



Atelier #2 : le tourisme durable, je commence par quoi ?

CHARENTES
TOURISME
Booster d'activité


(DÉ)CONNECTEZ!
Le rendez-vous des pros du tourisme

Mardi 27 avril 2021



Sensibiliser, Accompagner, Fédérer et Engager les acteurs du tourisme et collaborateurs dans une démarche durable

Devenir une **structure vertueuse** en termes de RSE

Mettre en visibilité l'offre des prestataires et territoires engagés

Faire reconnaître les Charentes en tant que **destination durable**



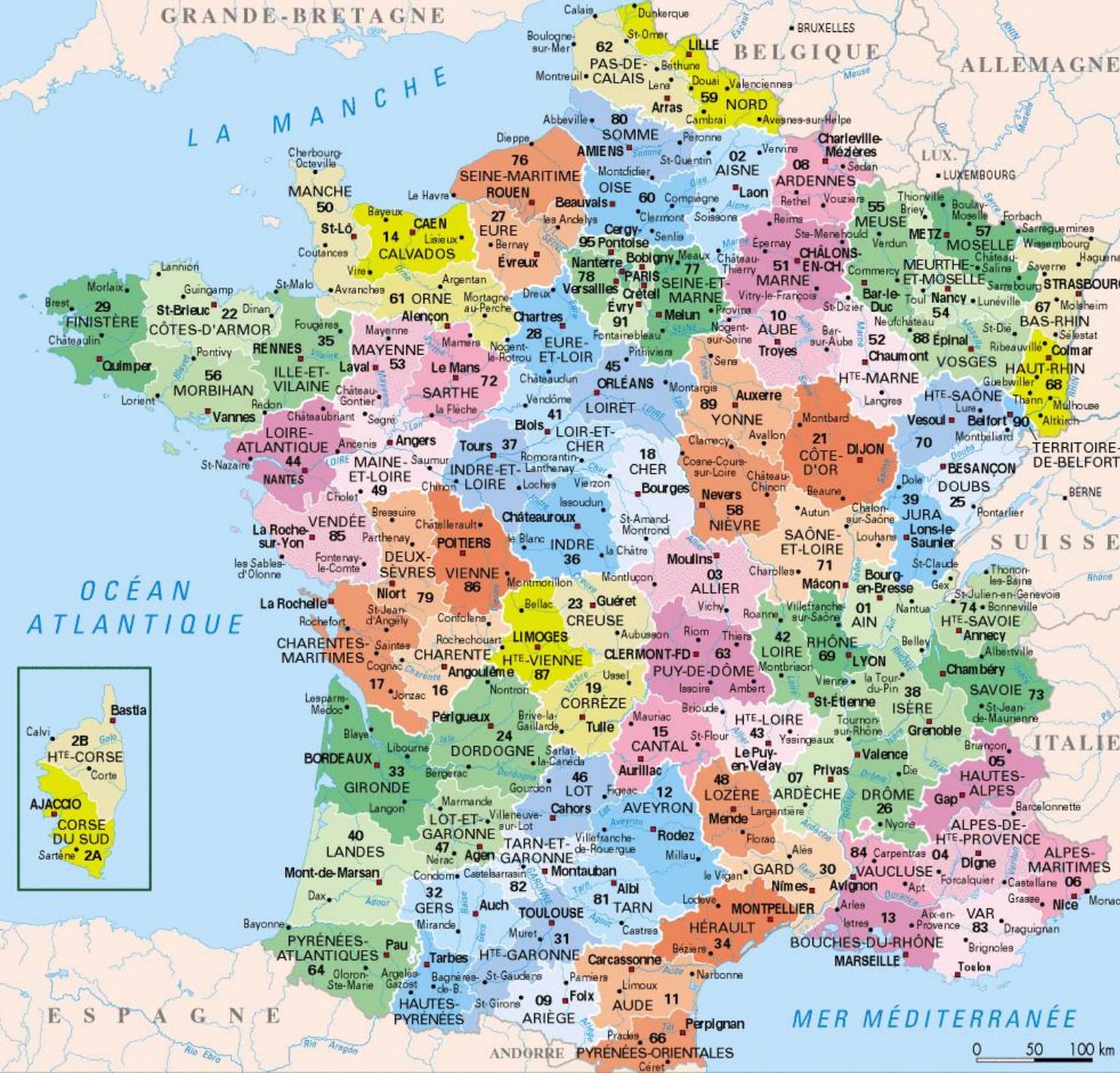
INTRO – CRISE ET TOURISME DURABLE





TOURISME DURABLE: ENJEUX D'AUJOURD'HUI







Plan de relance

Les mesures

Appels à projets

Actualités

Tableau de bord

Documents utiles

Presse

Particuliers | Entreprises | Collectivités locales | Administrations

Accueil du portail > Plan de relance > Les mesures > Entreprises

Fonds de soutien à l'émergence de projets dans le tourisme durable

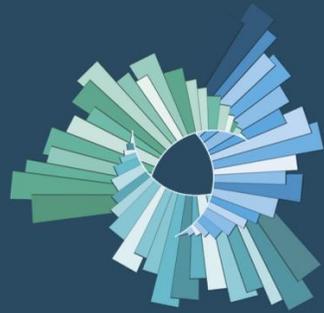
Écologie | Financement | Soutien de l'activité

Création d'un fonds visant à faire émerger et faire grandir des projets innovants et à fort ancrage territorial dans le tourisme durable.

