



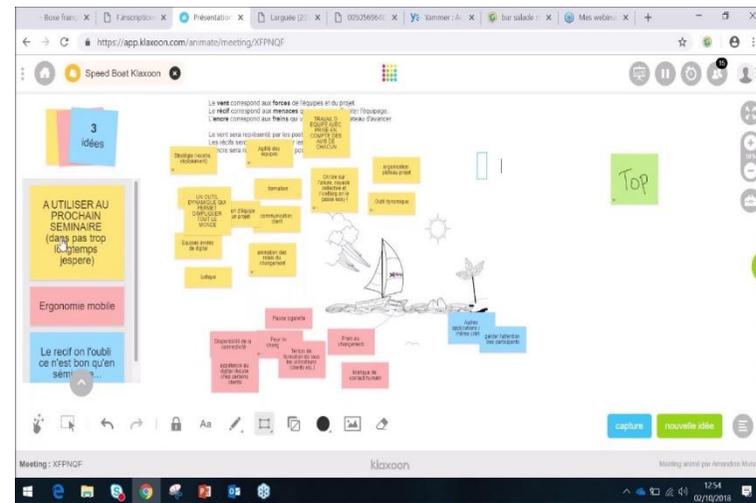
# Webinar Climat Tourisme en transition



## Un espace visioconférence



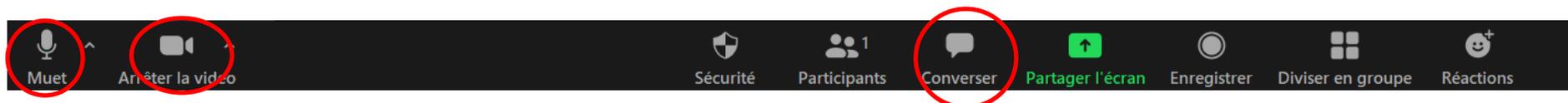
## Un espace de saisie et réponses aux questions



# Quelques consignes pour le bon déroulement de ce webinaire

ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique

- **Coupez votre micro si vous ne prenez pas la parole pour éviter les bruits parasites, puis votre vidéo pour économiser la bande passante (selon votre connexion)**
- **Levez la main avant de vous exprimer sur Zoom**
- **Au cours de l'atelier, si vous avez une question, une remarque ou un souci technique, merci d'utiliser le tchat / l'espace de dialogue sur Zoom (Converser)**
- **Vous pouvez aussi utiliser les réactions pour exprimer votre accord avec les intervenants**



# Le tourisme en transition ? Un autre système de valeurs

Nous le concevons comme un tourisme responsable qui – au-delà de limiter ses impacts négatifs sur l'environnement et le territoire visité – contribue directement à la restauration de la biodiversité, à la lutte contre les changements climatiques, à l'évolution durable des mentalités et au développement économique, social et culturel des populations hôtes.

La transition touristique doit contribuer à la création d'un **tourisme bénéfique pour les territoires** d'un point de vue **économique** (retombées locales directes et indirectes pour tous les professionnels, maintien et création d'emplois pérennes), **environnemental** (contribution à la préservation et la valorisation des patrimoines naturels et culturels, minimisation des impacts et émissions de gaz à effet de serre), **social** (respect du cadre de vie, création de liens porteurs de sens pour les visités comme pour les visiteurs, valorisation des compétences d'un territoire).

Le tourisme de demain sera aussi **bénéfique pour le touriste lui-même** : (re)connexion à l'essentiel, recherche de sens et de bien-être profond, contribution positive au bon fonctionnement d'une société, accomplissement de soi. Quelques mots, déjà bien utilisés, définissent les contours du tourisme de demain : **résilient** (solide et capable de s'adapter en maintenant de bonnes conditions), **bienveillant** (indulgent envers soi-même, les autres et l'environnement) et **bas carbone** (basé sur des alternatives générant le moins possible d'émissions de gaz à effet de serre et luttant contre les changements climatiques).

# Introduction - C'est le moment de se questionner

ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique



La période et les défis qui s'offrent à nous sont inédits, les solutions à apporter aussi !



C'est le moment de prendre du recul, de la hauteur, de réfléchir aux « signaux faibles » que nous identifions !



« Vous, les changements climatiques et Klaxoon »



