

Stratégie de tourisme durable : pourquoi et comment ?

*Journée du tourisme du Val-d'Oise
21/03/2024 – Cergy*

Intervenantes

- Marie GUIGNON – ADN Tourisme
- Félicie BELLÊTRE – Val d'Oise Tourisme
- Candice LONG – Val d'Oise Tourisme

Déroulé de la séquence

- 15h40 : Ice breaker Carboniq
- 16h00 : Présentation « Panorama tourisme responsable et transition écologique »
- 16h20 : Mini ateliers sur 3 thématiques identifiées
- 17h00 : Fin d'atelier

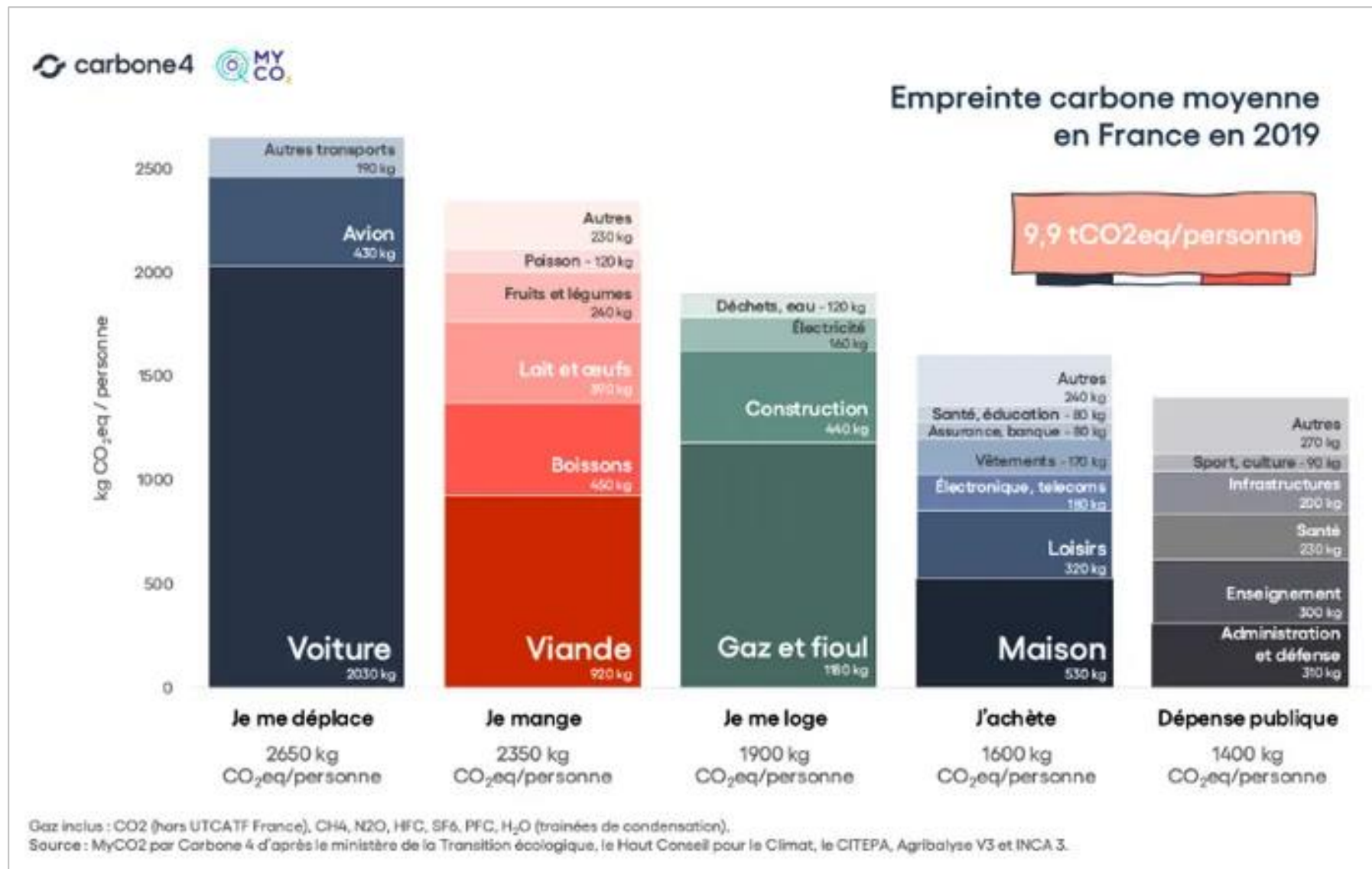
CO₂e, kesako ?

Icebreaker



Règles du jeu

1. Formation de groupes
2. Prise de connaissance du recto de la carte
3. Placement de la carte dans la fourchette d'émission CO₂e qui semble correcte
4. Vérification : certaines cartes sont-elles selon vous mal placées ?





BOIRE DE L'EAU DU ROBINET

1,5L d'eau par jour, pendant 1 an

0,05

UTILISER UN VENTILO L'ÉTÉ
cheveux au vent

10h par jour, pendant 3 mois d'été

2,5

ALLER VOIR OM-PSG EN TGV
Paris, Paris, on te congratule !

aller-retour Paris-Marseille en TGV (pour 1 personne)

4

ENVOYER 50 MAILS PAR JOUR
tes mises en copie, ça compte !

Juste du texte, sur 1 an

9

ALLER BOSSER EN MÉTRO
métro, boulot, dodo

à 10 km, 5 jours par semaine, sur 1 an

11

1H PAR JOUR DE STREAMING EN FRANCE

en wifi, sur 1 an

23

1H PAR JOUR DE STREAMING EN 4G

en France, sur 1 an

40

CONSO ÉLECTRICITÉ NUCLÉAIRE

foyer de 4 personnes, sur 1 an

57

ENVOYER 50 PIÈCES JOINTES PAR JOUR
avec plein de photos de chats

5 Mo par pièce jointe, par jour, sur 1 an

60

PAUSE CAFÉ 3x / JOUR
à 8h, à 11h et à 14h

3 tasses par jour, sur 1 an

61

BOIRE DE L'EAU EN BOUTEILLE

1,5L d'eau par jour, pendant 1 an

82

DU CHOCOLAT À CROQUER
après s'être fait larguer...

une tablette de chocolat de 100g, par semaine, sur 1 an

96

**1 000 €
D'ÉPARGNE
RESPONSABLE**



1 an dans une banque
qui investit dans le renouvelable

121

**METTRE
LA CLIM EN ÉTÉ**
pour rester au frais



10h par jour, pendant 3 mois d'été

199

**PARIS-
MARSEILLE
SEUL EN VOITURE**
1077 FM



aller-retour

295

**PARIS-
MARSEILLE
EN AVION**
Bienvenue à bord !



aller-retour (pour 1 personne)

450


**1 000 €
D'ÉPARGNE
CAPITALISTE**



1 an dans une banque qui investit
dans les énergies fossiles

558


**CHAUFFER
SON APPART À
L'ÉLECTRICITÉ**



70 m² (isolation récente)
à l'électricité, sur 1 an

785

**RÉGIME
VÉGÉTARIEN**
50 nuances de légumes



tous les jours, sur 1 an

792

**ALLER BOSSER
EN VOITURE**
la route dans les embouteillages



à 10 km, 5 jours per semaine, sur 1 an

880



1 526



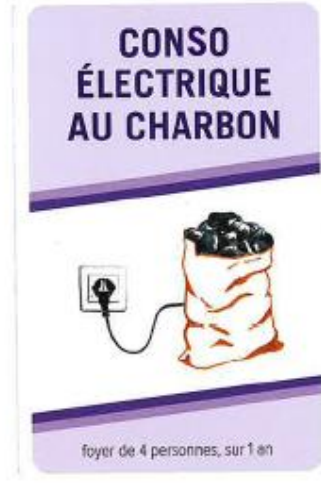
1 633



2 740



2 887



3 911

Panorama du tourisme durable

Contexte

2019 : QUESTIONNEMENTS

Tourisme : Instagram et les influenceurs, une menace pour l'environnement ?

