

Engager ses parties prenantes dans  
une démarche écoresponsable



*Ensemble, vers un tourisme responsable et durable*



# Qui sommes-nous?

## DIRECTEUR D'ETUDES

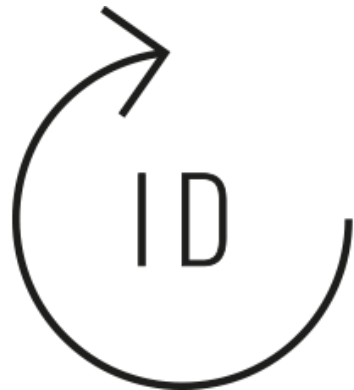
**Guillaume CROMER**  
Directeur ID-Tourisme  
Expert Stratégique et politique  
touristique – Positionnement  
marketing

## CONSULTANT SENIOR

**Florian BILLAUD**  
Consultant en stratégie  
Outdoor et tourisme  
Expert stratégie / marketing /  
plan d'actions / co-construction

## STAGIAIRE

**Emilie COLARD**  
Master Marketing des  
destinations  
IAE Chambéry



ID T O U R I S M E

# Qui sommes-nous?



ID-Tourisme, bureau d'ingénierie touristique à impact(s) positif(s) :

- Marketing et prospective du tourisme
- Tourisme Durable & Démarche RSE

## Domaines d'intervention :

- schémas de développement touristique
- études d'opportunités
- Accompagnement aux démarches RSE pour les organisations
- Formations pour TRAJECTOIRES TOURISME
- Conférences

# Sommaire de la journée

Introduction : les tendances du tourisme, vers plus de durabilité?

Comment développer les éco-gestes en interne dans votre office du tourisme?

Comment sensibiliser votre clientèle?

Comment sensibiliser les acteurs de mon territoire à l'importance du développement durable?

Conclusion/échanges avec les participants



# Prise en compte des enjeux du Développement Durable dans le tourisme : où en sommes-nous?



# Introduction

- Intention de départ des français G2A Littoral
- Etude GreenFlex 2021 Consommation Locale
- Baromètre Vélo&Territoires sur l'utilisation du vélo
- Evolution Référentiel Qualité Tourisme OT
- Evolution classement Hébergement Touristique
- Principaux financements de la transition vers un tourisme durable



# Intro/Etude G2A intention de départ sur le littoral



## Intention de départ des Français

#G2ALITTORAL2022



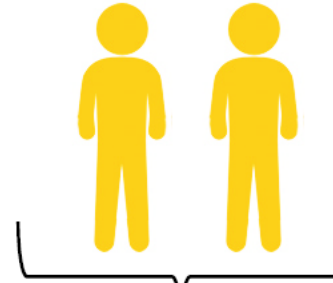
Actuellement pensez-vous partir en vacances cet été entre juin et septembre 2022 ?



**6 français sur 10  
envisagent de partir**

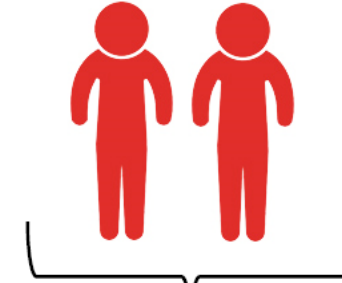
*3,5 français sur 10  
envisagent de partir*

Enquête 2021



**2 français sur 10  
sont incertains**

*4 français sur 10 sont  
incertains*



**2 français sur 10  
ne partiront pas**

*2,5 français sur 10 ne  
partiront pas*

Au 15/03/2022, 63% des français envisagent de partir en vacances cet été 2022 !  
Une **envie de départ en vacances cet été très soutenue** de la part des français qui se concrétise au fur et à mesure des semaines, mais une **petite réserve reste encore à convaincre**.

# Intro/Etude G2A intention de départ sur le littoral

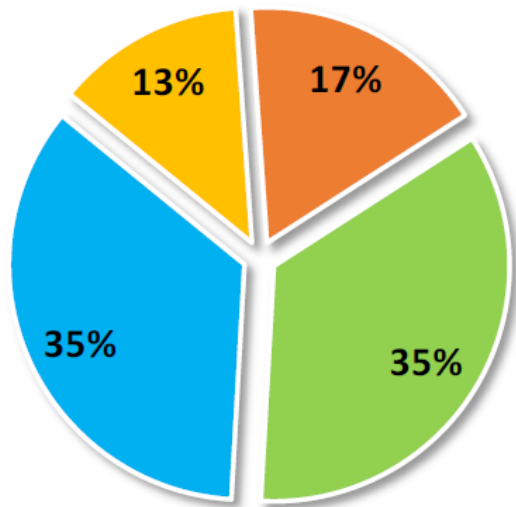


## Les partants (6 Français sur 10)

#G2ALITTORAL2022



Quand comptez-vous partir ?