**RDV sur Klaxoon**

# WEBINAR CLIMAT

## Comprendre les enjeux relatifs aux changements climatiques

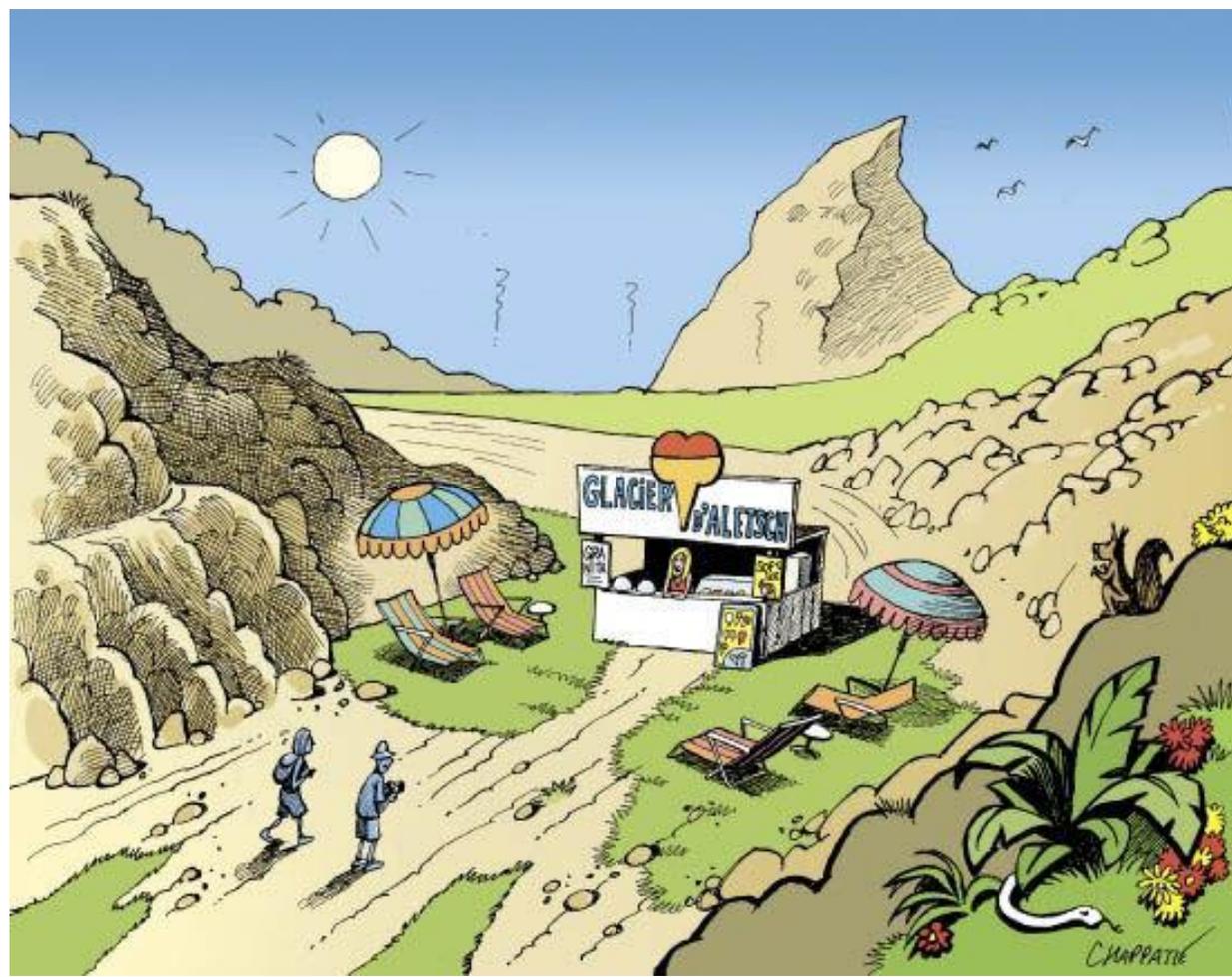


MISE EN CONTEXTE



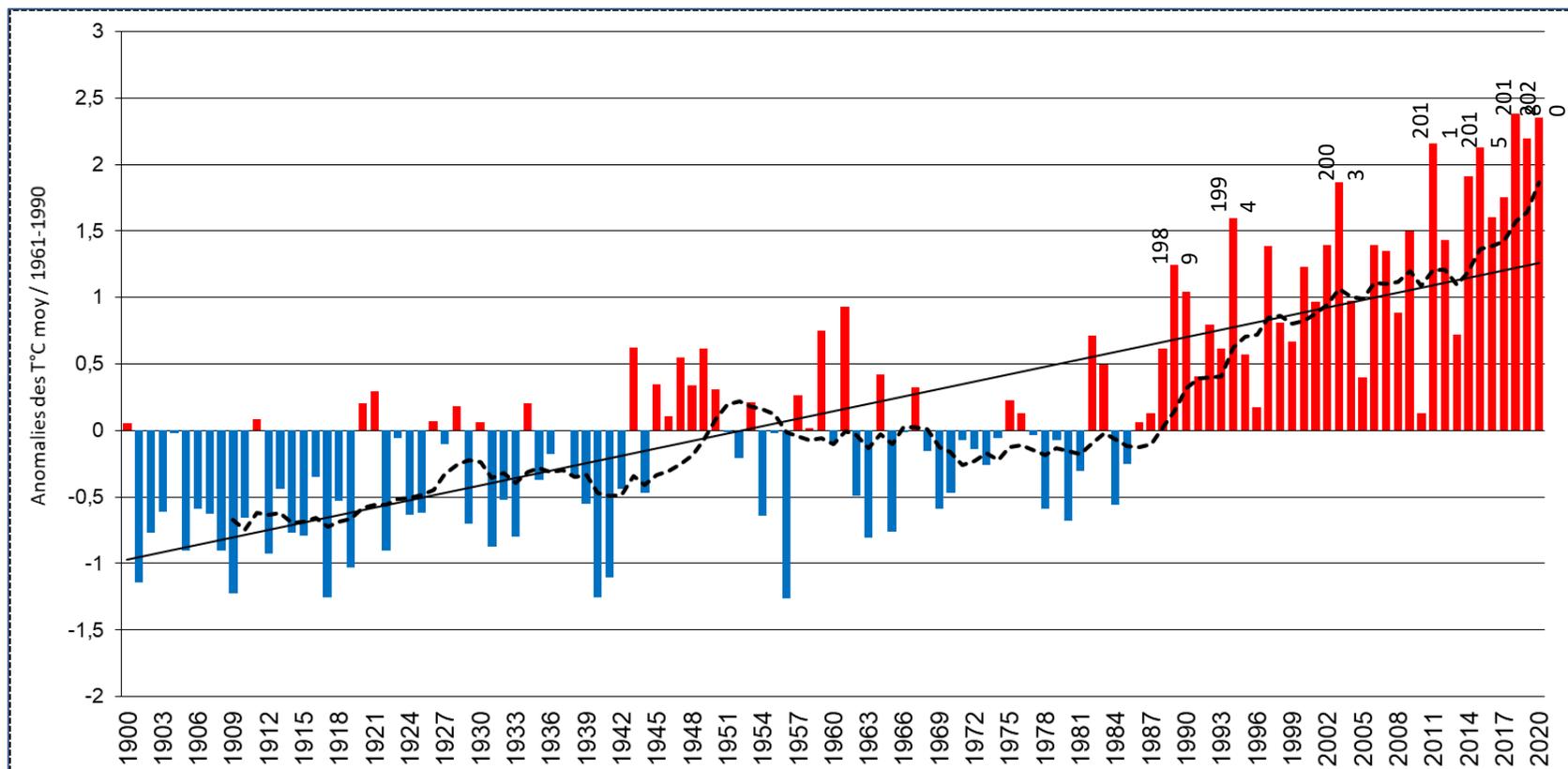
## RDV sur Klaxoon





# Le réchauffement des températures

## Températures moyennes annuelles sur les Alpes, de 1900 à 2020

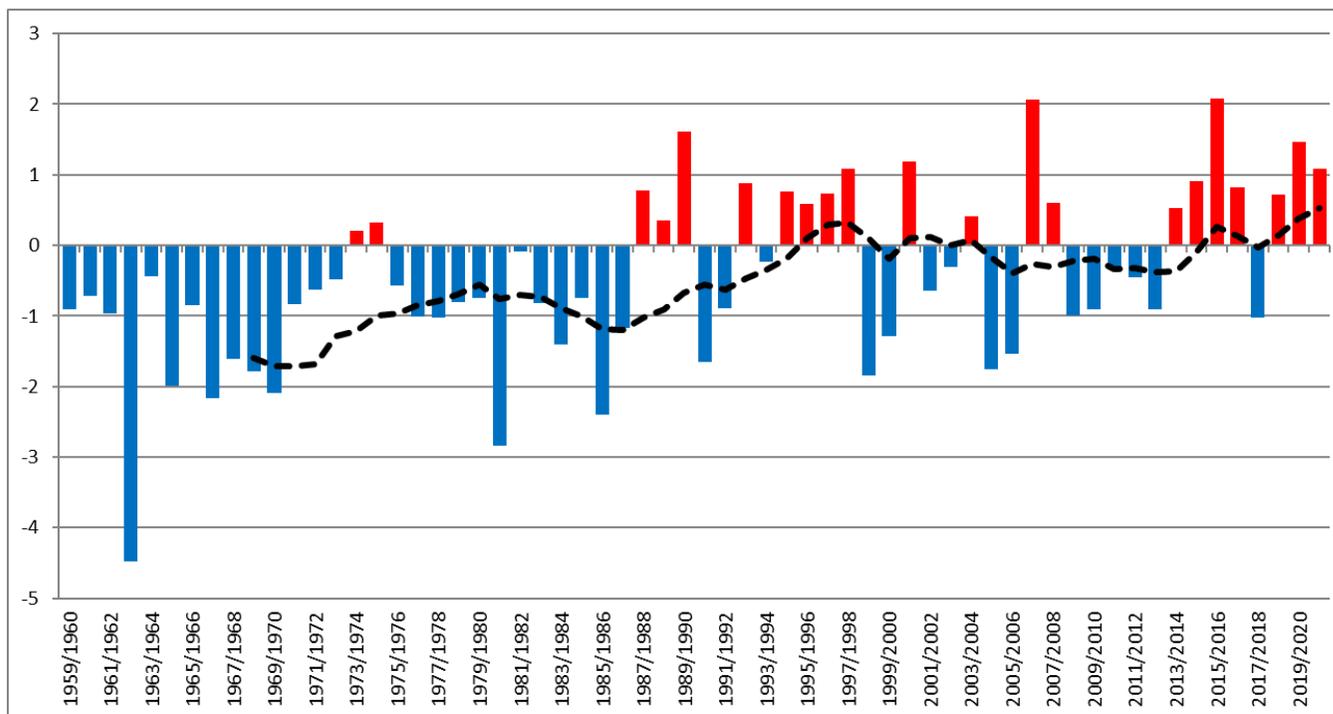


Source : Météo-France, HISTALP, AGATE



# Le réchauffement des températures

Températures moyennes annuelles dans les Alpes du nord de novembre à février (1500m)



Source : Météo-France, traitement AGATE,  
voir l'observatoire du changement climatique dans les Alpes du Nord à AGATE