Des photos de sites naturels isolés peuvent vite devenir virales sur les réseaux sociaux. Résultat : des hordes de touristes qui débarquent, pour prendre le même cliché, sans toujours respecter l'environnement...



Le 23/04/2019 par Sofia Colla

Pourra-t-on encore skier après 2030 ?

Alti-actus / Par Aurélien ANTOINE / 3 mai 2019 / 4 minutes de lecture

2020 : CRISE SANITAIRE

Vacances d'été : «Le téléphone des campings s'est remis à sonner»
 Par Angélique Vallez-d'É...
 Publié le 16/05/2020 à 09h00

Après la crise sanitaire, le tourisme de masse ?
 Le virus peut-il court-circuiter le tourisme de masse ?

La montagne basque malmenée par l'afflux de visiteurs
 Les habitants s'interrogent sur les conséquences écologiques de la surfréquentation, après une saison marquée par un nombre inhabituel de touristes.
 Par Michel Garicoïx (Espelette, envoyé spécial)
 Publié le 18 octobre 2020 à 09h00 - Lecture 3 min.

Innover pour un tourisme rural et responsable
 Geneviève Clastres | Publié le 9 décembre 2020 • Mis à jour le 15 décembre 2020 à 8h40
 Partager 595 | Tweeter

France : les territoires différents ?
 Le monde post-covid sera-t-il différent ?

Tourisme : vers de nouvelles formes de consommation ?
 ÉCONOMIE

ont imaginé ça-t-il si
 le fameux "monde après" décliné sous la forme de "monde touristique d'après" ?
 23 Juin 2020

Co
Co
Fr
 Louis San
 France Télévisions
 Publié le 28/06/2020 07:01 Mis à jour le 01/07/2020 10:07

2021 : CRISE SECTORIELLE

En 2021, le retour du tourisme sera plus local et plus vert

Par Le Figaro avec AFP

Roland Berger : « La privatio

Par Linda Lainé — Le Mai 17, 2021

Le démarke
gestion des

**TOURISME VERT: LES FRANÇAIS SOUCIEUX DE
CONCILIER VOYAGE ET ÉCOLOGIE**

Comment parler de tour
les réseaux

**Le staycation est la tendance
écologique qui survivra au COVID-19**

Modifié le 20 février 2021 à 13:13

la crise actuelle pourrait être un
int de h
vers un nouveau

Les Français sauvent le tourisme dans le
Calvados mais sont plus exigeants

Dans la saison estivale 2021, la clientèle française
l'absence des étrangers dans le C
appréhender pour le

La redaction 28 Décembre 2021 0

Arrêter la promotion mar
villégiature et taxer les visi
Réd

mpense encore
profit est plus dur à

2022 : CRISE CLIMATIQUE

Crise climatique : pourquoi les agences de voyages doivent s'engager

Une étude du collectif Digital Green Tou

Promotion touris

« permis de visite » sera expérimenté dans les Calanques
FRANCE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Où voyager de façon é
publi

1 français sur 4 en faveur des "tracances" !

Thomas
1 oct. 2022 • Temps de lecture 4 minutes

français reprend des
ation et les incendies

tour touristique français a retrouvé
par la pandémie. Campings,
saison malgré les incendies et
destinations du littoral.

DERNIÈRE MIN

21:27

La Fr
face

19:49

Rena
futur

« tågskryt » : quand
le train devient

de voyage
Par Emilie Vignon

Alors que la saison estivale
des couleurs
hôtels, lo
l'inflation

Julia Luczak-Rougeaux

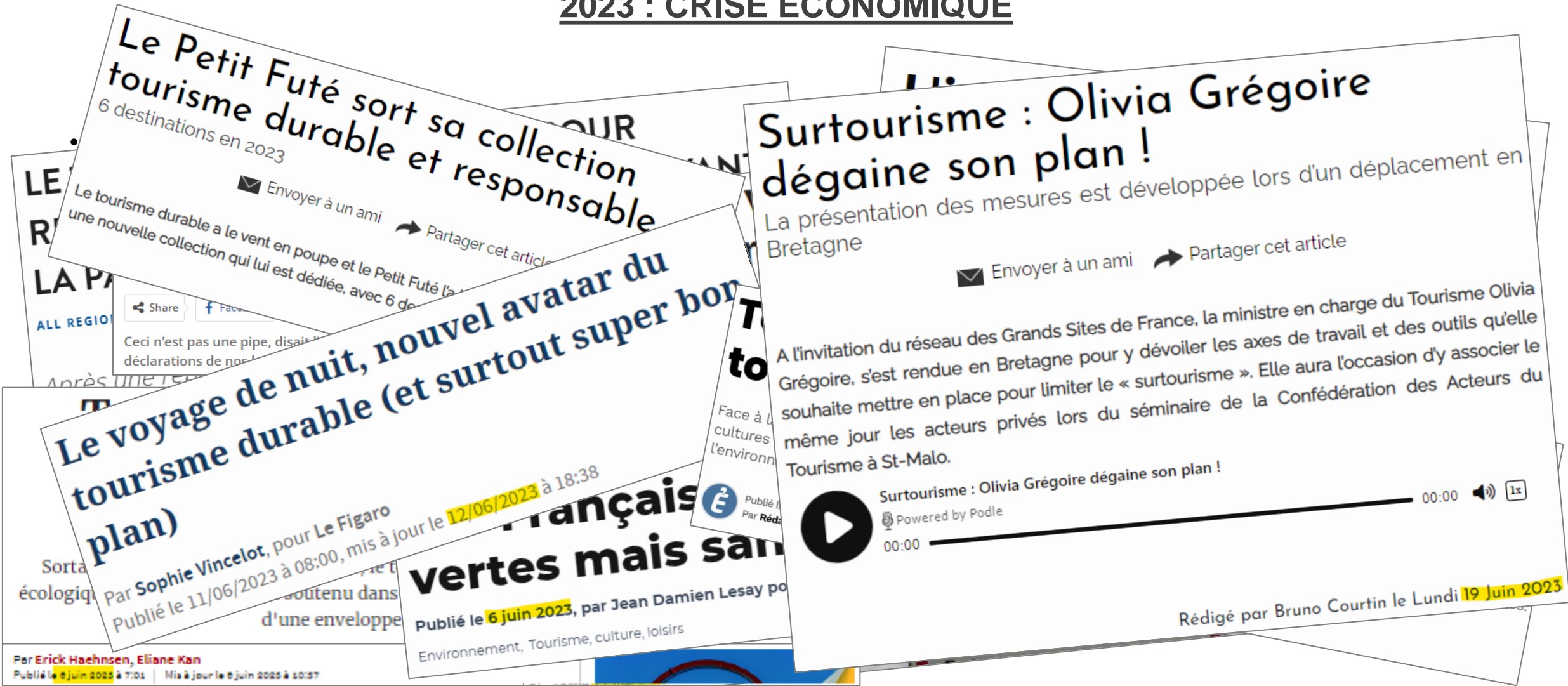
29 Novembre 2022

Démарketing, quotas : comment
Porto-Vecchio réagit au surtourisme

Flavie
27 Aoû

environnemental, l'avion n'a plus la
générations, qui lui préfèrent, du moins
les Suédois, jamais à court d'idées, ont
signer cette tendance : le « tågskryt ».