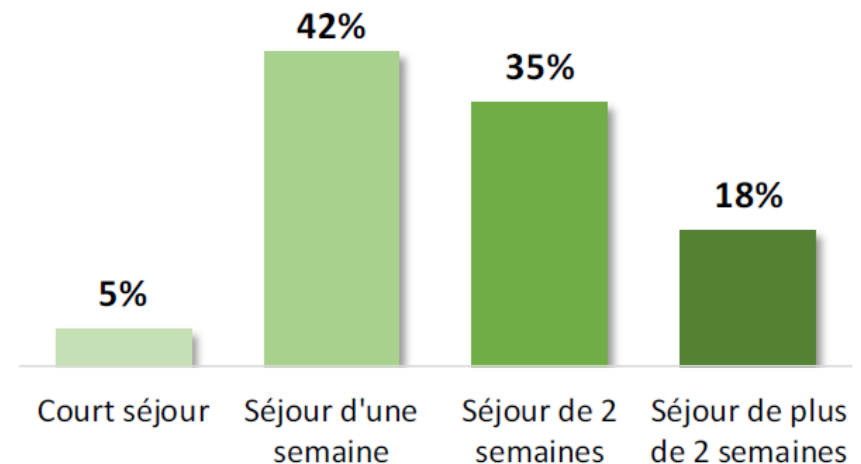


■ Juin ■ Juillet ■ Août ■ Septembre

70% des partants envisagent de partir pendant la **très haute saison** : juillet et août, même si certains se démarquent par un taux de départ plus soutenu qu'habituellement sur les **ails de saison**.



Quelle durée de séjour ?



Enquête 2021

10% de court séjour

33% de séjour semaine

35% de séjour de 2 semaines

20% de séjour de plus de 2 semaines

Les réservations des Français portent sur un **modèle classique semaine**, avec une part importante aussi des séjours de 2 semaines !  
La part des courts séjours est en baisse.