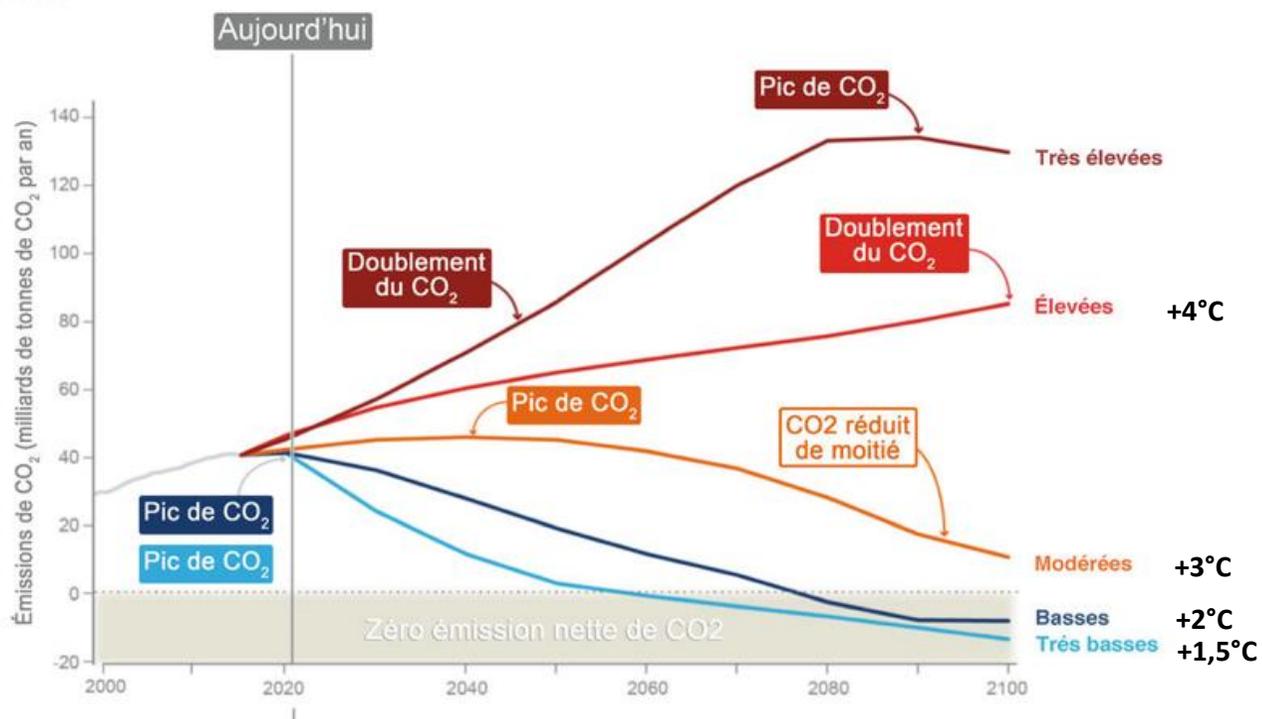


# Les projections climatiques



## Trajectoires d'émission

Les différentes évolutions sociales et économiques peuvent conduire, à la fin du siècle, à des émissions de dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>), d'autres gaz à effet de serre et de polluants atmosphériques sensiblement différentes.

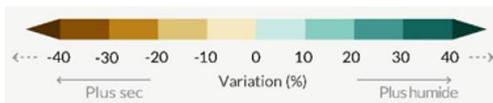
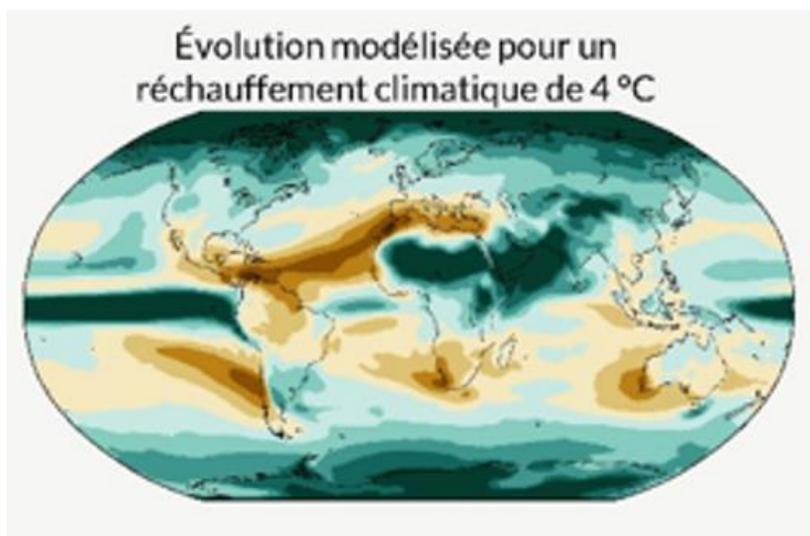


Source : GIEC, 2021

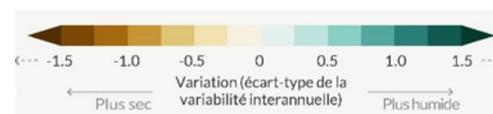
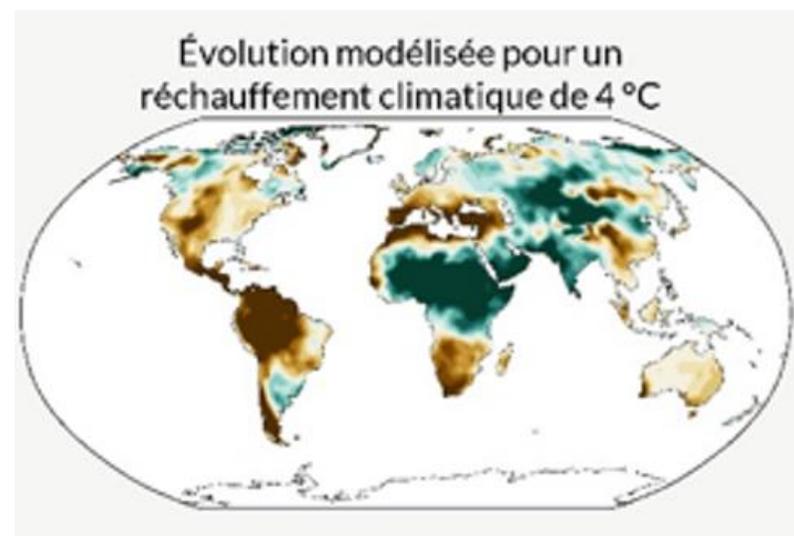