2023 : CRISE ECONOMIQUE



Le Petit Futé sort sa collection tourisme durable et responsable
6 destinations en 2023
Envoyer à un ami Partager cet article

Le voyage de nuit, nouvel avatar du tourisme durable (et surtout super bon plan)
Sorta écologique Par Sophie Vincelot, pour Le Figaro
Publié le 11/06/2023 à 08:00, mis à jour le 12/06/2023 à 18:38

français vertes mais sans
Publié le 6 juin 2023, par Jean Damien Lesay po
Environnement, Tourisme, culture, loisirs

Surtourisme : Olivia Grégoire dégage son plan !
La présentation des mesures est développée lors d'un déplacement en Bretagne
Envoyer à un ami Partager cet article

A l'invitation du réseau des Grands Sites de France, la ministre en charge du Tourisme Olivia Grégoire, s'est rendue en Bretagne pour y dévoiler les axes de travail et des outils qu'elle souhaite mettre en place pour limiter le « surtourisme ». Elle aura l'occasion d'y associer le même jour les acteurs privés lors du séminaire de la Confédération des Acteurs du Tourisme à St-Malo.

Surtourisme : Olivia Grégoire dégage son plan !
Powered by Podle
00:00 00:00

Rédigé par Bruno Courtin le Lundi 19 Juin 2023

Par Erick Høehnsen, Eliane Kan
Publié le 6 juin 2023 à 7:01 | Mis à jour le 6 juin 2023 à 10:37

2024 : DEFIS... OLYMPIQUES ?

Faible enneigement : "La montagne continue d'attirer"

Publication du dernier Observatoire National des ANMSM

L'Observatoire National des Stations de Montagne ANMSM - A l'augmentation de la fréquentation des vacanciers pendant les vacances, un taux d'occupation de 83%. Bien que des disparités d'enneigement dans certaines stations, la forte affluence des vacanciers, notamment dans les domaines nordiques et alpins, a permis de surmonter ces défis.



Faible enneigement : "La montagne continue d'attirer"
 Powered by Podle

« Les imaginaires touristiques sont assez pauvres, et incompatibles avec les défis écologiques »

Par Linda Lainé — Le Mar 12, 2024

DESTINATIONS

Share Facebook Twitter LinkedIn

Une plage de sable fin fait toujours rêver les Français, plus que toute autre image. Doit-on changer les imaginaires touristiques ? C'est la question que nous avons posée à l'anthropologue spécialiste des transformations et des pratiques touristiques dans les domaines

Hébergement : le secteur est-il prêt à relever le défi des JO ?

Dossier spécial Jeux Olympiques de Paris 2024

Alors que pendant des mois, les prédictions annonçaient la rupture de chambres d'hôtels, les récentes études montrent que le taux d'occupation des hébergements marchands pendant les Jeux Olympiques de Paris 2024 varierait entre 51,9 % et 70 %. Les tarifs deviendraient également plus accessibles. Seule ombre au tableau, la capacité de l'hôtellerie à recruter les profils qui font défaut en temps normal.

Rédigé par Caroline Lelievre le Jeudi 14 Mars 2024

BUSINESS MODEL EN TRANSITION

Pangeos, plus grand paquet du monde, incantation des démesures du luxe

Publié le 13 février 2024

«C'est insupportable» : les professionnels du tourisme vent debout contre la communication négative autour des JO

Par Le Figaro avec AFP
 Publié le 08/03/2024 à 14:58, mis à jour le 08/03/2024 à 19:21

Reservé aux abonnés

Powered by ETX Studio

Laurent Guena
 18 Févr 2024 5:44

f t i in e

DERNIÈRE MINUTE

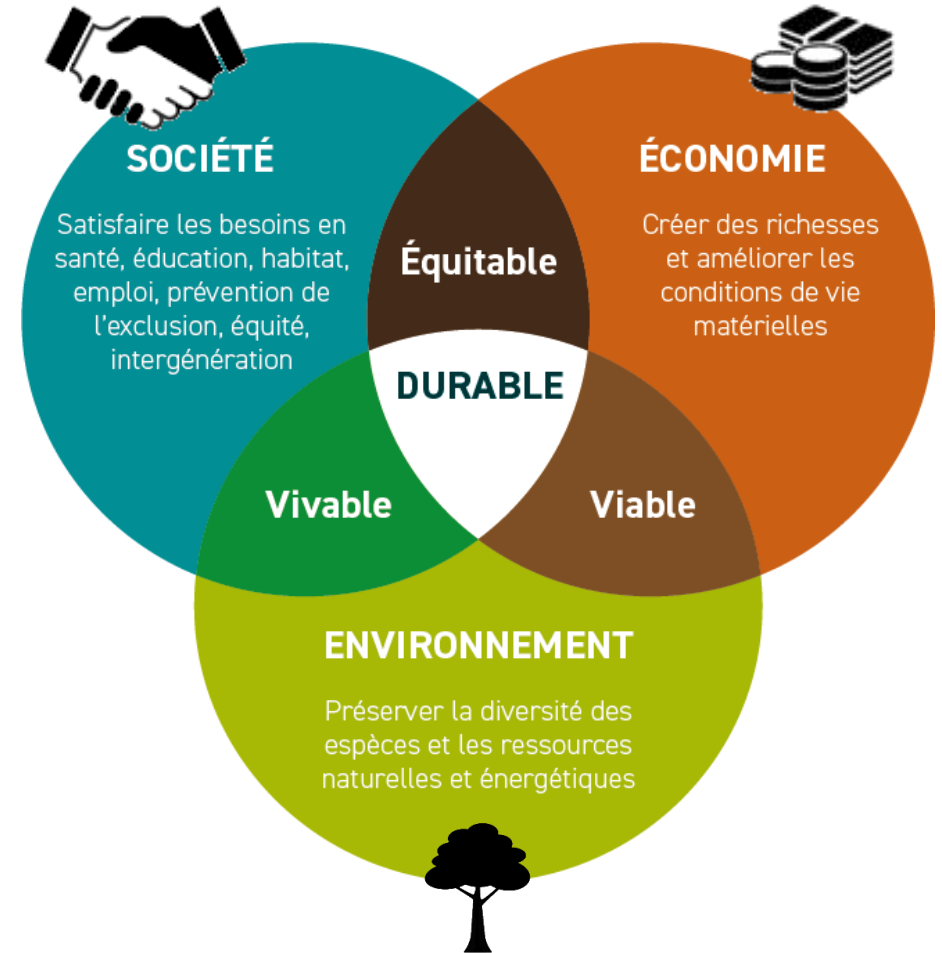
- 15:39 « Les Ukrainiens ne pas de courage, ils m
- 15:03 Allemagne: Les investiss des entreprises étrangèr
- 14:56 Wall Street ouvre en hau des indicateurs mitigés

