrêts interprétatifs</li> <li>• Planifier une randonnée pédestre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avec l'intérêt croissant pour le développement du tourisme patrimonial, en particulier pour les petites communautés, il y a eu un intérêt croissant au sein des communautés pour développer des visites à pied historiques en tant qu'"atout", ajoutant aux nombreuses activités que les visiteurs peuvent faire lors de leur visite</li> <li>• Les randonnées pédestres peuvent porter sur les bâtiments historiques du centre-ville et les sites patrimoniaux connexes, ou sur le quartier historique d'une communauté</li> </ul>
<b>Unité 3</b> – Accompagner les visiteurs et animer la visite de manière participative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour combler les besoins en formation des personnes intéressées par la conception d'itinéraire touristique interculturel au regard de :             <ul style="list-style-type: none"> <li>– Compétences civiques et sociales, en initiative et entrepreneuriat, ainsi qu'en sensibilité et expression culturelle qui peuvent bénéficier de telles activités</li> <li>– La mobilisation des autres, les participants aux itinéraires qu'ils organisent</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétences sociales et civiques Initiative et esprit d'entreprise, sensibilité et expression culturelle</li> <li>• Mobiliser les autres, faire face à l'incertitude, à l'ambiguïté et aux risques liés à l'organisation de circuits touristiques, travailler avec les autres, apprendre par l'expérience</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>• A la fin de la présente unité vous serez capable de :<ul style="list-style-type: none"><li>– Faire face à l’incertitude, l’ambiguïté et les risques au regard de la mise en œuvre d’itinéraire touristique participatif</li><li>– Travailler avec les autres pour accompagner les visiteurs et animer la visite de façon participative</li><li>– Apprendre par l’expérience</li></ul></li></ul>	
--	---	--

## Module 4 : Présenter votre projet

Unités	Thèmes	Concepts clés
<b>Unité 1</b> – Créer un fichier de présentation (marketing et communication)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bases de la communication et discours public</li> <li>• Moyens clés pour prononcer un discours percutant</li> <li>• Façons et moyens d'appuyer votre présentation</li> <li>• "A FAIRE" et "A NE PAS FAIRE"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce que cela demande de préparer une présentation efficace et comment capter l'intérêt de votre public.</li> <li>• Quels sont les éléments de base et essentiels d'un discours public et comment paraître crédible.</li> <li>• Quels sont les "outils" les plus fiables pour mener une présentation impactante ?</li> </ul>
<b>Unité 2</b> – Savoir comment argumenter et convaincre un public de professionnels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qu'est-ce que la rhétorique ?</li> <li>• Articuler un argument persuasif : idées de base</li> <li>• Articuler un argument persuasif : procédure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rhétorique : Art de parler ou d'écrire de façon persuasive. Cet art est largement étudié dans la Grèce et la Rome Antique.</li> <li>• La rhétorique peut être utilisée pour organiser et maintenir les groupes sociaux, construire des significations et des identités, coordonner les comportements, servir de médiateur du pouvoir, produire des changements et créer des connaissances.</li> </ul>
<b>Unité 3</b> – Comprendre comment identifier une cible parmi les visiteurs potentiels et communiquer avec cette cible sur le service (par ex : visites interculturelles)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître votre public</li> <li>• Communiquer en service avec votre cible : Pourquoi quelqu'un devrait-il écouter votre message ?</li> <li>• Communiquer en service avec votre cible : La technique du pitching</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentation du marché: Comprendre qui sont vos clients potentiels, d'où ils viennent et quelles sont leurs caractéristiques communes ? Vous pourrez ainsi répondre à leurs besoins et communiquer efficacement avec eux.</li> <li>• Pitching : Apporter une idée à quelqu'un qui a le pouvoir d'en faire quelque chose. Cette technique est utilisée dans une grande variété de domaines.</li> <li>• Elevator pitch : Technique de "mainstream pitching" basée sur la capacité à expliquer une idée en peu de temps (ce qu'un ascenseur peut prendre d'un étage à l'autre)</li> </ul>