De quoi s'agit-il ?

Le fonds tourisme durable est destiné à soutenir, via des aides financières (subventions), vos initiatives en matière de tourisme durable en couvrant une partie des coûts liés à l'émergence, la maturation et la réalisation (ingénierie, investissement) de vos projets. Les projets, individuels ou collectifs, seront sélectionnés en fonction de leur rapidité de concrétisation et de leur impact sur la transformation de l'industrie touristique.

Un cofinancement de ce programme à parité par des partenaires privés sera recherché. L'accès au fonds permettra également aux porteurs sélectionnés de bénéficier d'outils complémentaires (prêts, garanties) de la part de [Bpifrance](#) et de la [Banque des](#)



GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX



/GDS-INDEX TOP 10

#	DESTINATION	2019 SCORE	CHANGE
1	GOTHENBURG	89.6	▬
2	COPENHAGEN	88.0	▬
3	ZURICH	84.6	▲
4	GLASGOW	78.5	▲
5	AALBORG	76.2	▲
6	REYKJAVIK	75.8	▼
7	MALMÖ	75.6	▬
8	SYDNEY	74.9	▲
9	UPPSALA	74.3	▲
10	MELBOURNE	74.3	▬

Toujours plus fréquenté, le parc national des Calanques veut décourager les visiteurs

La pointe d'affluence vécue à l'été 2020 pousse le parc situé autour de Marseille à durcir son accès et à lancer une stratégie de « démarketing ».

Par Gilles Rof (Marseille, correspondant)

Publié le 21 janvier 2021 à 02h37 - Mis à jour le 01 mars 2021 à 09h35 -  Lecture 5 min.



Article réservé aux abonnés



Édition du jour

Daté du samedi 20 mars



Pouvoir voler en 2050

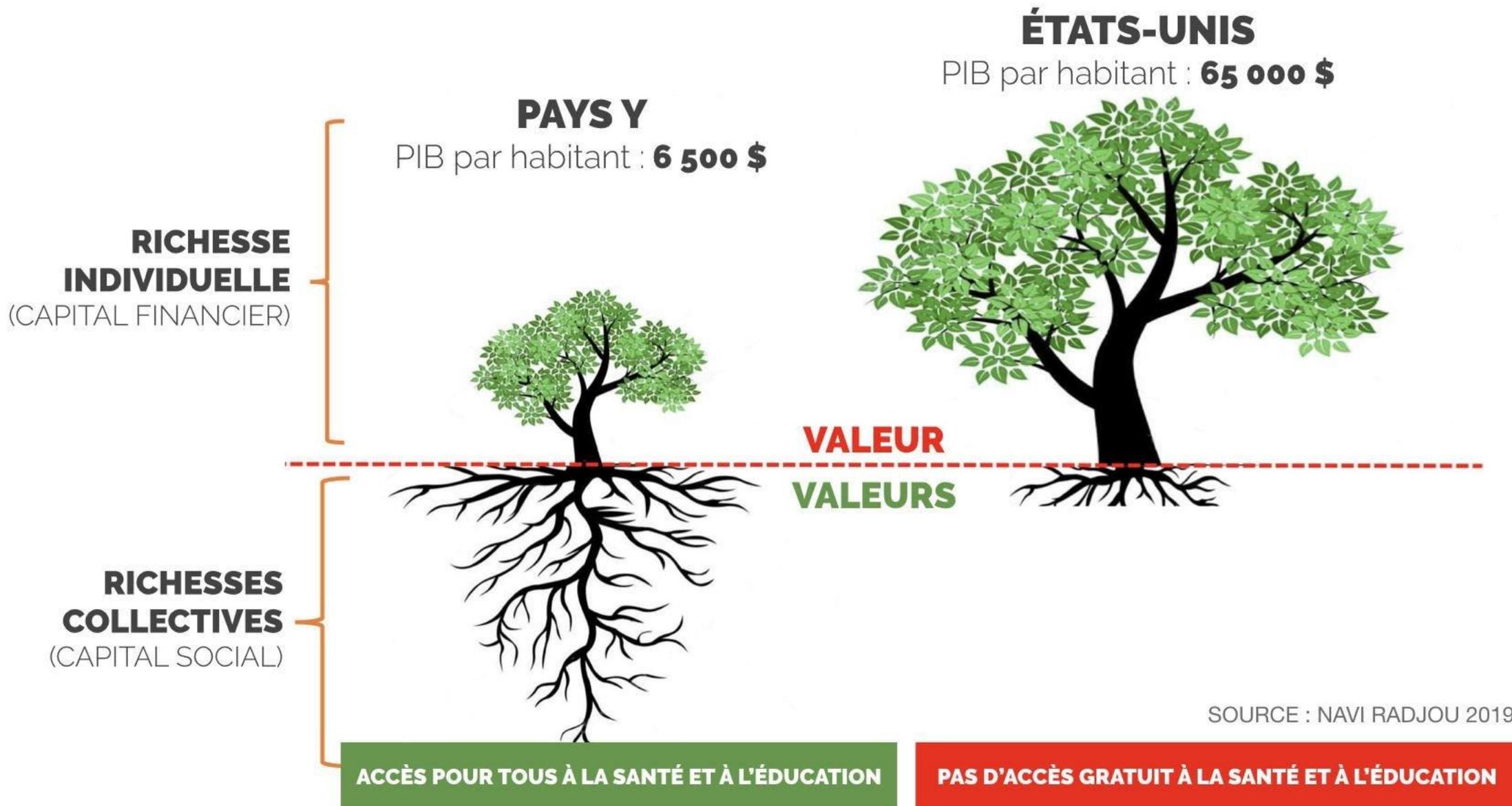
QUELLE AVIATION DANS
UN MONDE CONTRAINT ?