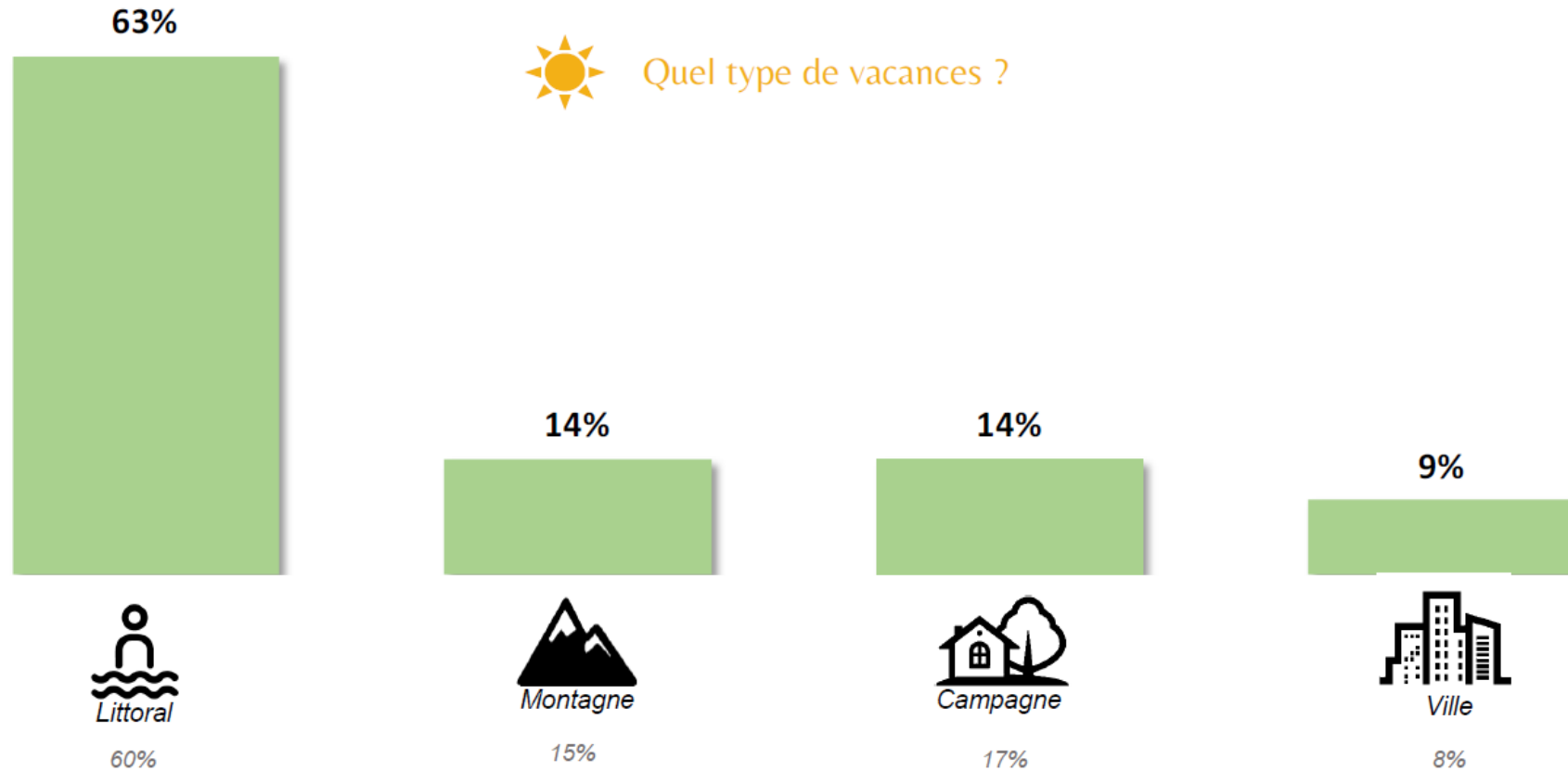


# Intro/Etude G2A intention de départ sur le littoral

 **Les partants** (6 Français sur 10)

#G2ALITTORAL2022 

 Quel type de vacances ?



Enquête 2021

Les **vacances balnéaires** constituent pour les Français le **modèle prédominant** de séjour avec néanmoins une part de **tourisme 'vert' toujours élevée.**

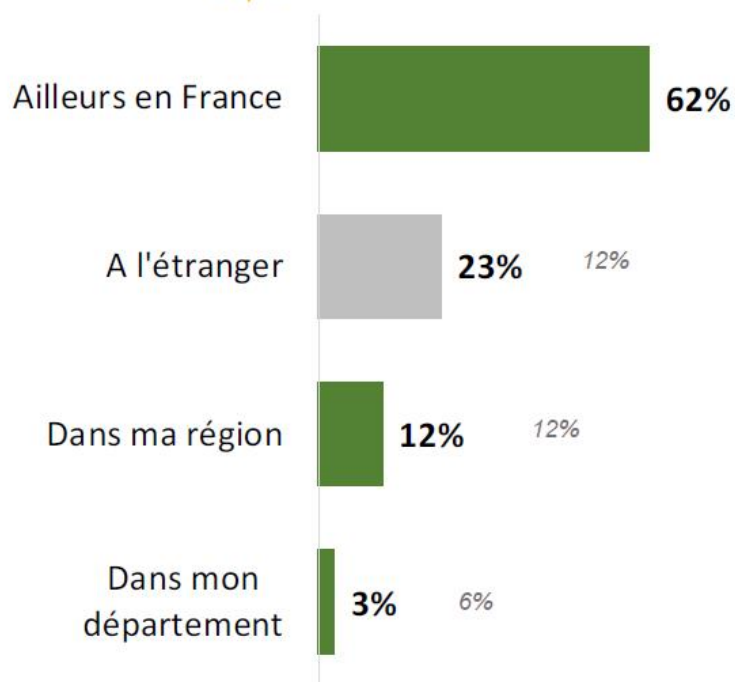
# Intro/Etude G2A intention de départ sur le littoral



## Les partants (6 Français sur 10)



Quelle destination ?