Panorama du tourisme durable

Définitions

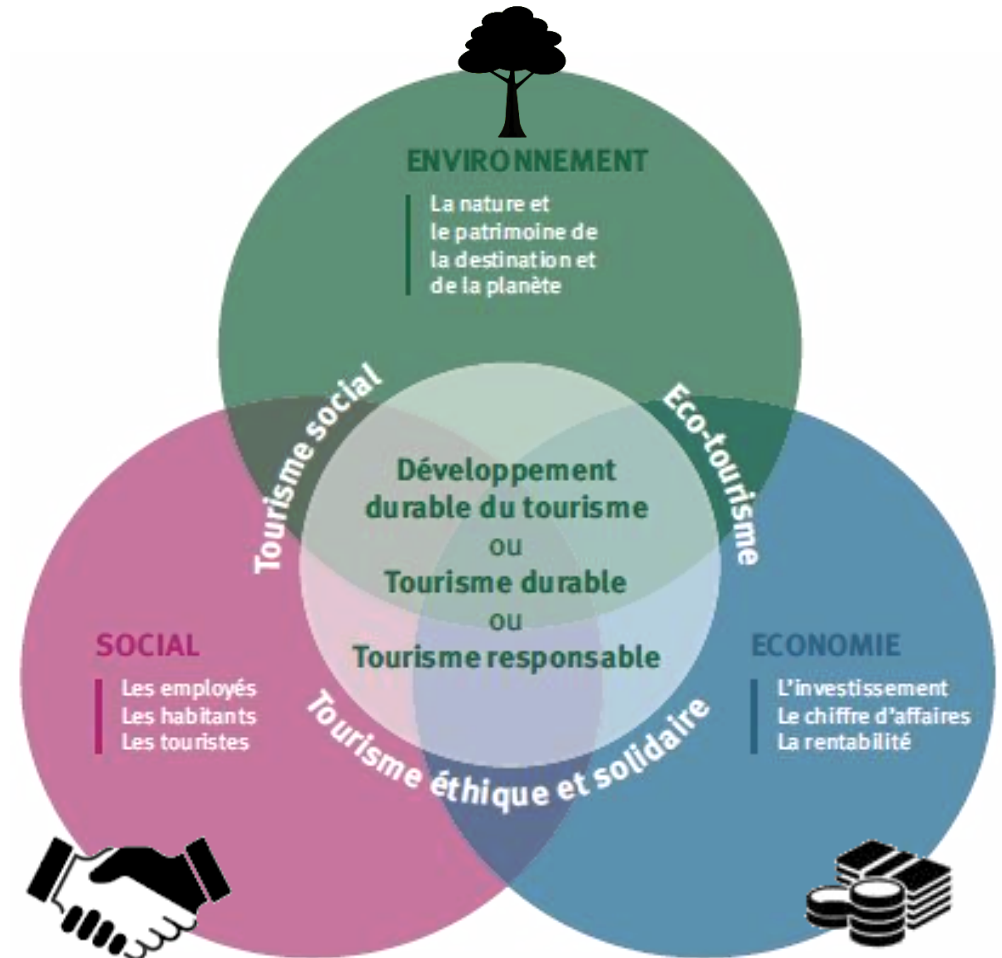
Développement durable

- Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs (*Rapport BRUNDTLAND – 1987*).
- Il repose sur 3 piliers :
 - L'**économie**
 - La **société**
 - L'**environnement**



Développement touristique durable

- Le développement touristique durable satisfait les **besoins actuels des touristes et des régions d'accueil** tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la **gestion de toutes les ressources** de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants (*Organisation Mondiale du Tourisme*).



Objectifs de Développement Durable (ODD)

- Définis en 2015 par l'ONU dans le cadre du Programme 2030 dont l'objectif est de mettre fin à l'extrême pauvreté, combattre les inégalités et l'injustice, et remédier aux changements climatiques avec 2030 en ligne de mire.
- Le tourisme peut contribuer, directement ou indirectement, à tous ces objectifs. Il est cité en particulier les ODD 8, 12 et 14, portant respectivement sur une croissance économique partagée et durable, sur des modes de consommation et de production durables et sur l'exploitation de manière durable des océans et des ressources marines.



Gaz à effet de serre (GES)

- Les GES absorbent les rayons infrarouges émis par la surface terrestre et contribuent ainsi à l'effet de serre. L'augmentation de leur concentration dans l'atmosphère terrestre, pas les activités anthropologiques, est l'un des facteurs principaux contribuant au réchauffement climatique.
- L'équivalent CO2 est une mesure pour comparer les émissions des GES sur la base de leur potentiel de réchauffement global.
- PRG Méthane = 25x CO2



Les risques quand on parle de tourisme durable

- **Minimiser les aspects sociaux et économiques** car le durable est souvent premièrement associé à l'aspect écologique. Cela s'explique par un retard de prise en compte de l'environnement dans les projets des 50 dernières années. « **Verdir** », **oui, mais pas que !**
- **Ne s'intéresser qu'à certains acteurs :**
 - Les grands engagements des « petits » (hôteliers indépendants, petits restaurants, ...) est généralement plus « durable » car ils ont plus de souplesse et les **effets sont visibles immédiatement**.
 - Mais les petits changements des plus « gros » (groupes hôteliers internationaux, tour-opérateurs) peuvent aussi **générer d'importants impacts**, car ils gèrent un volume plus important de clients.
- **Effet greenwashing** : communication biaisée, mettant en avant des arguments écologiques pour obtenir une image et une notoriété écoresponsable, alors que les faits ne correspondent pas ou que d'autres actions sont bien plus néfastes que celles avancées (effets pervers supérieurs).
- « **Jamais content** » : ne pas s'adapter à son public, être moralisateur, jamais assez bien, ne va jamais assez loin, cassez les « petites » motivations, être trop « sachant »
- **Parler de « neutralité carbone »** : toute activité humaine génère des coûts carbone, il est donc impossible pour un acteur, une activité, en considérant l'intégralité de son cycle de vie, d'être neutre en carbone. On préférera « **bas carbone** ».

Panorama du tourisme durable

Opportunités et menaces

Changement climatique

- Le tourisme est responsable de 5% des émissions carbone mondiales, dont 75% pour les transports, 20% pour les bâtiments.
- **Conséquences touristiques directes :**
 - **Hausse du niveau des mers et acidification des océans** : menace des infrastructures en bord de mer, recul du trait de côte, impact financier sur les terrains...
 - **Hausse des températures** : raccourcissement des saisons dans les stations de sport d'hiver, souffrance des populations durant les saisons estivales (jeunes, seniors...), activités de loisirs non exploitables...
 - **Baisse de la biodiversité** : diminution de l'attractivité du tourisme et plus précisément de l'écotourisme...

Levier d'action pour contrer le changement climatique

1. Augmentation des prix et crédits carbone

- Augmentation des prix => réservation à une élite
- Quotas de crédits carbone => limitation pour tous

➤ Diminuer davantage encore les rejets en CO2 des avions les plus récents va devenir très difficile : il va falloir soit moins voyager, soit mettre plus de monde dans les avions.

2. Réduction des émissions carbonees liées aux transports

- Réduction des consommations en énergies fossiles
 - grâce aux progrès technologiques (matériaux plus légers, augmentation du rendement...)
 - grâce au remplacement des énergie fossiles par des biocarburants
- Innovations technologiques : E-Fan X (prototype d'avion à propulsion hybride chez Airbus) ou Hyperloop (train du futur d'Elon Musk)
- Eviter la voiture et privilégier les mobilités douces ou le covoiturage

➤ Faire évoluer les comportements : partir moins loin, moins souvent et prendre son temps (concept du slow tourism)

Levier d'action pour contrer le changement climatique

3. Réduction des émissions carbonees liées aux constructions

- Préférer les énergies renouvelables et coopératives
- Optimiser l'efficacité énergétique (panneaux solaires, meilleure isolation, toits végétaux...)
- Ecoconstructions (choix des matériaux)
- Sensibiliser les employés et visiteurs par les explications (affiches écogestes)