SYNTHÈSE

03 MARS 2021



QUEL EST LE PAYS RICHE ? UNE QUESTION DE POINT DE VUE





TOURISME DURABLE & VISION CLIENT



Traduire la quête de sens en experience...





**Prenez la parole, engagez vous,
montrez vos engagements!**





15 ANS, toujours vivant !
[Notre manifeste](#)



INITIATIVES BOÎTE À OUTILS RESSOURCES VISION TECHNOS Q

L'accueil, une dimension incontournable du marketing territorial



Rédigé par
Paul Fabing

Publié le 15 mars 2021

🕒 4 min



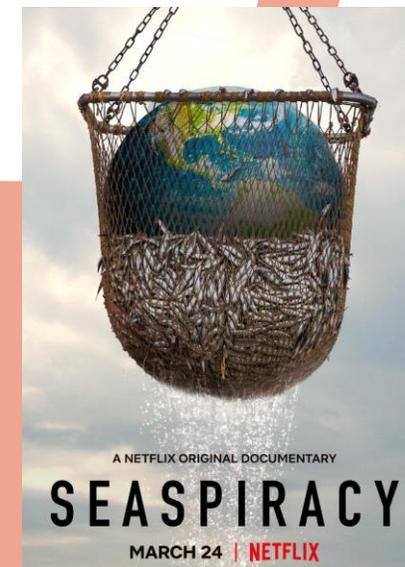
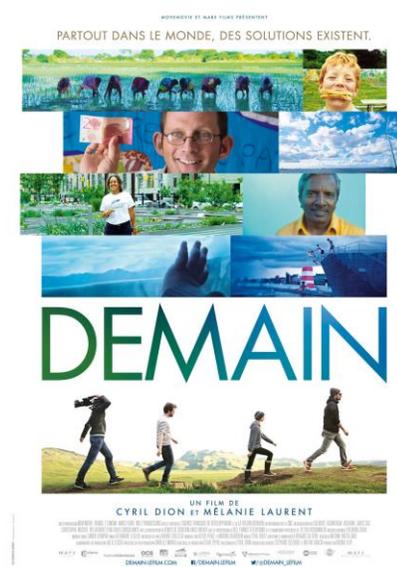
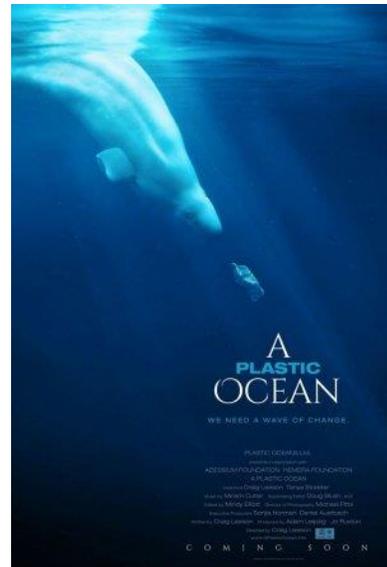
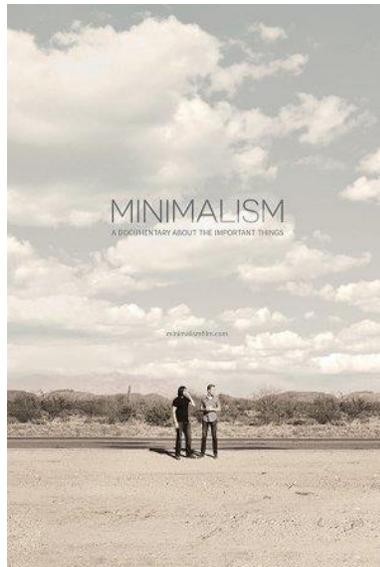
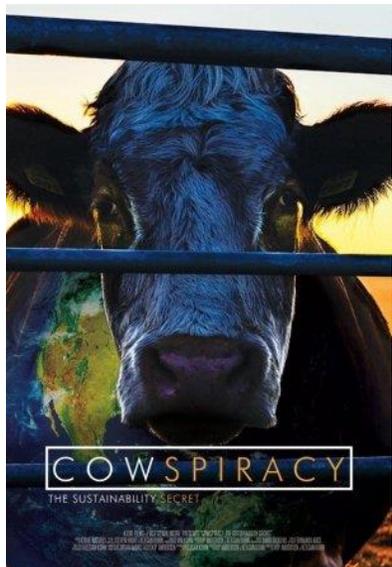
PAR QUOI COMMENCER ?