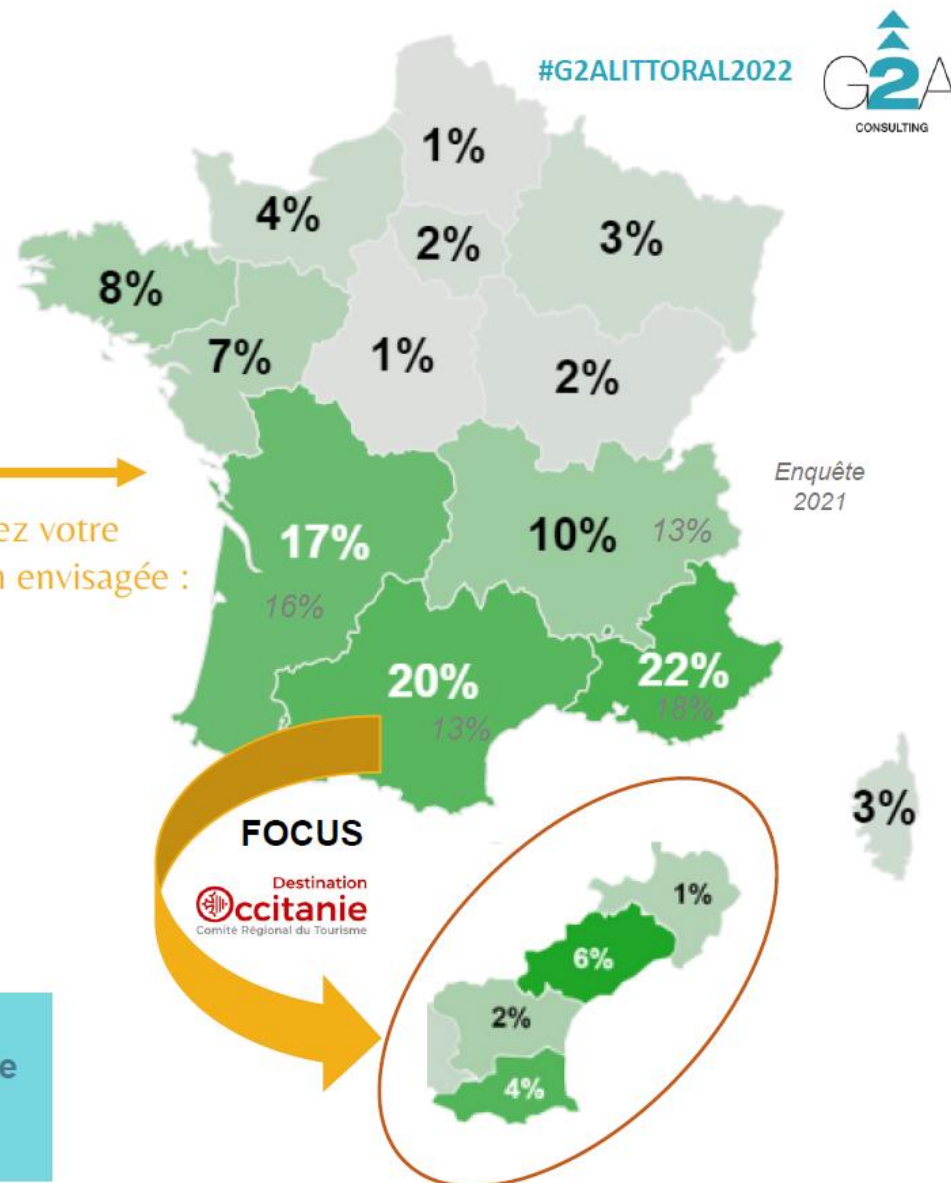


Enquête 2021

70%



Précisez votre destination envisagée :



85% des Français envisagent de partir en dehors de leur région d'origine. Les régions **PACA et Occitanie concentrent la majorité de ces destinations** envisagées. Un regain d'intention de séjours à l'étranger. La part du tourisme de proximité est en légère baisse.

# Intro/Signaux Faibles

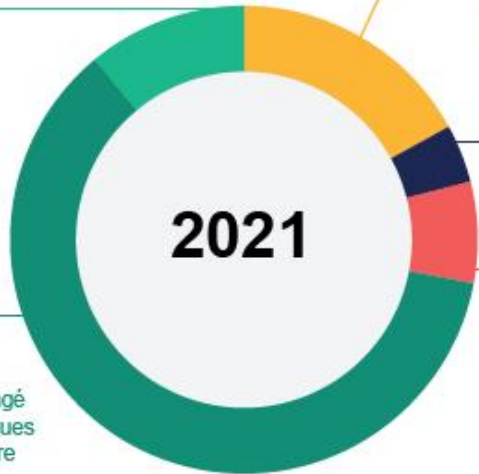


## Le consommer mieux se poursuit

Les français modifient leurs habitudes, 72% se mobilisent en faveur de la consommation responsable

**11%**  
Engagé(e) : Je fais tout mon possible pour réduire l'impact de ma consommation et sensibiliser les autres

**61%**  
Concerné(e) : J'ai changé certaines de mes pratiques au quotidien pour réduire l'impact de ma consommation



**17%**  
Indifférent(e) : Je n'ai pas spécialement changé mes habitudes de consommation

**4%**  
Je ne sais pas

**7%**  
Agacé(e) : Je n'ai pas envie de changer ma façon de consommer



Comment décririez-vous votre état d'esprit actuel par rapport à la consommation responsable ?