# Les projections climatiques

## Précipitations moyennes annuelles



## Humidité du sol



Source : GIEC, 2021





**RDV sur Klaxoon**



## Les chutes de neige : la « fracture altitudinale »

RÉUNION PUBLIQUE  
5 juillet à MÉRIBEL

Changement  
climatique

La haute montagne



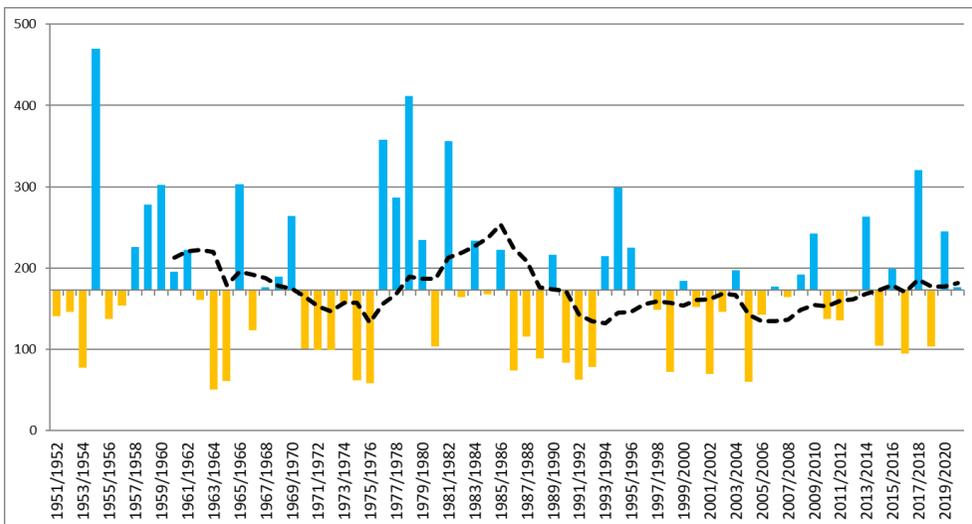
La moyenne montagne



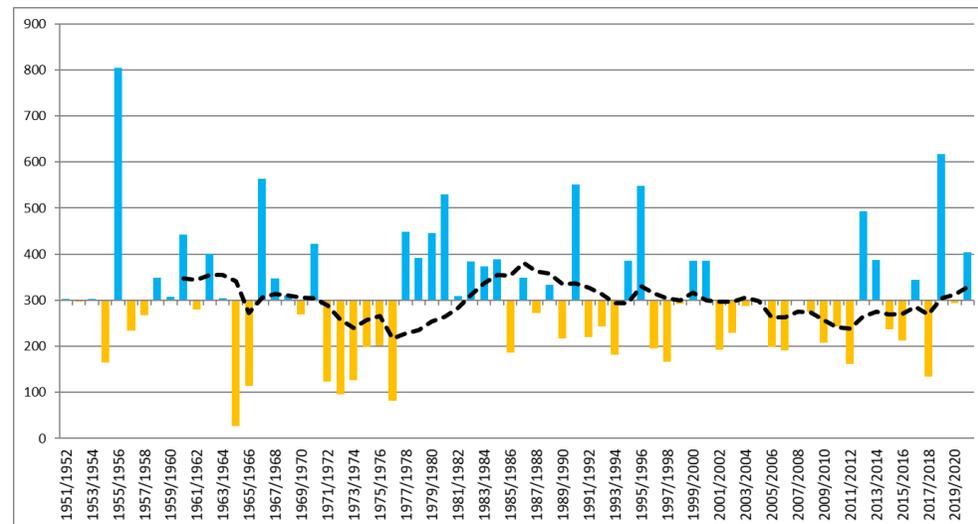
Megève en 2015



# Les précipitations hivernales (dec-fev)



Cumuls hivernaux de précipitations à Embrun entre 1951 et 2021



Cumuls hivernaux de précipitations à Bourg-Saint-Maurice entre 1951 et 2021

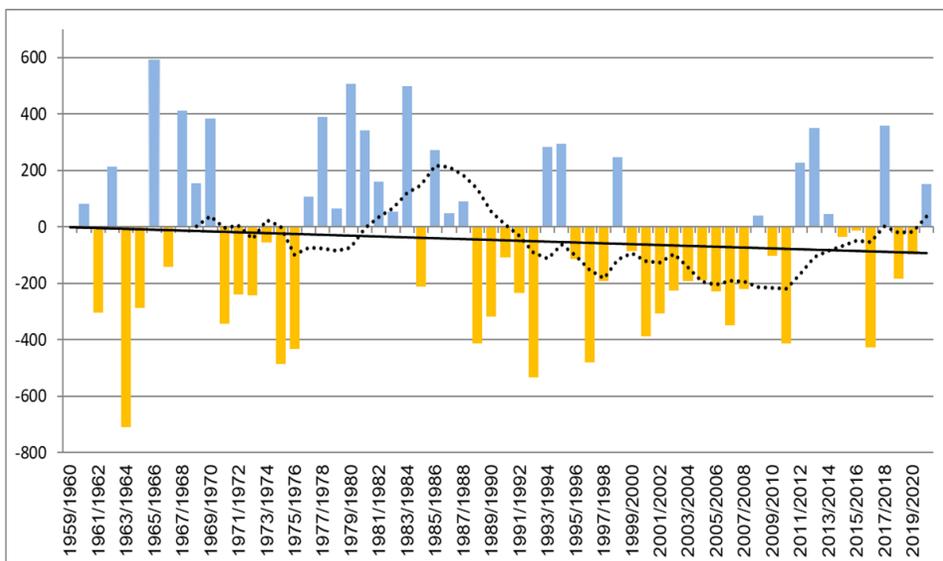
Source : Météo-France, traitement AGATE

+30% entre les deux dernières décennies



# Les cumuls de neige (vers 1500m)

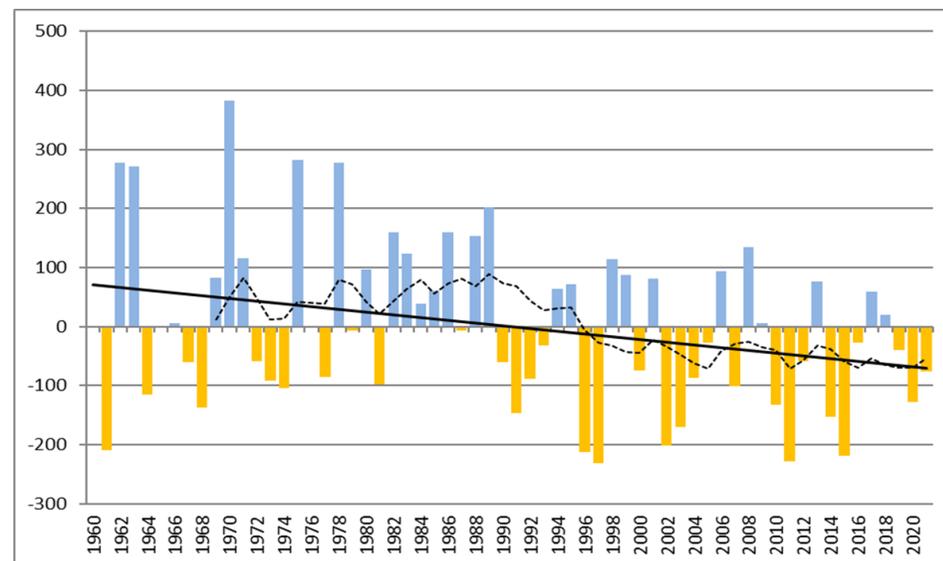
## Cumuls de neige dec-fev Alpes du Nord



Écarts des cumuls de neige en hiver (dec-fev, en cm) de 1959 à 2021 par rapport à la moyenne 1959-2021 dans les Alpes du Nord.

Source : Météo-France ; traitement AGATE.

## Cumuls de neige mars-avril Alpes du Nord



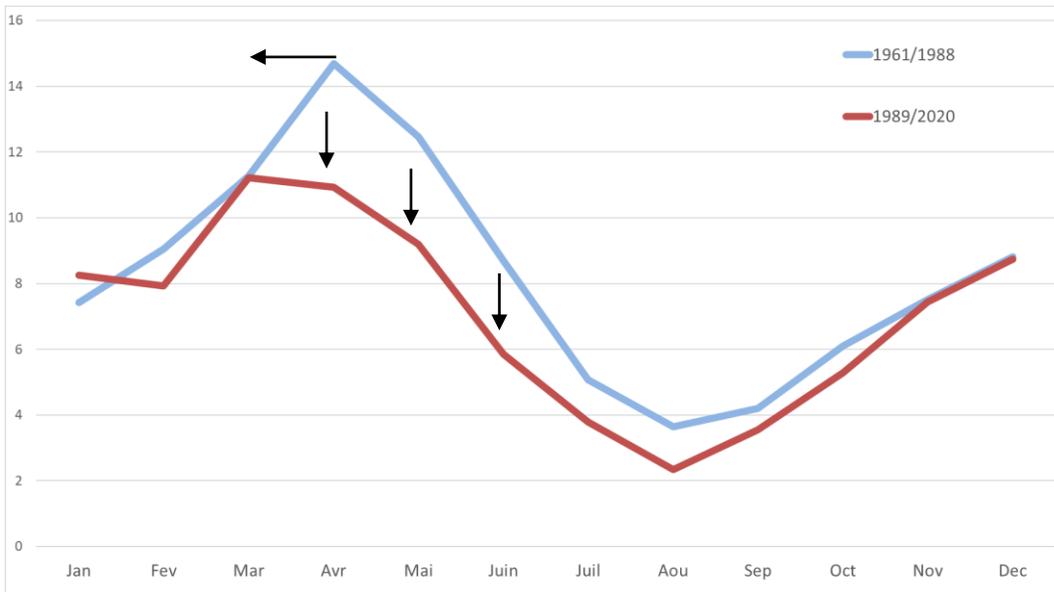
Écarts des cumuls de neige de l'arrière-saison (mars-avril, en cm) de 1959 à 2021 par rapport à la moyenne 1959-2021 dans les Alpes du Nord.

Source : Météo-France ; traitement AGATE.