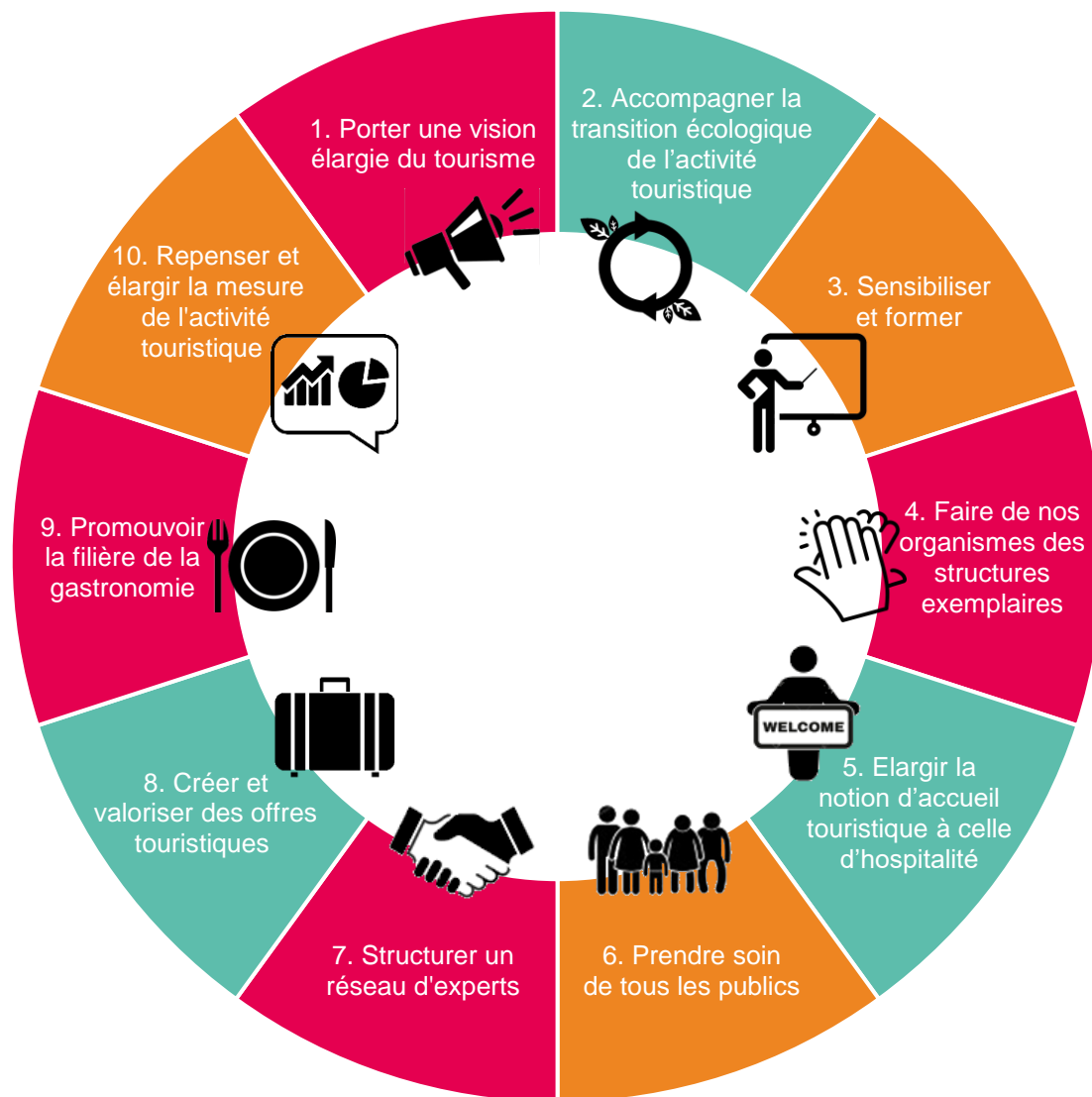
4. Compensation carbonee

- **Ai-je le droit de polluer si je plante des arbres ? Philosophiquement cela se discute, pragmatiquement, c'est mieux que rien.**
- **Cette dynamique ne fonctionne que si l'on parvient à impliquer les gens** : nécessité de compréhension de l'enjeu et choix de solutions

Panorama du tourisme durable

Actions d'ADN Tourisme

« Nous agissons ensemble pour un tourisme responsable et de qualité »





ADN Tourisme – Kit communication

- Argumentaires, chiffres clés, ressources et exemples inspirants en matière de tourisme responsable.
- 5 argumentaires autour de thématiques phares :
 - **tourisme & voyage**
 - **accueil & hospitalité**
 - **ressources humaines & marque employeur**
 - **pics de fréquentation & hors-saison**
 - **proximité & mobilité**





ADN Tourisme – Kit communication

31

À CHACUN SON TOURISME

LEXIQUE

LE TOURISME comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive d'une nuitée minimum et qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité.

ÉCOTOURISME

Activités touristiques avec une accent porté sur l'éducation et la médiation à l'environnement, tant concernant le patrimoine naturel que culturel.

AGRITOURISME

Activités touristiques rurales développées au sein des exploitations agricoles (hébergement à la ferme, activités autour des animaux et des cultures...).

SLOW TOURISME

Art de voyager en prenant son temps, privilégiant une expérience visiteur en proximité avec la nature et les habitants, et souvent appuyé par les mobilités douces comme support de découverte.

**MAIS TOUS
POUR UN
TOURISME
RESPONSABLE**

TOURISME SOCIAL

Actions visant à promouvoir et permettre l'accès aux loisirs et aux vacances pour tous, en particulier les couches sociales plus modestes, mais aussi les personnes en situation de handicap.

TOURISME SOLIDAIRE

Voyage maîtrisé et centré sur l'homme et la rencontre de l'autre qui s'inscrit dans une logique de partage des cultures.

TOURISME DE PROXIMITÉ

... ou locatourisme. Découverte de sa propre ville et des alentours qui trouve son expression dans un rayon d'environ 100 km depuis le domicile du visiteur.



Charte de l'hospitalité

- Définition : « *Il s'agit d'un accueil personnalisé, un art de recevoir avec bienveillance, générosité et spontanéité. C'est ouvrir sa porte et son territoire, partager, échanger, favoriser les rencontres dans un esprit solidaire, rassurer, garantir confort, bien-être et sécurité. C'est également un état d'esprit, une démarche sociétale portée par toutes et tous.* »



CHARTE NATIONALE DE L'HOSPITALITÉ

Grandes acteurs économiques des territoires de France, métropole et ultra-marins, cette Charte reflète les convictions d'un grand réseau professionnel du tourisme, plus de 1200 organismes locaux.

Elle porte nos engagements, notre idéal, et incite chacun à s'emparer de sa vision progressiste et enthousiaste. Parce que le touriste est avant tout un voyageur dans l'espace et dans le temps, parce que nous avons fait du tourisme un métier d'ouverture et de partage, nous sommes convaincus que la qualité de l'hospitalité est le garant de la réussite d'un séjour. Des expériences fortes et joyeuses, une intégration dans la vie locale, le respect des milieux et de la biodiversité : tout procède, demain plus encore, d'un pacte intelligent entre le territoire et ceux qui lui rendent visite.

C'est pourquoi nous souhaitons affirmer aujourd'hui 10 principes essentiels d'une hospitalité heureuse et réciproque pour faire de nos territoires des destinations empathiques autant que compétitives.

- 1# MON PREMIER S'APPELLE RESPECT**
On est tous différents
Si c'est un formidable facteur d'enrichissement mutuel et de dialogue, la promesse faite aux clients doit donc être inclusive et amicale.
- 2# MON DEUXIÈME S'APPELLE PARTAGE**
Au même endroit à la même heure
Partageons nos territoires pour offrir des expériences inoubliables à nos visiteurs, mais en rappelant qu'il y a d'autres visiteurs toute l'année.
- 3# MON TROISIÈME S'APPELLE DÉCOUVERTE**
On avance on avance on avance
Émotions, nouveautés, souvenirs, le voyage est une aventure ; à chaque séjour la destination offre autant qu'elle s'enrichit.
- 4# MON QUATRIÈME S'APPELLE OUVERTURE**
360° à pour tous
Un état d'esprit attentif à l'autre, au visiteur d'un jour comme de plusieurs mois, à un parfait inconnu ou à un membre de la famille, et ce, sans rien réserver ni réserver.
- 5# MON CINQUIÈME S'APPELLE PERSONNALISATION**
Service compris
Chaque visiteur a sa réalité ; pour une immersion réussie, prenons en compte avec précision les circonstances de chacun : cultures, langues étrangères, handicaps...
- 6# MON SIXIÈME S'APPELLE GARANTIE**
Service continu
Tout au long du séjour, information fiable, sécurité et bien-être doivent être au service des visiteurs de retour dans la destination et d'en parler.
- 7# MON SEPTIÈME S'APPELLE RENCONTRE**
On apprend tous les uns des autres
Au contact des territoires et des habitants de chaque territoire, les vacances deviennent des occasions exceptionnelles d'enrichissement mutuel.
- 8# MON HUITIÈME S'APPELLE EXPÉRIENCE**
Aller plus haut
Les vacances c'est l'opportunité de vivre l'expérience d'un ailleurs et de devenir plus qu'un visiteur de passage, un acteur à part entière. Au rythme de la destination, en s'adaptant aux lieux d'accueil, chacun trouve sa place.
- 9# MON NEUVIÈME S'APPELLE AUTHENTICITÉ**
Sincèrement vôtre
Guider le visiteur vers le meilleur, enrichir sa connaissance, montrer qu'on est vraiment, c'est tisser des liens exemplaires.
- 10# ET MON TOUT S'APPELLE PLAISIR**
Le bonheur est un art de vivre
La magie des lieux, la découverte des produits et les émotions procurées par le territoire : un plaisir qui mobilise tous les sens.