1 réponse



Les produits durables ont fait leur preuve en matière d'efficacité



« J'achète des produits durables car je trouve qu'ils sont de meilleure qualité »

Tout à fait d'accord ou plutôt d'accord

GreenFlex

La quête du « consommer moins », une tendance qui s'ancre chez les français

BAROMÈTRE 2021 DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Mai 2021

CONSUMER MOINS & MIEUX

Analyse réalisée par GreenFlex

Avec le soutien de

Enquête menée par YouGov

# Intro/Signaux Faibles

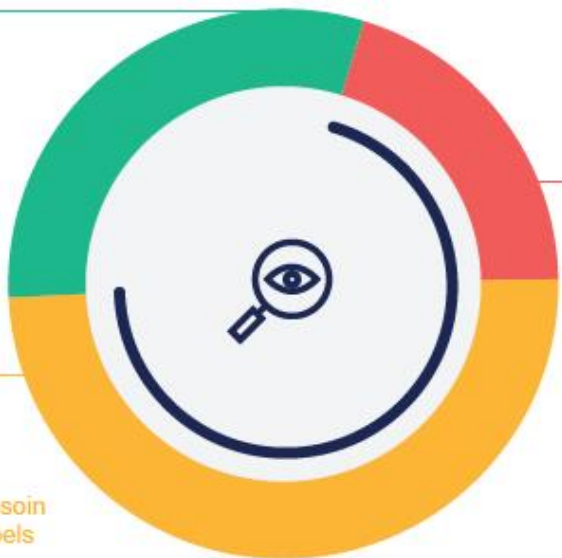


## Une rupture forte s'opère entre les marques, leurs publicités et les consommateurs

Communiquer sur ses engagements ne suffit pas, les consommateurs attendent des preuves tangibles

20%

Je trouve cela positif et je leur fais confiance



30,5%

Je n'y crois pas, c'est une technique pour vendre plus

49,5%

Je trouve que c'est un premier pas mais j'ai besoin de preuves (chiffres, labels officiels, etc.)