1

COMPRENDRE LES ENJEUX

Prendre le temps de lire (livres, journaux, magazines, rapports, études, etc.), de regarder des documentaires, de creuser les sujets qui vous intéressent (le dérèglement climatique, la 6^{ème} extinction de masse, le minimalisme, la nature, les inégalités sociales, la transition des territoires, le zéro déchets, etc.)



1



BONPOTE

Je m'abonne!

ACCUEIL ENVIRONNEMENT SOCIÉTÉ INTERVIEW INCLASSABLE SOUTENIR BON POTE

ENVIRONNEMENT SOCIÉTÉ INTERVIEW INCLASSABLE

Articles à la une

Empreinte carbone

C'est d'abord aux autres d'agir

Jean-Marc JANCOVICI

FR Qui suis-je?

CHANGEMENT CLIMATIQUE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE PUBLICATIONS & CO RECENSION DE LECTURES VIDÉOS

Vous avez dit méthane ?

2021-03-30

landfills fossil fuels plant decay in natural wetlands and rice paddies digestive processes in domestic animals digestive processes in termites melting permafrost

small fraction is lost to stratosphere reactions with OH⁻, Cl⁻

22 mars 2019 Les jeunes remuent : ils l'ont toujours fait, mais en général on leur explique qu'ils ont tort et qu'il faut qu'ils se calment. La c'est un peu différent...

VOYAGEONS-AUTREMENT.COM #TourismeDurable

LA FEUILLE DE CHOUX #6

Actualités T. Responsable Destinations Acteurs Thèmes Presse

Vous recherchez : Destination Pays Rechercher

Les actualités du Tourisme Durable

Troisième édition des « Têtes chercheuses d'Occitanie » : Le développement durable pour un tourisme en transition

Publié le 7 avril 2021 • Mis à jour il y a 1 heure • Déterminée à explorer le maximum de points clés pour interroger un secteur touristique en pleine mutation, l'Occitanie et ses Têtes...

Chapitre 1 : Le bilan ...

Publié le 7 avril 2021 • Mis à jour il y a 6 heures • On ne va pas s'étendre indéfiniment sur les aspects négatifs de la crise. Neuf fois sur dix, ce fut le point de vue retenu par les médias...

Introduction : « Nous y voilà, nous y sommes »

Publié le 7 avril 2021 • Mis à jour il y a 9 heures • Il y a un an exactement, dans la stupeur des premiers jours du premier confinement, nous publions sur

Mon Compte Services

LES CATALOGUES VOYAGISTE

Actus Newsletter Espace presse Emplois et stages Contact Mon compte

ATD acteurs du tourisme durable

L'association Les membres Les bonnes pratiques Actions et événements Le tourisme durable Devenir membre

ATD PUBLIE SON LIVRE BLANC "TOURISME & CHANGEMENT CLIMATIQUE"

Comprendre les impacts du tourisme sur le changement climatique et vice-versa, trouver des solutions pour atténuer son impact... ATD publie un livre blanc pour guider les professionnels du tourisme sur le chemin de la neutralité carbone.

Obtenir le livre blanc

LA RESSOURCE DU JOUR
Note de Tendace Clef Verte

LA BONNE PRATIQUE DU JOUR
Maîtriser son éclairage

DERNIÈRES ACTUS
Manifeste pour le tourisme équitable et solidaire
lundi 29 mars 2021

PROCHAÎNS ÉVÉNEMENTS
E-Conférence : promouvoir un voyage durable et solidaire en Europe
21 avril 2021 - 21 avril 2021

2

REGARDER CE QUE L'ON FAIT DÉJÀ

On ne part jamais de rien sur la question du tourisme durable car il y a des choses que l'on fait déjà naturellement à la maison (tri et réduction des déchets, baisse des factures d'eau et d'énergie, acheter en circuits courts ou des produits éco-responsables, santé-sécurité des salariés et des clients, accessibilité handicap, etc.)