# Débits des rivières : Le Chéran dans le massif des Bauges

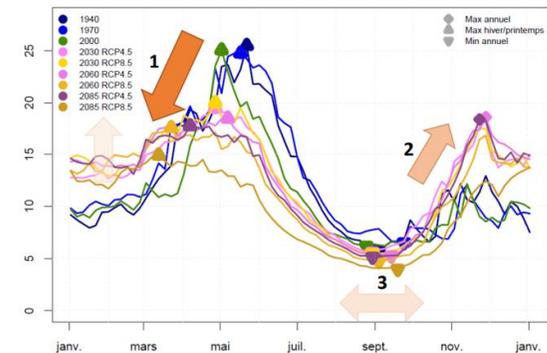
-30% en moyenne entre avril et août, -15% sur le débit moyen annuel  
La baisse automnale s'est fortement accentuée sur ces dernières années



Origine des données : DREAL / HYDRO-MEDDE/DE ; traitement AGATE – pôle Environnement

## Pourquoi ? Augmentation des températures =

- >>> avance de la phénologie des plantes +
- >>> baisse des hauteurs de neige +
- >>> augmentation de l'évapotranspiration au printemps et en été



# EN SYNTHÈSE EN PAYS DE SAVOIE

- 4x plus de vagues de chaleur entre les décennies 1980-1990 et 2010-2020
- Une réduction de l'enneigement de 25% sur les 30 dernières années vers 1500m
- Une baisse des débits printaniers de 35% des rivières préalpines
- Une variabilité météo de plus en plus forte



➔ **Impacts actuels et futurs sur nos ressources (eau, forêt, biodiversité, sols, végétation...), la santé des écosystèmes et des populations, les activités économiques (agriculture, tourisme...), le bien-être et l'attractivité du territoire**



# L'adaptation



## Que signifie s'adapter au réchauffement climatique ?

- **Se protéger des impacts** du changement climatique et/ou se saisir des opportunités (par différents moyens : innovation, construction, changement de pratiques, de politiques, diversification, etc.)
- **Limiter notre empreinte**, en cherchant à diminuer les « externalités négatives » des projets – qu'ils soient ou non conçus pour s'adapter – afin de préserver au mieux les ressources naturelles et services écosystémiques (les facteurs d'amortissement), les patrimoines, les activités, le tissu social et culturel, et les potentialités d'adaptation de demain

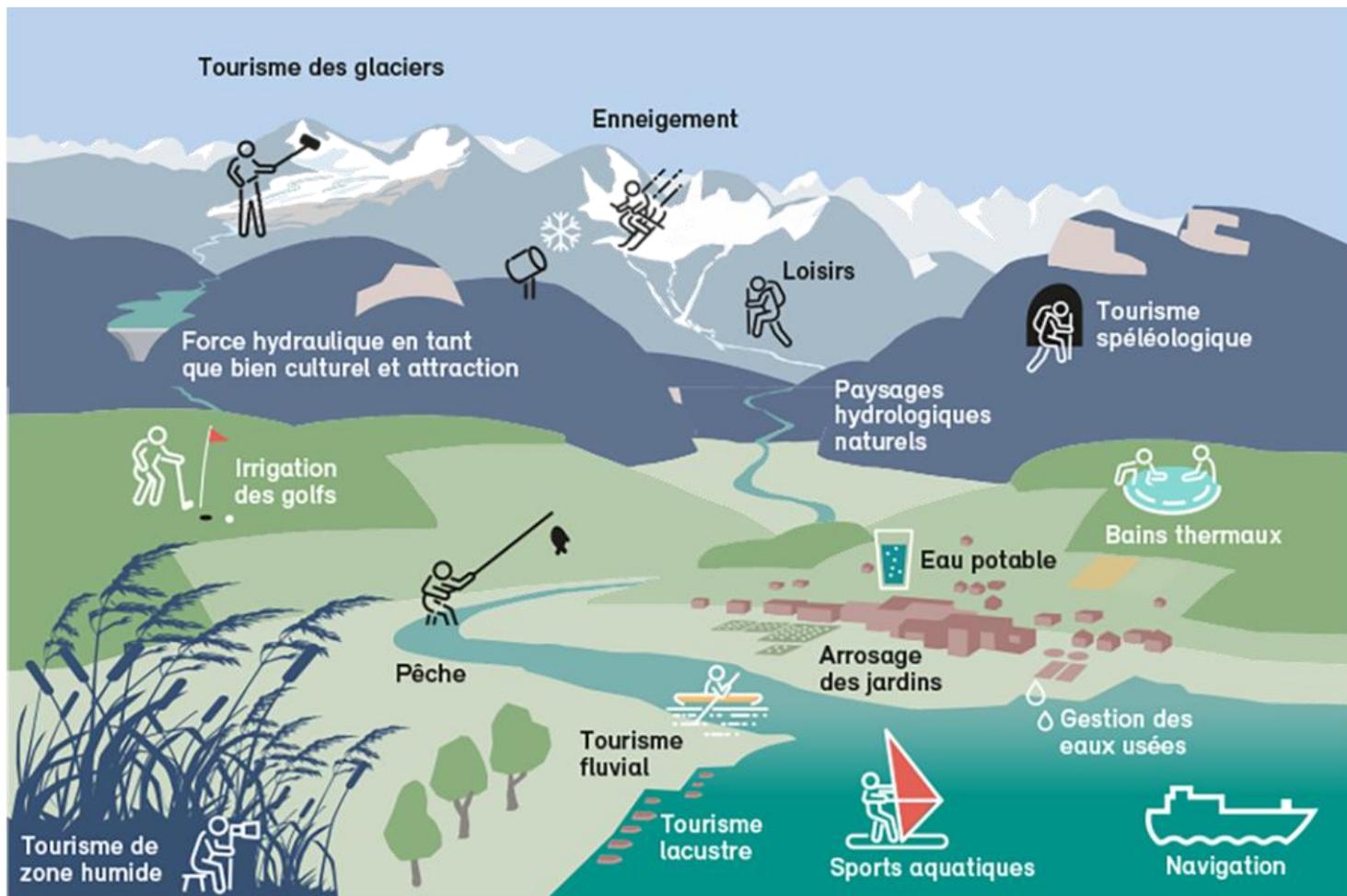
*=> Ces deux processus sont parfois nommés « résilience » ou encore « développement durable »*

- **Réduire les émissions de gaz à effet de serre** afin de limiter les impacts futurs notamment sur le tourisme

*=> « l'atténuation / transition énergétique »*



# Les usages de l'eau : exemple du tourisme



Source : National Centre for Climate Services, CH

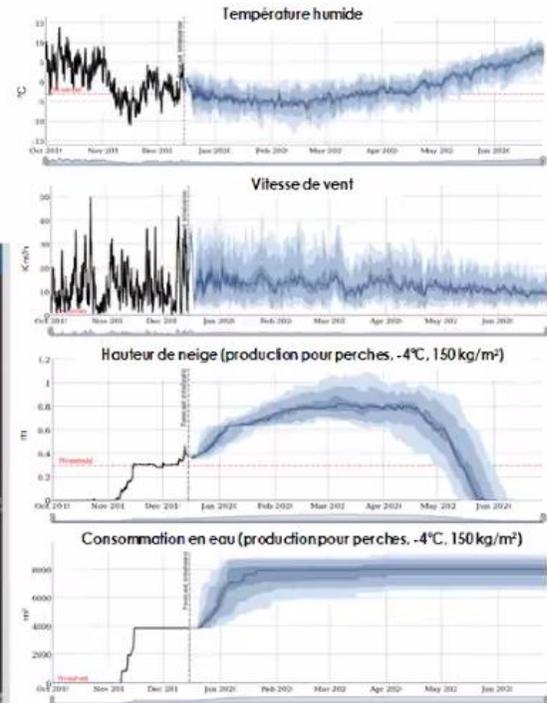
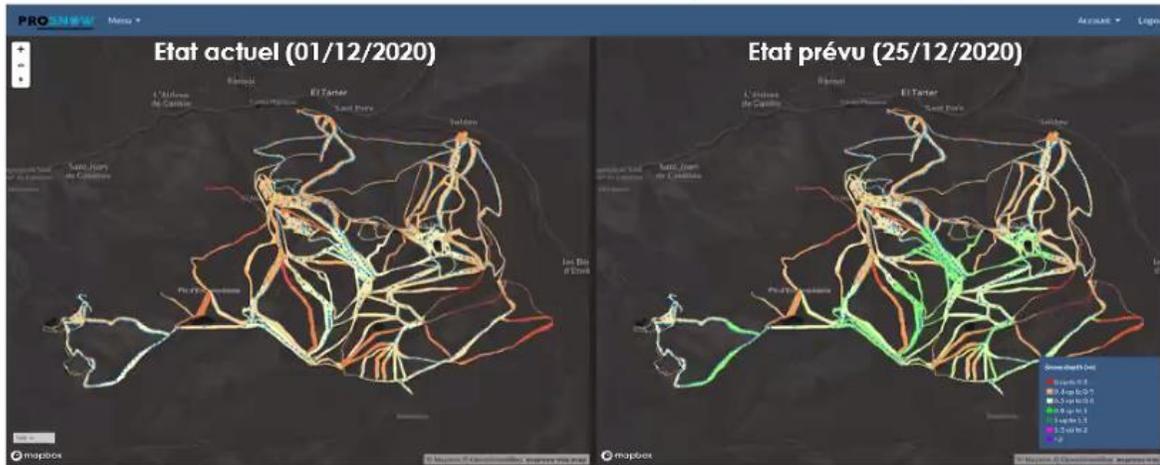