80%

Des Français ont besoin de preuves pour croire aux engagements des marques



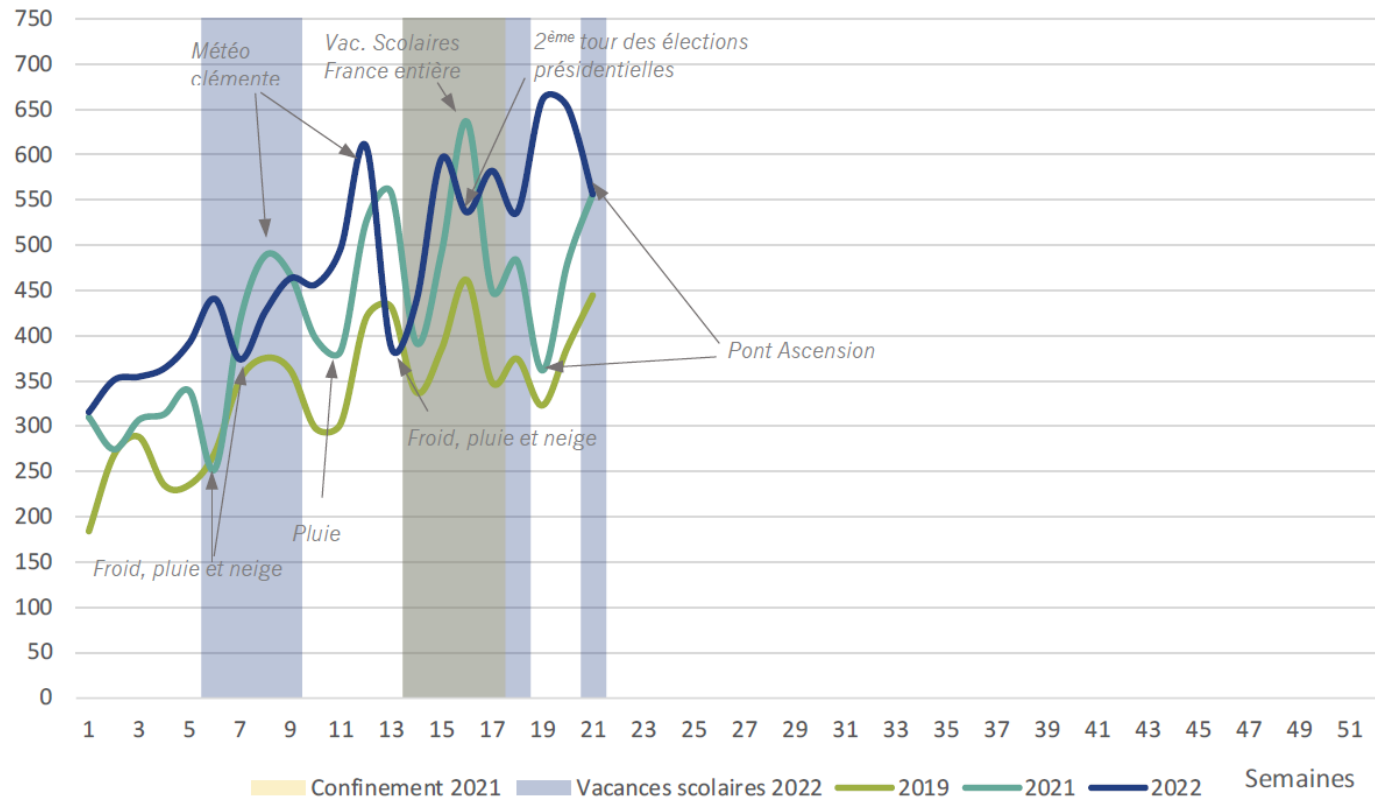
# Intro/Signaux Faibles



## LA PRATIQUE DU VÉLO PROGRESSE ENCORE !

### Fréquentation moyenne journalière en France

Nombre de passages de vélos par jour et par compteur (à échantillon comparable)



COORDINATEUR DU RÉSEAU NATIONAL CYCLABLE

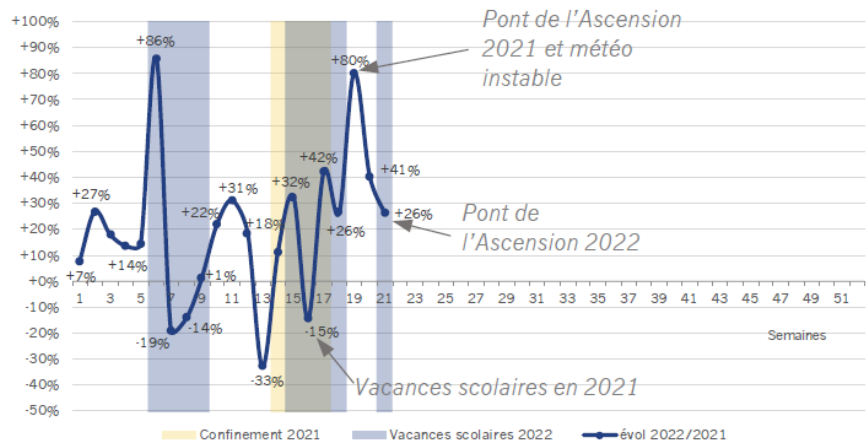
# Intro/Signaux Faibles



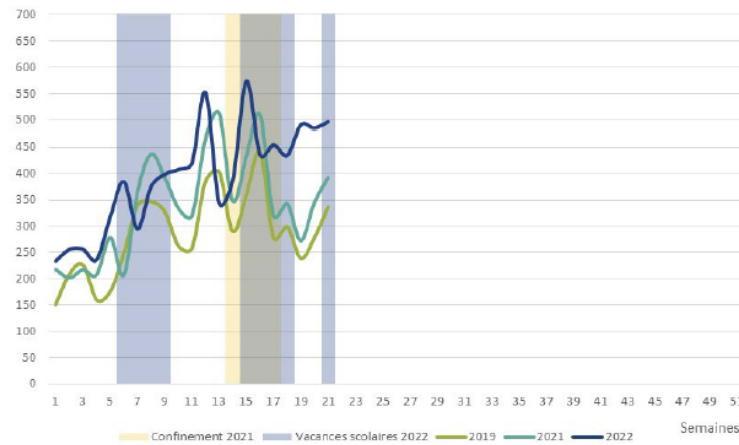
## FOCUS/ SUIVI DE LA FREQUENTATION CYCLABLE SUR LES EUROVELO EN FRANCE

Vélo & Territoires vous propose un focus sur quelques grands itinéraires cyclables français. La France est concernée par 8 820 km d'itinéraires EuroVelo.