Le plus simple à faire, c'est de s'auto-évaluer à partir d'un référentiel sur le tourisme durable. Chaque label / certification en possède. Vous pouvez donc rechercher le référentiel existant pour votre métier (hébergement, restauration, prestataires d'activités). Sinon, vous pouvez prendre le référentiel des Critères Mondiaux du Tourisme Durable.

Global Sustainable Tourism Council
Critères Industriels du GSTC
 VERSION 3, 21 DECEMBRE 2016

Préambule

Les critères du Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ont été créés en vue de fournir une vision commune du « tourisme durable » répandue à l'échelle mondiale, et constituent l'exigence minimale à laquelle toute entreprise touristique devrait aspirer. Ces critères sont organisés autour de quatre thèmes principaux : la planification efficace de la durabilité, la maximisation des avantages sociaux et économiques pour la communauté locale, la valorisation du patrimoine culturel et la réduction des effets négatifs sur l'environnement. Ces critères sont applicables à l'ensemble de l'industrie touristique.

Les critères du GSTC ont été élaborés et révisés dans un souci de respecter le système d'élaboration des normes de l'Alliance ISEAL, organisme compétent qui fournit des orientations relatives aux normes mondiales en vue de l'élaboration de critères de durabilité dans tous les secteurs. Les critères sont révisés tous les trois à cinq ans. La planification des révisions ainsi que les inscriptions anticipées pour les contributions publiques aux futures révisions sont disponibles à l'adresse www.gstccouncil.org. Le site Web fournit également des informations sur le processus et l'historique du développement des critères.

Les critères du GSTC ont été élaborés notamment en vue :

- De servir de fondement pour attester de la durabilité.
- De servir de lignes directrices générales aux entreprises de toutes tailles afin qu'elles puissent évoluer vers des pratiques plus durables, et d'aider les entreprises à choisir des programmes de tourisme durable qui respectent ces critères mondiaux.
- De favoriser un meilleur accès au marché des produits durables en expansion, en orientant à la fois les voyageurs et les agences de voyage afin qu'ils puissent choisir des prestataires et des programmes et des entreprises de tourisme durable fiables.
- D'aider les consommateurs à identifier des programmes et des entreprises de tourisme durable fiables.
- De servir de dénominateur commun aux organismes d'information en vue de l'identification de prestataires de tourisme durable.



Grille de critères 2021 Hôtels Auberges de Jeunesse

Valeur des critères

impératif Les critères impératifs concernent les aspects de gestion et de sensibilisation qui composent la trame fondamentale du label. Pour obtenir la labellisation, les établissements sont tenus de respecter l'ensemble des critères impératifs. Si vous ne remplissez pas l'un de ces critères, nous vous invitons à en justifier les raisons de manière précise.

conseil La Clef Verte repose sur une démarche d'amélioration continue. C'est pourquoi les établissements lauréats doivent répondre chaque année à de nouveaux critères parmi les critères conseillés. Ce pictogramme indique que le critère a évolué cette année (reformulation de la question, évolution des attentes précisées dans la notice, fusion de plusieurs critères).