Cette charte a été proposée par la Fédération ADN Tourisme lors de la Convention Nationale de l'Hospitalité qui s'est tenue à Tours les jeudi 11 et vendredi 12 mai 2023.

ADN TOURISME - 81 47 03 93 19 - 15 AVENUE CARROU - 75 017 PARIS
WWW.ADN-TOURISME.FR

L'HOSPITALITÉ SELON LES ORGANISMES INSTITUTIONNELS DE TOURISME

99% des visiteurs sont en attente d'hospitalité

95% des destinations considèrent que l'hospitalité est un facteur de différenciation

- Touristes
- nouveaux arrivants
- excursionnistes

3 types de visiteurs pour lesquels le plus de besoins sont ressentis

Accueillante + Authentique + Bienveillante
sont les 3 mots qualifiant la population locale

Des besoins humains ressentis en :

- renseignements
- efforts faits pour aider
- respect/vieillesse
- acceptabilité
- efforts linguistiques
- formation des acteurs

Une population locale :

“ authentique, généreuse, offrant du lien social et des gestes d'accueil ”

Mais pour laquelle :

“ des efforts restent à faire, en pratique des langues étrangères, et sur l'accueil à domicile ”

Des besoins techniques ressentis en :

- restauration
- loisirs
- hébergement
- services de proximité
- respect de l'environnement
- offre de mobilité
- sécurité

Pour qui l'hospitalité :

“ permet de développer l'activité économique, fait partie de sa culture, contribue à la réputation du territoire, fait plaisir à la population ”

92% L'hospitalité peut s'inscrire dans une stratégie marketing

51% Des territoires ont mis en oeuvre des actions favorisant l'hospitalité

60% nécessitant la mise en place d'outils spécifiques

Implication et engagement :

- reconnu de la part des hébergements et prestataires de loisirs
- mitigé des responsables, habitants et services de proximité
- peut même faire de la part des acteurs de la mobilité

Enquête en ligne réalisée par ADN Tourisme auprès de l'ensemble de ses adhérents entre le 12 octobre et 14 novembre 2022.

ADN TOURISME - 81 47 03 93 19 - 15 AVENUE CARROU - 75 017 PARIS
WWW.ADN-TOURISME.FR





ADN Tourisme – Démarches de labellisation

- Un premier guide « grand public », à destination des candidats qui présente et analyse le fond et la forme des démarches de labellisation, tant pour les socioprofessionnels que les territoires



GUIDE DES DÉMARCHES DE LABELLISATION POUR UN TOURISME DURABLE

VERSION ENRICHIE SEPTEMBRE 2023 - 50 DÉMARCHES

ADN **ATD**
Tourisme acteurs du tourisme durable



Panorama du tourisme durable

Outils et ressources

ADEME – Agir pour la transition écologique

The screenshot shows the ADEME website header with the French Republic logo, the ADEME logo, and the 'agir' logo with the tagline 'Comprendre, s'inspirer, agir'. Below the header is a navigation menu with four categories: 'Particuliers', 'Entreprises', 'Collectivités', and 'Acteurs de l'Éducation'. Each category has a brief description and a 'Votre espace' button.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ADEME
AGENCE DE LA
TRANSITION
ÉCOLOGIQUE

agir
POUR LA
TRANSITION
ÉCOLOGIQUE

Comprendre, s'inspirer, agir

☰

Particuliers
Adoptez un quotidien plus écologique : découvrez nos conseils et nos solutions pour vous accompagner à chaque moment de votre vie.
[Votre espace](#)

Entreprises
Entreprise, association, organisme de recherche ou doctorant : découvrez si votre projet est éligible, ainsi que l'ensemble des aides et appuis financiers dont vous pouvez bénéficier.
[Votre espace](#)

Collectivités
Vous souhaitez participer à la mise en œuvre de la transition écologique et énergétique : découvrez si votre projet est éligible, ainsi que l'ensemble des aides et appuis financiers dont vous pouvez bénéficier.
[Votre espace](#)

Acteurs de l'Éducation
Enseignants, référents EDD, cadres de l'éducation, animateurs socio-éducatifs : découvrez notre sélection de formations et de ressources sur le développement durable.
[Votre espace](#)



Financements et subventions



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



ACT ASSESSING LOW CARBON TRANSITION



FRANCE 2030



FRANCE NATION VERTE

Agir · Mobiliser · Accélérer



Développer le **vélotourisme**




MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

economie.gouv.fr

Liberté
Égalité
Fraternité

Fonds accessibilité



LEADER FRANCE

Europe & Ruralités

FONDS CHALEUR

EXPERTISE ET FINANCEMENT

ADEME – Nos gestes climat

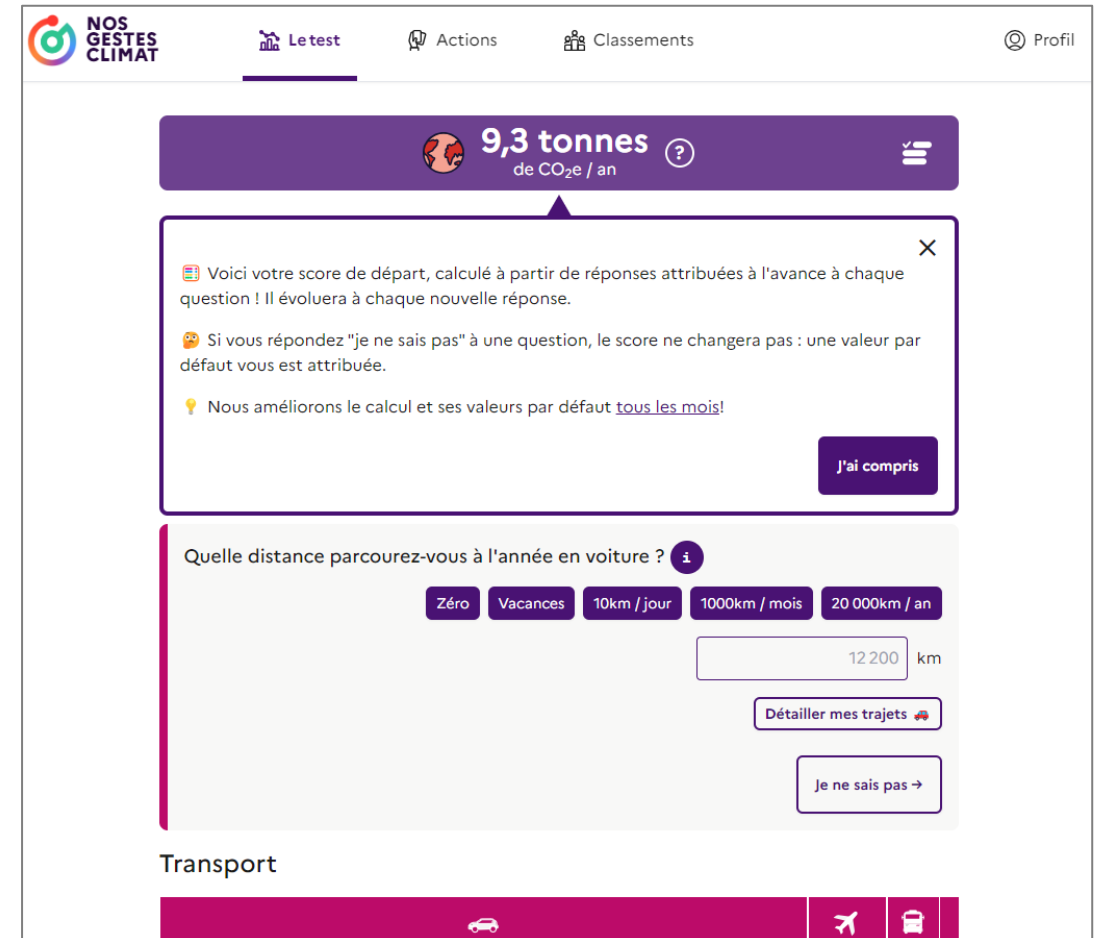


NOS GESTES CLIMAT

Le test Actions Classements Profil **Passer le test →**

Connaissez-vous votre empreinte sur le climat ?