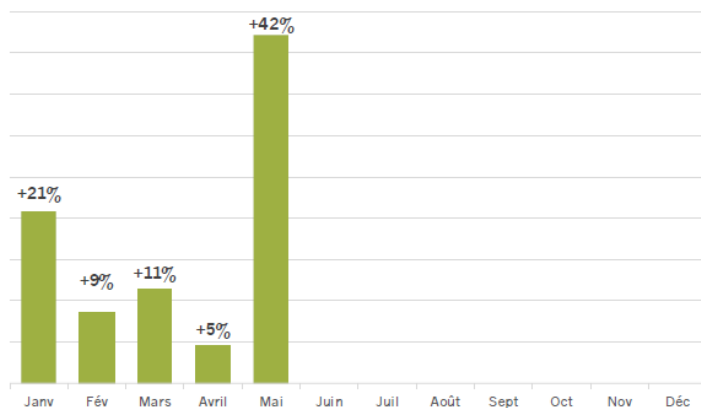
### Évolution par rapport à 2021



### Comparaison avec 2019 et 2021



### Évolution du nombre de passages mensuels par rapport à 2021

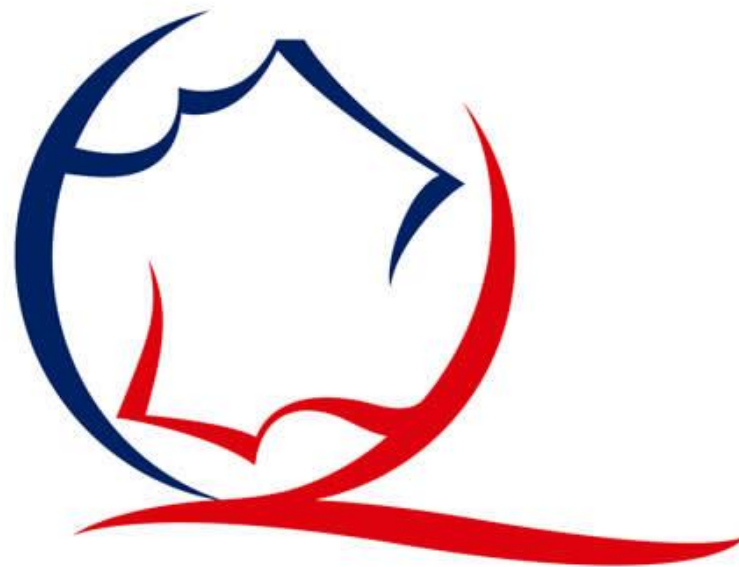


➔ **À NOTER :** en moyenne depuis le début d'année, la fréquentation sur les EuroVelo françaises progresse de 16 % par rapport à la même période de 2021.

➔ Après un début d'année mitigé à cause d'une météo peu avantageuse pendant les vacances d'hiver, la fréquentation connaît une forte progression en mai.



# Nouveau référentiel Qualité Tourisme



QUALITÉ  
TOURISME

# Référentiel Qualité Tourisme OT (sources : ADN Tourisme)



## DEVELOPPEMENT DURABLE

### Les actions liées au développement durable

#### **132 - Le personnel de l'OT réalise un ensemble de gestes courants pour économiser l'énergie et l'eau**

Oui     Non     Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

#### **133 - Le tri des déchets est réalisé si existant sur le territoire**

Oui     Non     Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable



# Référentiel Qualité Tourisme OT (sources : ADN Tourisme)



## 134 - Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée

Oui     Non     Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

## 135 - Le développement durable est pris en compte dans les actions et le fonctionnement de l'OT

Oui     Non     Non Mesuré

Obligation de formuler ses engagements DD. Il est recommandé que les engagements Développement durable aillent au-delà des écogestes précisés plus haut et d'intégrer ces engagements dans la stratégie ou le plan d'actions annuel. Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Le respect du critère est examiné lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

## 136 - En cas d'acquisition d'équipement, l'OT favorise systématiquement l'achat d'équipements économes en énergie et économes en eau

Oui     Non     Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

## 137 - L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique\*

Oui     Non     Non Mesuré

Audité lors de l'audit en dévoilé avant le débriefing si audité en visite mystère. Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Non Rattrapable

# Référentiel Qualité Tourisme OT (sources : ADN Tourisme)



## Les informations liées au développement durable

**138 - L'OT informe précisément (ex. : oral, site internet, brochure, etc....) sur les moyens de se rendre et de circuler sur le territoire un utilisant les transports en commun ou en utilisant toute autre forme de circulations douces.**

Oui     Non     Non Mesuré

Famille QT : Développement Durable Coef 3 . Rattrapable

**139 - L'OT met en valeur les professionnels et / ou les produits (hébergement, restauration, animation, produits locaux, commerces...) engagés dans des démarches environnementales et/ ou de développement durable reconnues localement ou nationalement**

Oui     Non     Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet ou les brochures téléchargeables. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

**140 - L'OT diffuse une information sur les milieux naturels fragiles (si existants sur le territoire) comme milieu marin ou lacustre, milieu enneigé, espaces préservés, biotopes spécifiques... Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (Parcs, ...)**

Oui     Non     Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

# Référentiel Qualité Tourisme OT (sources : ADN Tourisme)



**141 - L'OT informe de manière générale ses clients sur les engagements en matière de développement durable du territoire (gestion des ressources, accessibilité, transport etc..)**

**Oui**     **Non**     **Non Mesuré**

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...) Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Rattrapable