# CLIMSNOW : UNE RÉPONSE TECHNOLOGIQUE POUR OPTIMISER LA NEIGE DE CULTURE

Hiver 2020/2021:

Accompagnement à la **gestion de la neige**  
**et de la ressource en eau**

dans des stations de ski des Alpes et des Pyrénées



Météo-France, INRAE



# LES GLACIERS FONDENT, MAIS ILS LAISSENT DES LACS.



# LA SUR-FRÉQUENTATION DES LIEUX DE « REFUGE »



## Opportunité ou menace ?



RDV sur Klaxoon



merci pour  
votre attention

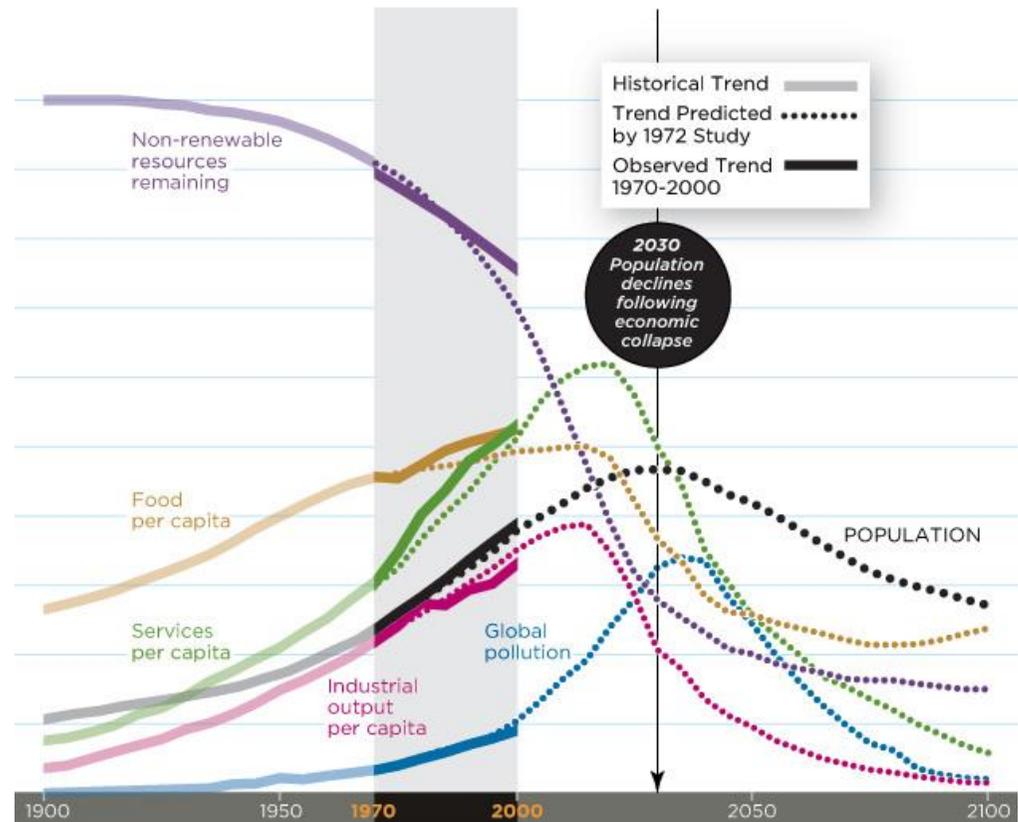
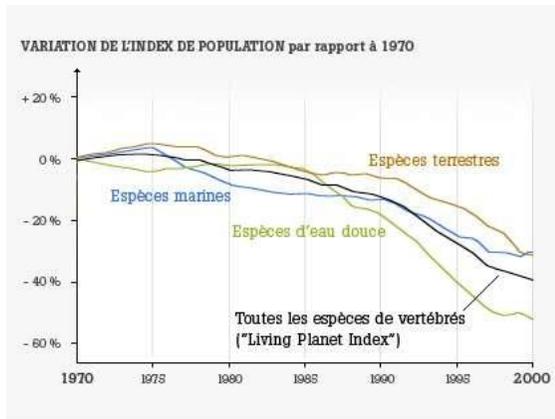
---

# WEBINAR CLIMAT

OUTILS PRATIQUES ET EXEMPLES INSPIRANTS  
VERS UNE PRISE EN COMPTE DES ENJEUX CLIMAT  
DANS LE TOURISME EN MONTAGNE

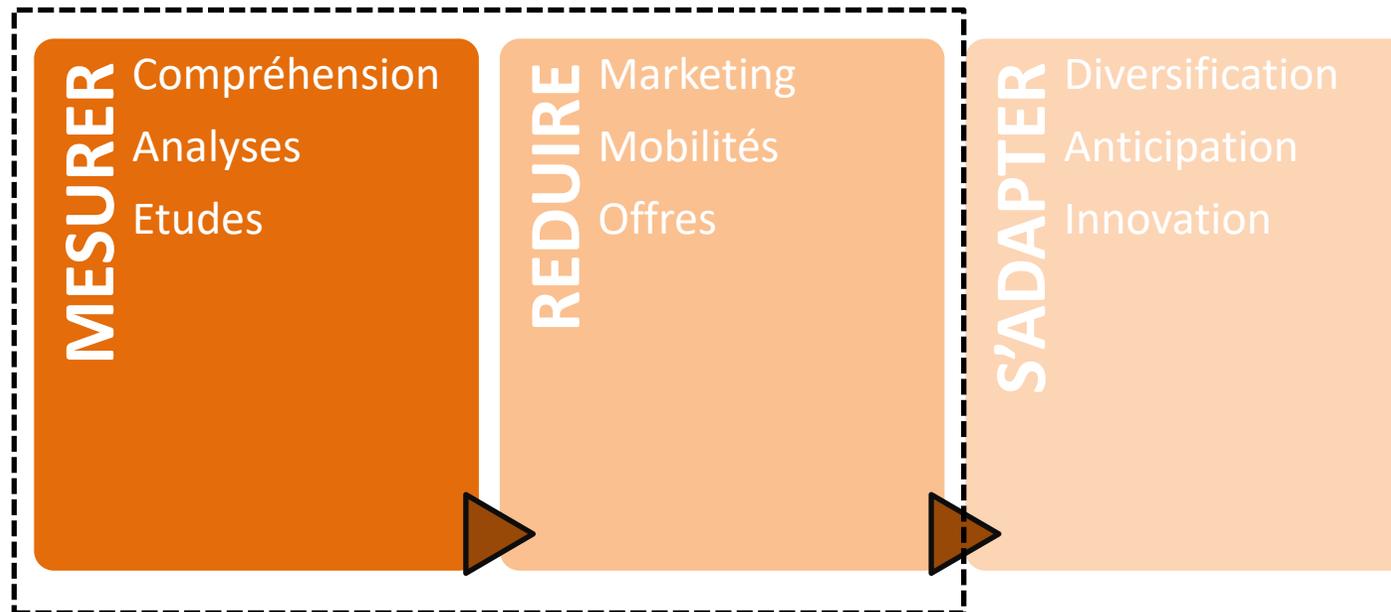
## LES SOLUTIONS

Les changements climatiques : un phénomène qui entre en interaction avec de nombreux autres bouleversements