En 10 minutes, obtenez une estimation de votre empreinte carbone de consommation.



NOS GESTES CLIMAT

Le test Actions Classements Profil

9,3 tonnes de CO₂e / an

Voici votre score de départ, calculé à partir de réponses attribuées à l'avance à chaque question ! Il évoluera à chaque nouvelle réponse.

Si vous répondez "je ne sais pas" à une question, le score ne changera pas : une valeur par défaut vous est attribuée.

Nous améliorons le calcul et ses valeurs par défaut [tous les mois!](#)

J'ai compris

Quelle distance parcourez-vous à l'année en voiture ?

Zéro Vacances 10km / jour 1000km / mois 20 000km / an

12 200 km

Détailler mes trajets

Je ne sais pas →

Transport



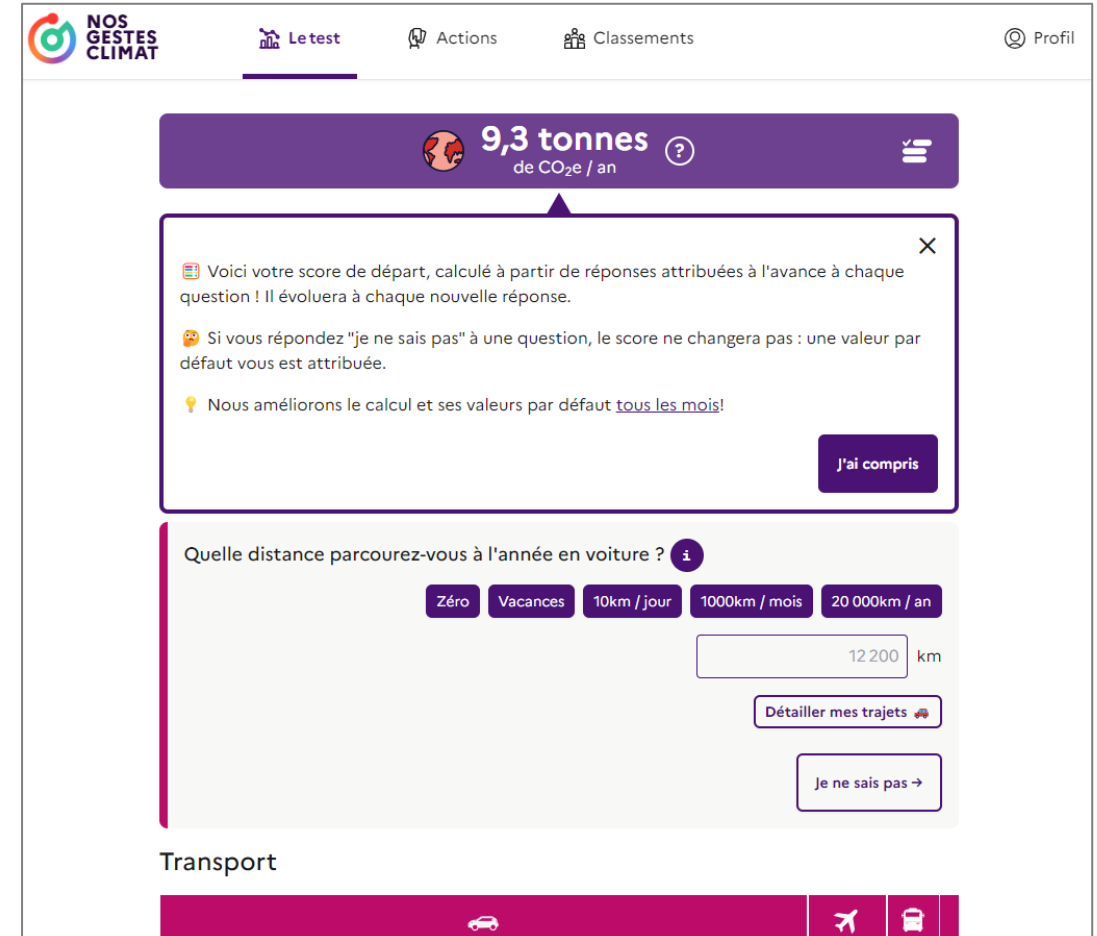
ADEME – Impact CO₂





Le test Actions Classements Profil Passer le test →

Connaissez-vous votre empreinte sur le climat ?

En 10 minutes, obtenez une estimation de votre empreinte carbone de consommation.




Le test Actions Classements Profil

9,3 tonnes de CO₂e / an

Voici votre score de départ, calculé à partir de réponses attribuées à l'avance à chaque question ! Il évoluera à chaque nouvelle réponse.

Si vous répondez "je ne sais pas" à une question, le score ne changera pas : une valeur par défaut vous est attribuée.

Nous améliorons le calcul et ses valeurs par défaut [tous les mois!](#)

Quelle distance parcourez-vous à l'année en voiture ?