	Pièce(s) Justificative(s) obligatoire(s)
Politique environnementale	
Gestion environnementale	
1 impératif L'établissement possède-t-il une autorisation d'ouverture certifiant sa conformité aux législations locales et nationales ?	<input checked="" type="checkbox"/> PJ
2 impératif L'établissement a-t-il une charte environnementale formulée par écrit et diffusée auprès des clients et des salariés ?	<input checked="" type="checkbox"/> PJ
3 impératif Votre plan d'actions listant vos objectifs d'amélioration et vos projets environnementaux pour les prochaines années est-il établi par écrit ?	
4 conseil Avez-vous parmi le personnel permanent de l'établissement une personne référente sur la gestion environnementale, qui s'engage à réaliser un suivi annuel de la politique environnementale ?	
5 impératif Tous les espaces réservés au personnel bénéficient-ils de la même démarche environnementale que le reste de l'établissement (buanderie, cuisine, vestiaire...) ?	
6 conseil Les salles de séminaires et espaces de réception bénéficient-ils de la même démarche environnementale que le reste de l'établissement ?	
Responsabilité sociale	
7 conseil Mesurez-vous l'empreinte carbone de votre établissement ?	
8 conseil Si c'est le cas, compensez-vous ces émissions par des actions ? (plantations d'arbres, financement de projets de développement environnementaux, solidaires, etc.)	
9 conseil Facilitez-vous l'accès aux personnes en situation de handicap ?	
10 conseil Privilégiez-vous les entrepreneurs et les artisans locaux lorsque vous faites appel à des prestataires extérieurs ?	
11 conseil Lorsque vous achetez du nouveau matériel bureautique ou fournitures, faites-vous don de vos anciens objets qui peuvent être réparés à des ressources et/ou organisations en charge de les récupérer ?	
12 conseil Soutenez-vous les activités locales ou des associations nationales ou internationales liées au développement durable ou à la solidarité ?	
Formation des employés et parties prenantes	
13 impératif Le responsable Environnement et son équipe ont-ils été formés sur les enjeux environnementaux ?	
14 impératif Le responsable Environnement organise-t-il avec la Direction des réunions sur les orientations environnementales de l'hôtel ?	
15 impératif L'ensemble du personnel reçoit-il une information annuelle sur la démarche de tourisme durable de votre établissement ?	
16 impératif Les employés sont-ils formés de manière à pouvoir mettre en œuvre dans leur poste respectif les engagements environnementaux de votre établissement ?	<input checked="" type="checkbox"/> PJ
17 impératif Formez-vous les employés sur les programmes économiques des machines à laver et des lave-vaisselle par l'affichage d'instructions près de ces machines ?	<input checked="" type="checkbox"/> PJ
18 impératif Les personnes en charge de l'entretien sont-elles formées à ne pas dépasser la quantité recommandée de détergent et de désinfectant indiquée sur l'emballage (dilution, etc...) ?	

contact@ecotable.fr



3

SE DONNER DES OBJECTIFS POUR ALLER PLUS LOIN

C'est comme en sport, il faut se donner des objectifs à atteindre avec un retroplanning pour y arriver.

On pourrait presque parler de formalisation de votre stratégie de développement durable (ce document deviendra votre base si vous cherchez à avoir une certification):

- Pourquoi je m'engage?
- Qu'est-ce que je priorise comme sujets / actions ?
- Quels objectifs je me fixe et à quel horizon?
- Quelles ressources je mets en place pour y arriver ?

3

SE DONNER DES OBJECTIFS POUR ALLER PLUS LOIN

L'importance de faire ça est de suivre l'évolution de ses engagements afin de vérifier l'évolution continue de ses engagements sur les différentes thématiques et critères.

Pour cela, un simple fichier excel suffit pour faire le point sur:

- Les consommations d'eau et d'énergie (sortez les factures!)
- Le tri et la réduction des déchets (pesez les poubelles)
- L'achat en circuits courts
- La satisfaction des clients (et des salariés)
- L'impact carbone des déplacements de vos clients
- Etc.

4

VALORISER VOTRE ENGAGEMENT

Les enjeux de développement durable sont de parfaits sujets pour créer de l'engouement, de la discussion et de l'échange avec vos parties prenantes (clients, salariés, partenaires, fournisseurs, etc.) que ce soit en direct, sur vos supports, sur votre site Internet, sur votre blog, sur vos réseaux sociaux.

Prenez la parole avec sincérité et transparence, ce sera bien mieux que simplement mettre un logo d'un label sans que personne ne sache réellement ce qui se cache derrière!

5

S'ENGAGER COLLECTIVEMENT

« Seul, on va plus vite. Ensemble, on va plus loin »

Sur le sujet du tourisme durable, ça fonctionne aussi très bien. Cela commence avec d'autres professionnels du tourisme engagés autour de vous, avec vos partenaires et fournisseurs, avec votre office de tourisme, avec des associations environnementales ou sociales ou des collectifs existants sur le tourisme durable (Acteurs du Tourisme Durable en fait partie).

Vous pouvez aussi lancer une dynamique collective!

6

SE FAIRE LABELLISER ET CONTINUER

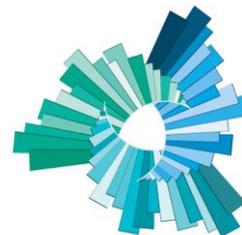
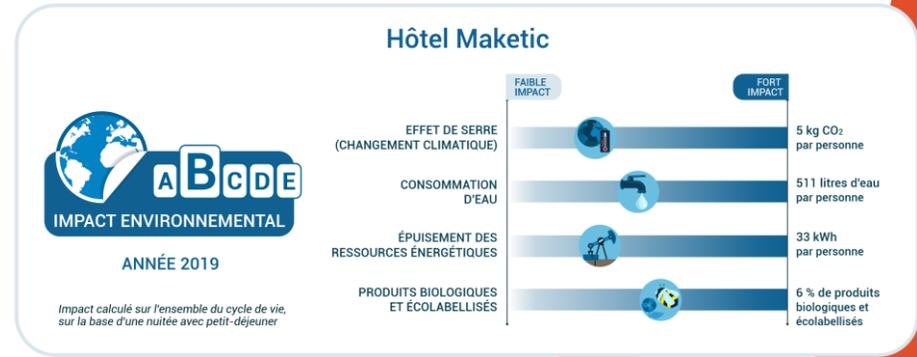
Pour vérifier vos engagements, le meilleur moyen est d'avoir un regard extérieur. En vous confrontant à un auditeur extérieur à partir d'un référentiel donné, cela vous permet d'avoir une reconnaissance sur un label ou une certification.