**142 - Les éditions sont réalisées par un imprimeur ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou sur des papiers éco-labellisés**

**Oui**     **Non**     **Non Mesuré**

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer en dévoilé avant le débriefing. Famille QT : Développement Durable Coef 1 . Non Rattrapable

# Classement Tourisme Hébergements



## Les principales évolutions

Environnement et Développement Durable									
Economie et gestion de l'énergie									
217	Mise en œuvre d'au moins une mesure de réduction de consommation d'énergie	X AJO	2	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Economie et gestion de l'eau									
223	Mise en œuvre d'au moins une mesure de réduction de consommation d'eau	X AJO	2	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Sanitaires économes en eau									
225	Existence dans chaque sanitaire d'un système de réduction d'eau pour les toilettes ou urinoirs	X AJO	1	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Gestion des déchets									
Mesures de réduction des déchets									
229	Mise en œuvre d'au moins une mesure de réduction des déchets	X AJO	2	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.

# Classement Qualité Tourisme Hébergements



## Les principales évolutions

Tri et recyclage									
232	Existence d'un système de tri des déchets à disposition de la clientèle	X AJO	2	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
233	Système de tri des déchets mis en place par l'établissement	X ou NA AJO	2	X	X	X	X	X	Ce critère devient non applicable lorsque la collectivité ne propose pas de dispositif de collecte pour le tri des déchets. AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Produits d'entretien									
236	Utilisation d'au moins un produit d'entretien respectueux de l'environnement	X AJO	1	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Gestion de l'établissement									
Formation du personnel									
237	Formation du personnel à la gestion économe de l'énergie, aux mesures d'économie d'eau, et à la gestion des déchets	X AJO	5	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.

# Classement Tourisme Hébergements



## Les principales évolutions

Information des clients									
239	Information des clients sur les moyens de transport à faible impact environnemental	X AJO	1	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection.
Labellisation et actions environnementales									
240	Utilisation régulière d'au moins trois produits issus de la production ou agriculture française ou régionale ou en circuit-court	X ou NA AJO	5	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection. En l'absence de vente de produits alimentaires ou de service de restauration, le critère devient non applicable.
241	Utilisation régulière d'au moins trois produits issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique	X ou NA AJO	5	X	X	X	X	X	AJO : A justifier obligatoirement lors de l'inspection. En l'absence de vente de produits alimentaires ou de service de restauration, le critère devient non applicable.

# Principaux financements de la transition du tourisme



# Principaux financements de la transition du tourisme



**FRANCE  
RELANCE**

FONDS TOURISME DURABLE

## Incroyable mais vert !

Restaurateurs, hébergeurs, acteurs du  
slow tourisme, avec France Relance  
et les financements de l'ADEME,  
empruntez le chemin du tourisme durable.

[agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises](http://agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises)



## Plan montagne 2

### Diversification l'offre touristique des stations été comme hiver

#### Contexte et objectifs

---

Alors que la saison hivernale est de plus en plus dépendante des conditions climatiques, notamment pour les stations de moyenne altitude, les attentes des clientèles évoluent et l'attrait pour la montagne l'été est chaque année plus fort. De plus, même si le ski reste le facteur déclenchant du séjour l'hiver, les activités hors ski sont dorénavant prisées par les vacanciers. L'été, c'est bien la possibilité d'offrir une diversité d'activités sportives, culturelles et ludiques qui permet aux stations montagne de s'imposer face à d'autres destinations.

Aussi, la diversification touristique des stations l'été comme l'hiver, et le développement d'activité sur les ailes de saisons, sont des enjeux majeurs pour les stations dans les prochaines années.

La Région souhaite donc accompagner les stations dans leurs projets d'équipements touristiques complémentaires au ski et utilisables sur au moins 2 saisons : luge 4 saisons, tyroliennes, stations trail, équipements ludiques, passerelles himalayennes, aménagement de lieux culturels et patrimoniaux...

# Principaux financements de la transition du tourisme

## Accompagner le développement durable des stations

### Aide

**Votre projet : diminuer le bilan carbone de votre station. Plus précisément, vous recherchez une aide pour soutenir vos investissements qui concourent à la transition énergétique de votre domaine skiable ou de votre station.**

### Bénéficiaires

Cette aide s'adresse :

- Aux stations de ski (alpin ou nordique) qui ont des projets portés par des maîtres d'ouvrage publics en priorité.
- Si le porteur de projet n'est pas une collectivité, mais un opérateur privé, alors la candidature devra comporter la preuve de l'engagement communal ou intercommunal dans le projet (lettre d'engagement ou convention de partenariat ou cofinancement).