Les changements climatiques : un enjeu incontournable d'une stratégie touristique de long terme

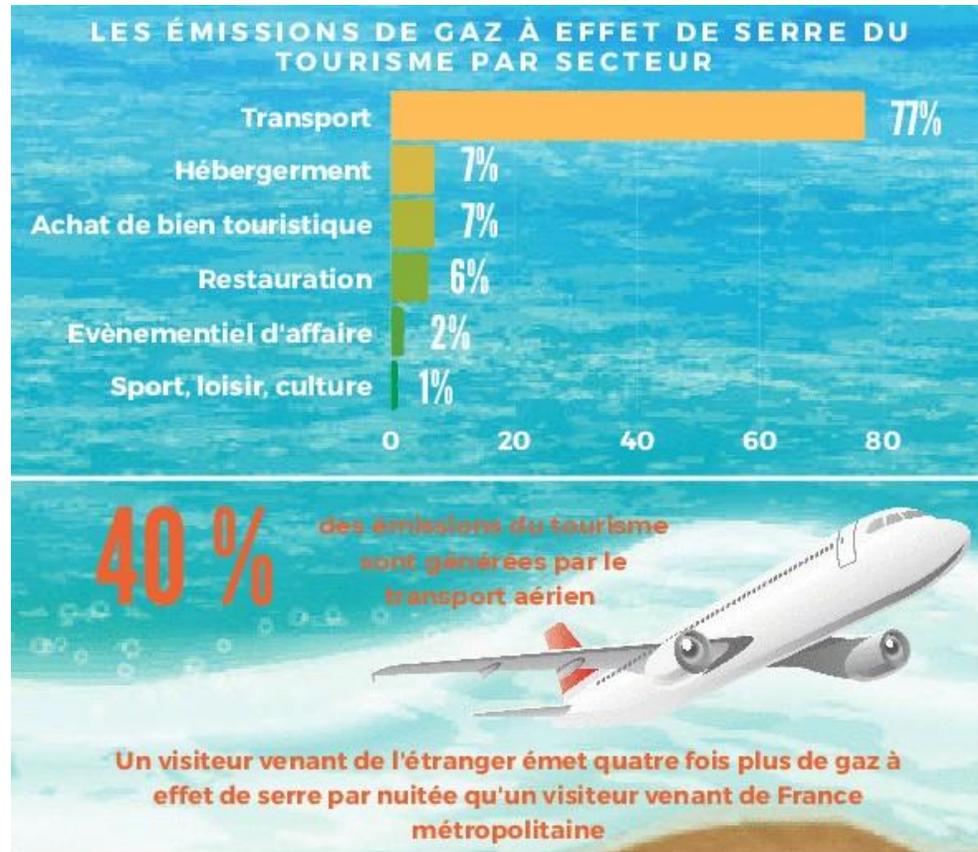
Au-delà d'un engagement moral et éthique, adopter une stratégie climat dans une destination touristique est devenue un enjeu majeur de maintien de compétitivité, d'attractivité et de performance économique



## 1- MESURER : le bilan carbone



## 1- MESURER : le bilan carbone



## 1- MESURER : le bilan carbone

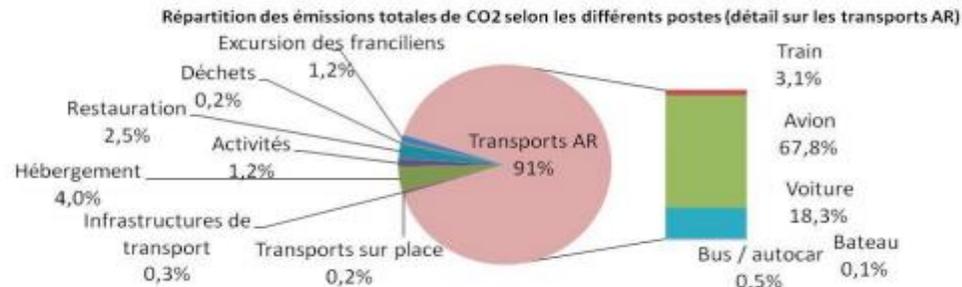
### PREMIER BILAN CARBONE © DE LA PREMIÈRE DESTINATION TOURISTIQUE MONDIALE



Forêt de Fontainebleau, Centre d'écotourisme à Franchard  
David Blondin / CRT Pidf

Avec 32,7 millions d'arrivées hôtelières en 2013, Paris Ile-de-France consolide sa place de première destination touristique mondiale et affirme un succès économique qui risque d'être fragilisé par la hausse des coûts énergétiques et le changement climatique dans les 30 prochaines années.

La croissance des flux de visiteurs à Paris Ile-de-France impose des évolutions de comportements et des progrès technologiques afin d'assurer la pérennité de l'activité touristique.



Bilan : 17,5 millions tecCO2/an d'émissions totales de GES soit 3,6 millions de tours de la terre en voiture.



## 1- MESURER : les autres outils carbone

### Développement d'un outil carbone pour comparer l'impact de différents types de séjours sur le territoire d'Arras Pays d'Artois

Dans le cadre du projet Expérience, Pas-de-Calais Tourisme et Arras Pays d'Artois portent différents projets autour de l'éco-mobilité touristique et de l'hospitalité solidaire en pays d'Artois (définition d'un schéma de mobilité éco-touristique, l'élaboration d'un outil de mesure de l'empreinte carbone et création d'un réseau des acteurs solidaires). Atemia est en charge de construire un outil d'évaluation et de comparaison de l'empreinte carbone de différents séjours.



 Pas-de-Calais Tourisme  
 Montant de l'étude : 8 100 € HT

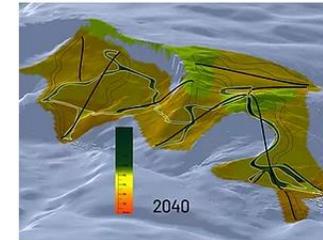
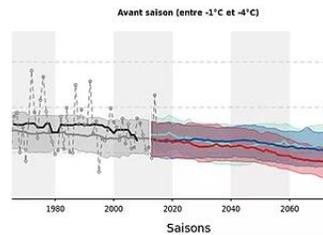
#### Contenu de la mission

- Animation de réunions techniques co-construire la structure de l'outil
- Formalisation du périmètre, des données techniques à collecter et de la méthode de calculs
- Élaboration de la base de données « carbone » spécifique au territoire

<https://atemia.org/references/outil-carbone-pour-comparer-impact-types-de-sejours-sur-le-territoire-arras-pays-artois/>



## 1- MESURER : des outils prospectifs



### Des projections des conditions nivométriques à l'horizon 2100 :

- Sur chaque secteur des pistes
- Avec prise en compte du damage et de la production de neige de culture
- En fonction du scénario d'émission de gaz à effet de serre

### Une étude adaptée à chaque domaine skiable :

- Identification des enjeux avec les exploitants
- Utilisation de données locales pour adapter et améliorer la représentation spatiale du domaine
- Analyse et interprétation des résultats

### Un instrument incontournable pour guider les stations dans leurs choix d'investissement :

- Définition de nouvelles stratégies d'adaptation touristique et de diversification basées sur les projections nivométriques
- Identification des choix d'investissement pertinents pour chaque secteur du domaine skiable
- Détermination de la rentabilité de nouveaux investissements (remontées mécaniques, réseau de neige de culture, etc.)