Ce logo ne sera pas un outil magique pour accueillir une nouvelle clientèle mais cela permettra de valider vos engagements et d'avoir plus confiance à partager votre engagement autour de vous.

Ensuite, vous pouvez essayer de cibler une clientèle particulièrement sensible à ces sujets en adaptant tout votre projet et votre offre sur de l'éco-conception...

6

SE FAIRE LABELLISER ET CONTINUER



GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX



Aux hébergeurs:

- ❑ Intéressez-vous à une clientèle de proximité et proposez leur du dépaysement / de la nature et des offres adaptées avec des partenaires
- ❑ Parlez de votre engagement en matière de développement durable – actions environnementales / sociales / solidarité locale
- ❑ Jouez collectif avec des prestataires locaux via votre office de tourisme



Un exemple: Gîte La Maison Zéro



GÎTE LA MAISON ZERO

Les vacances ZERO IMPACT et 100% PLAISIR !

A Die, dans la Drôme, entre Montagne et Provence

Jusqu'à 10 personnes (14 en se serrant !). Toute l'année !

Piscinè hors sol de juin à septembre



PITCH

LE GÎTE

LE CONCEPT

C'EST POUR QUI ?

C'EST OÙ ?

ZÉRO ENNUI

DISPO & TARIF

ILS ONT AIMÉ



Un exemple: Camping de la Fontaine du Hallate



RESERVEZ

CONTACT

OÙ DORMIR

PARTAGES

SANS AUTO

BONJOUR

TOURISME DURABLE

LES 17 ODD

ACTIVITÉS



Ecotourisme et tourisme durable



Toutes les étapes de développement et de gestion de notre camping sont réalisées selon les critères inscrits dans notre [Plan de management du développement durable](#) certifié par Green Globe (certification internationale dont nous sommes le seul camping depuis 2012), Ecolabel Européen (depuis 2010), clef verte (depuis 2009).

Membre des campings de la via natura depuis 2012, membre de [Morbihan Tourisme Responsable](#) depuis 2005, membre fondateur de Green Morbihan depuis 2018

Tout cela parce que nous pensons qu'il est plus que nécessaire de vous proposer le meilleur séjour pour vous et votre planète afin que vos enfants puissent jouir d'un bel héritage.

Retour en haut



Réservez durable !

Aux prestataires et guides:

- Valorisez vos engagements, votre histoire.
- Apportez une promesse d'expérience, de rencontres, d' "apprentissage", de plaisir, etc.
- Valorisez les autres acteurs qui se bougent en local, les commerces qui font sens, etc.
- Pensez tourisme de proximité et clientèle locale (vous avez entendu parler des microaventures?)
- Jouez collectif aussi.



Un exemple: David Berrué, Canyonning



David Berrué - Canyonning dans les Pyrénées-Orientales

Réservation 06 89 04 58 92



[En eaux chaudes !](#) [Tous les canyons ▼](#) [Séjours & stages](#) [Des questions ? ▼](#) [Réserver](#)

Engagement écologique

Règles de bon sens

Comme toutes les activités de pleine nature, la descente de canyon a un impact sur les écosystèmes traversés

Le respect et la préservation des sites implique quelques règles de bon sens :



- discrétion sonore et visuelle
- rapatriement des déchets

[Réserver](#)

Aux restaurateurs:

- ❑ Tenez le coup!
- ❑ Continuez à travailler sur les circuits courts et valorisez-les auprès des clients!
- ❑ Pensez au végétarisme avec des vraies assiettes gourmandes!
- ❑ Gardez un oeil sur les labels! Ca bouge en ce moment!



Un exemple: Véro, l'autre cantine

[Accueil](#)
[La philosophie](#)
[La carte](#)
[Nous trouver](#)

vero
L'autre Cantine

Restaurant végétarien et bio

Pendant le confinement : vente à emporter du lundi au vendredi de 10:00 à 15:30
N'hésitez pas à nous appeler avant pour passer commande au 01 43 38 02 62

Je commande sur Deliveroo

Je commande sur Uber Eats

A l'office de tourisme:

- ❑ Réfléchissez collectivement aux priorités de développement durable pour vos prestataires et accompagnez les au mieux sur ces sujets;
- ❑ Intégrez la question de la mobilité dans vos réflexions, sujets de + en + importants pour les visiteurs;
- ❑ Travaillez sur le sens à donner en interne au sein de l'office dans le management, la relation avec les visiteurs et les adhérents, etc.



Un exemple: Aix en Provence



visiteurs | groupes | organisateurs de voyage | congrès & séminaires | presse



À propos de nous

E DE TOUR S

Aux élu.e.s :

- ❑ Prenez conscience que le tourisme durable, c'est des choix politiques d'intégration du développement durable dans la stratégie touristique d'un territoire;
- ❑ Nécessité d'intégrer cette vision dans un document et un plan d'actions précis qui aura des impacts sur les projets de développement, sur les ressources disponibles pour Charentes Tourisme, pour les OT, pour les types d'accompagnement auprès des socio-professionnels.



Un exemple: Région Auvergne Rhône Alpes



Manifeste

Stratégie

Fonds de dotation

Performances

Tourisme de proximité

Faire face ensemble

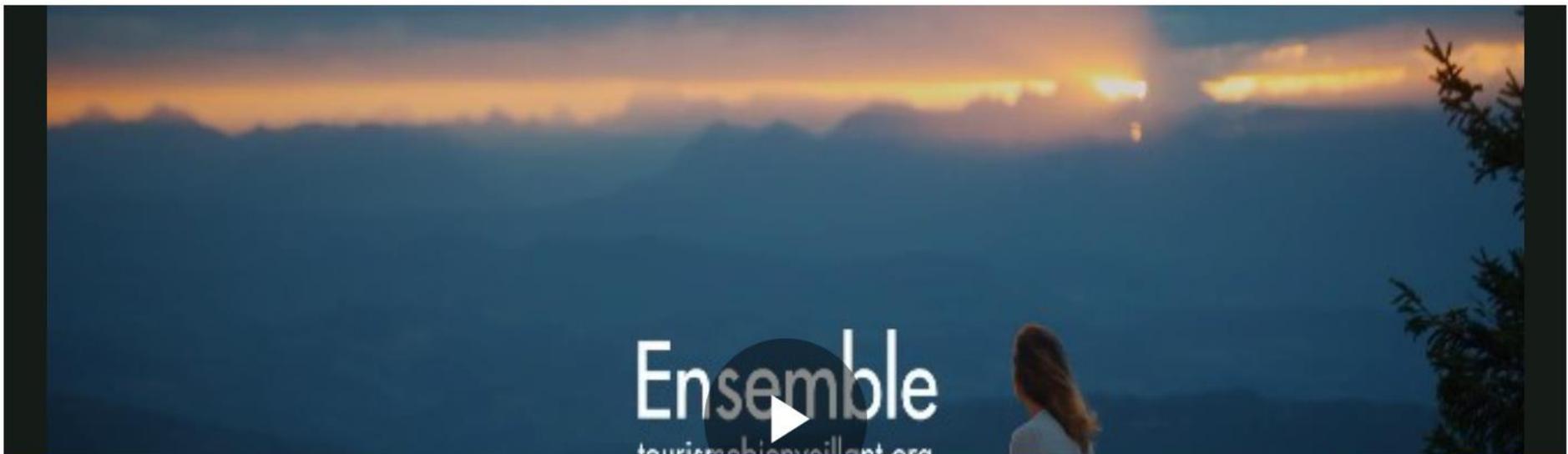
TOURISME

BIENVUEILLANT

Par



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme



Nous utilisons des cookies pour optimiser notre site web et notre service. [Lire la suite](#)

Refuser

Accepter

Aux clients :

- ❑ Impliquez les, responsabilisez les en particulier dans les espaces naturels sensibles!
- ❑ Expliquez leur les choses de manière simple et sensée. Pas de moralisation.
- ❑ Impliquez les dans les projets, dans les choix, dans le développement du tourisme dans les Charentes pour les responsabiliser et les fidéliser.



Un exemple: La Finlande



[Accueil](#)

[Sur le voyage](#)

[Sur la Finlande](#)

[Destinations](#)

[Saisons](#)

[Expériences](#)



[Mon séjour](#)



[Français](#)



[Open search](#)



**PRENEZ
L'ENGAGEMENT
FINLANDE
DURABLE**



[REGARDER LA VIDÉO](#)

CHARENTES TOURISME

Booster d'activité

Agir pour un tourisme durable

<https://charentestourisme.com/blog/agir-pour-un-tourisme-durable/>

Pourquoi amorcer une transition vers un tourisme durable ?

Tourisme durable : par où commencer ?

Fausse idées et bonnes pratiques

Démarches et accompagnement de Charentes Tourisme

Fonds Tourisme Durable



COORDONNÉES



ID-Tourism

Innovation, Prospective, Durabilité

Guillaume Cromer & Sophie Rosso

GRENOBLE / PARIS / STRASBOURG

06.99.29.47.29

guillaume@id-tourisme.fr

www.id-tourisme.fr