CLIMSNOW a déjà été appliqué à plus de 100 stations françaises, dans les Alpes, dans le Jura et dans les Pyrénées

23

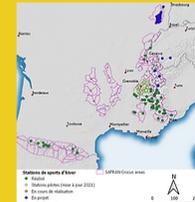
Stations pilotes  
Département de l'Isère

101

Etudes réalisées

9

Etudes en cours



## 1- MESURER : des études sectorielles



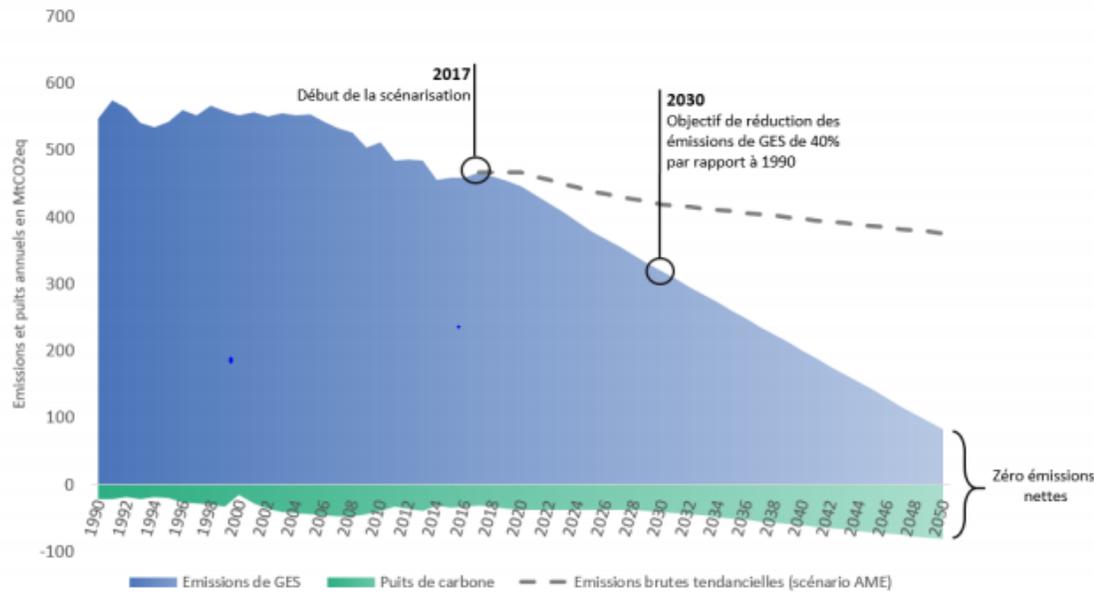
||  
**La capacité  
d'adaptation de  
la montagne est  
intrinsèque à sa  
diversité des paysages  
et des environnements.**  
||

**LA MONTAGNE DÉTIEN  
LES CLÉS DE LA RÉSILIENCE**



## 2- REDUIRE : définir ses objectifs concrets et mesurables

Figure 1 - Evolution des émissions et des puits de GES sur le territoire national entre 2005 et 2050



\*Les émissions « tendancielles » sont calculées à l'aide d'un scénario dit « Avec Mesures Existantes » qui prend en compte les politiques déjà mises en places ou actées en 2017.



## 2- REDUIRE : définir ses objectifs concrets et mesurables



## 2- REDUIRE : le marketing

Positionner  
sa  
destination  
et s'engager

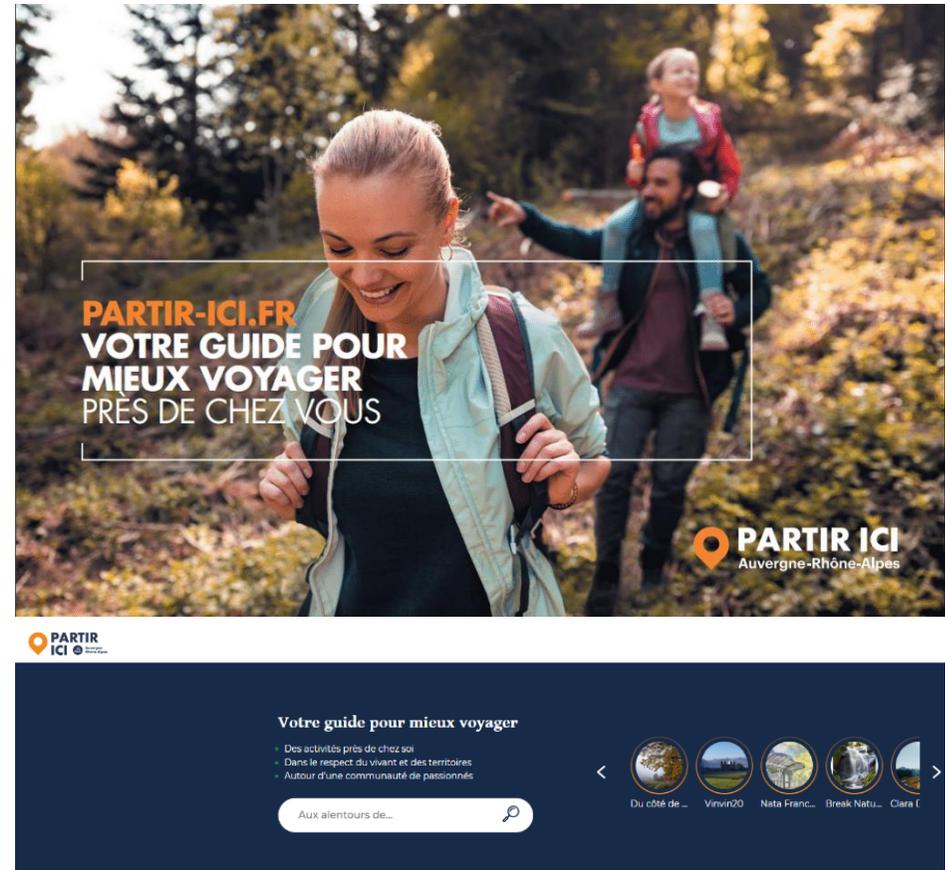


<https://www.visiticeland.com/>



## 2- REDUIRE : le marketing

# Miser sur la proximité



<https://www.partir-ici.fr/fr>



## 2- REDUIRE : le marketing

# Adopter une stratégie marketing bas carbone

- Le marketing vert “*passif*” : La destination s’engage à suivre uniquement les lois imposées concernant les règles écologiques.
- Le marketing vert “*sélectif*” : La destination prend elle-même des mesures écologiques en fonction de ce qui est pratiqué par la concurrence.
- Le marketing vert “*interne*” : La destination insuffle un élan écologique sur son territoire en proposant des mesures écologiques sur le développement et la promotion du tourisme.
- Le marketing vert “*innovant*” : La destination prend les devants et innove pour établir des nouveaux standards de tourisme durable.



## 2- REDUIRE : la mobilité



Renvoi vers le  
webinaire  
« mobilités »  
organisé par OT73SMB  
le 26 mars 2021



## 2- REDUIRE : les offres

Décarboner  
les activités  
touristiques  
impactantes  
de la  
destination



## 2- REDUIRE : les offres

**Organiser  
des activités  
et services  
touristiques  
bas carbone**



## 2- REDUIRE : les offres

# Envisager la compensation carbone dans une logique innovante

85% des projets de compensation ont une faible probabilité d'atteindre les objectifs fixés.

source *Oko-Institut*

Un remède « pire que le mal » ?  
Greenwashing vs. Actions structurelles.



**Temporalité** : les actions de compensation réalisées aujourd'hui prendront souvent leurs effets à moyen terme (Exemple : plantation arbres).

**Incertitude** : les actions auront-elles les effets escomptés ?  
Les arbres seront-ils toujours là dans 20 ans ?

**Sous-estimation des compensations** : minimisation du prix de la tonne carbone.





## En conclusion

Le climat : un enjeu majeur et incontournable pour une destination touristique

S'intéresser au problème constitue une partie de la solution : de l'importance de mesurer et d'analyser ses enjeux

Bâtir une stratégie climat/tourisme pour sa destination en se fixant des objectifs clairs

Fonder sa stratégie et ses outils marketing sur une stratégie « climato compatible »

Œuvrer à une mobilité décarbonnée vers et au sein de destination

Décarboner les activités et offre touristiques trop impactantes

Miser sur des offres bas carbone et les développer

Engager une mutation vers un modèle touristique et économique plus diversifié et résilient





## Merci pour votre participation

Tél. : 04 79 65 24 07

[contact@atemia.org](mailto:contact@atemia.org)

[www.atemia.org](http://www.atemia.org)