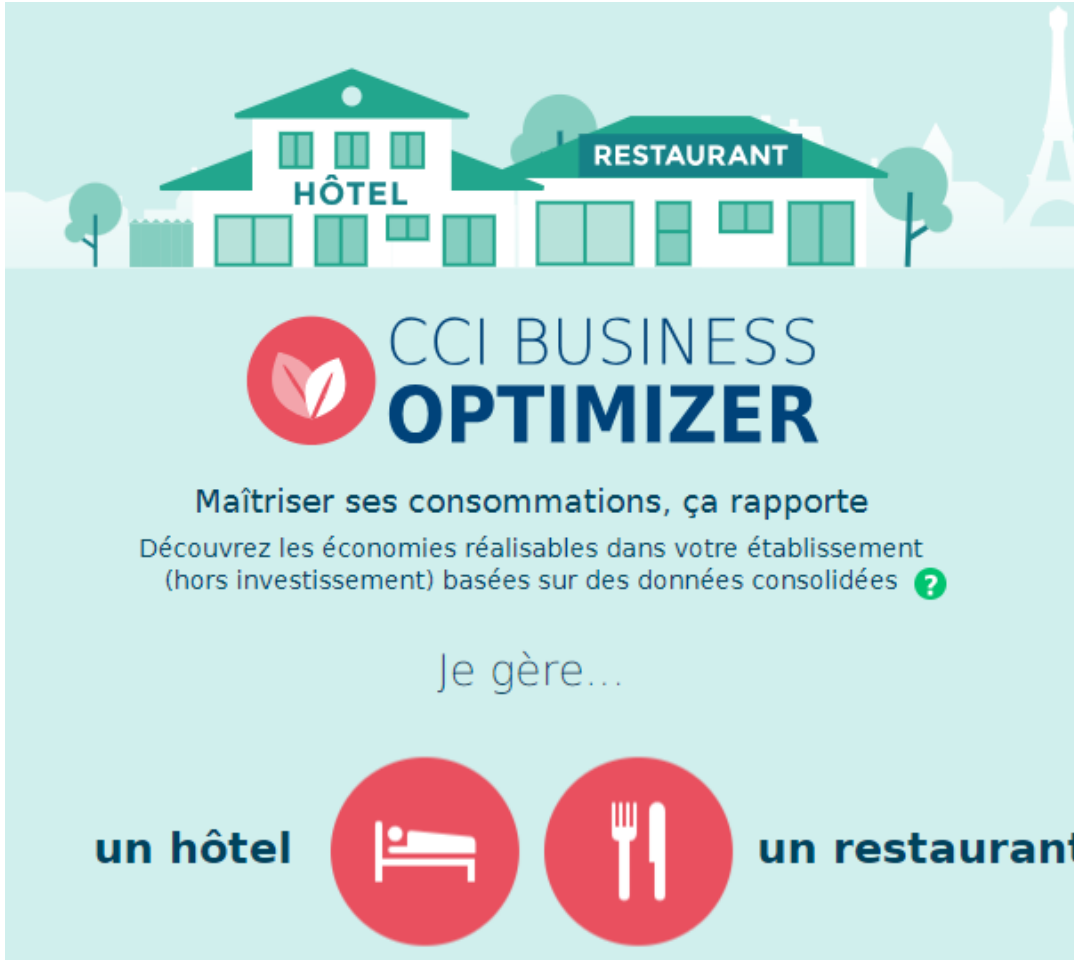
km

Transport



CCI France

- Initiative de CCI France avec EDF entreprise pour découvrir les économies sur les fluides réalisables dans un établissement hôtelier ou de restauration



The graphic features a stylized illustration of a building with a green roof, divided into a 'HÔTEL' section and a 'RESTAURANT' section. The Eiffel Tower is visible in the background. Below the illustration, the text reads 'CCI BUSINESS OPTIMIZER' with a red circular icon containing a white leaf. Underneath, it says 'Maîtriser ses consommations, ça rapporte' followed by 'Découvrez les économies réalisables dans votre établissement (hors investissement) basées sur des données consolidées' with a green question mark icon. Below this, it says 'Je gère...' and then 'un hôtel' with a bed icon and 'un restaurant' with a fork and knife icon, all within red circular icons.

CCI BUSINESS OPTIMIZER

Maîtriser ses consommations, ça rapporte

Découvrez les économies réalisables dans votre établissement (hors investissement) basées sur des données consolidées ?

Je gère...

un hôtel un restaurant



Greenview

- Comparatif par gamme des émissions de carbone et d'émission d'énergie des hôtels

GREENVIEW Hotel Footprinting Tool

Calculate Footprint Who Uses the Data FAQs Contact Us

Other Greenview Software & Tools: [Greenview Portal](#), [Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index](#), [Sustainability Risk & Opportunity Assessments](#)

greenview.sg

Hotel Footprinting Tool

Allows you to calculate the carbon footprint of your hotel stay or meeting anywhere in the world, using real data supplied by the industry's global benchmarking index – the [Cornell Hotel Sustainability Benchmarking \(CHSB\) index 2021](#)

1 PICK A LOCATION

You selected **Gindou, Lot, France**

Select a specific location from the map or use the search field.

2 SELECT OPTIONS x CLEAR

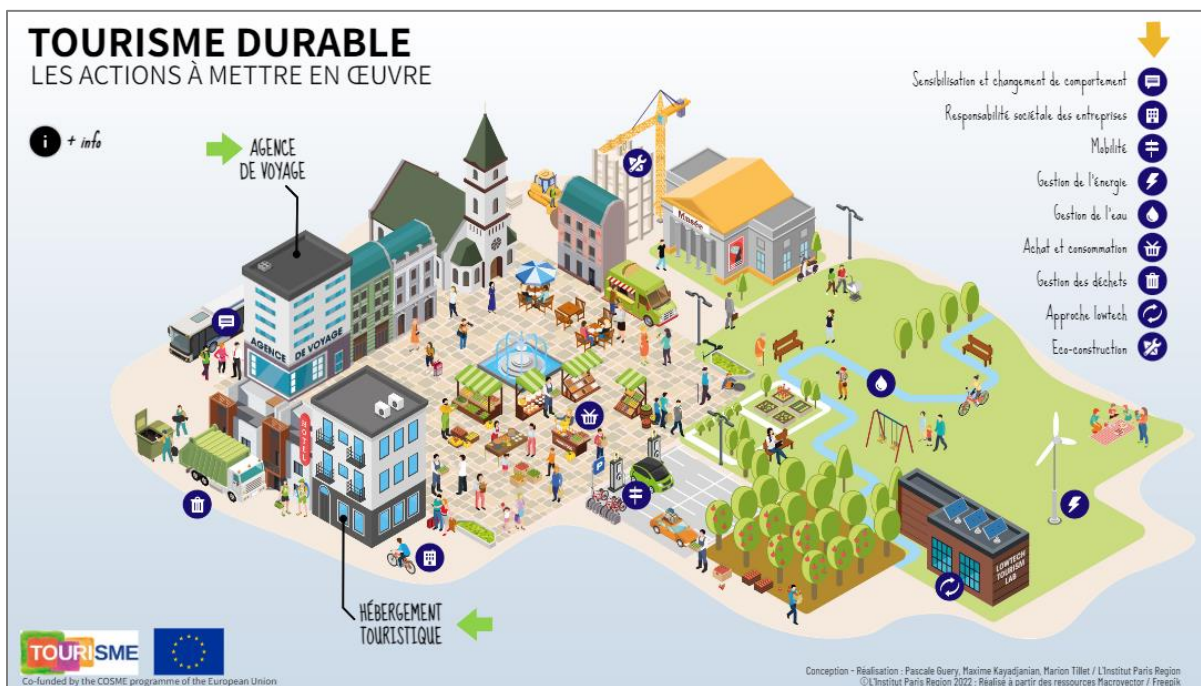
All Hotels	Square Meters
Rooms occupied	1
Meeting space	50
Meeting duration	2

Heat Map of Carbon Emissions per Room Night (KgCO₂e)

Very Low (1.4 - 9.4)	Low (9.5 - 21.6)	Medium (21.7 - 28.7)	High (28.8 - 53.1)	Very High (53.2 - 152.2)
----------------------	------------------	----------------------	--------------------	--------------------------



Institut Paris Région



GESTION DE L'EAU

1 CONNAÎTRE ET MAÎTRISER SA CONSOMMATION D'EAU

Action 1 : Suivre ses factures ou installer des sous compteurs d'eau

2 RÉDUIRE SA CONSOMMATION

Action 1 : Réutiliser les serviettes et le linge de lit
Action 2 : Installer des chasses d'eau à faible débit, double débit
Action 3 : Adapter les robinets
Action 4 : Installer des robinets à commande par capteur
Action 5 : Utiliser une communication mudge
Action 6 : Sélectionner les plantes locales et optimiser les opérations de jardinage
Action 7 : Optimiser les opérations de blanchisserie et de cuisine

3 DIVERSIFIER SON APPROVISIONNEMENT EN EAU

Action 1 : Collecter et utiliser l'eau de pluie
Action 2 : Recycler et utiliser les eaux grises

4 OPTIMISER L'ENTRETIEN DES PISCINES

Action 1 : Optimiser l'entretien des piscines
Action 2 : Désinfecter les piscines par électrolyse saline propre



Fonction Publique pour la Transition Ecologique (FTPE)

FORMATION

Kit d'auto-formation à la transition écologique

Par FTPE | 26 janvier 2023 | Aucun commentaire



Une Fonction publique pour la transition écologique – Fiche « Finances » - Janvier 2023

Orienter les dépenses vers la transition écologique : la démarche « budget vert »

Fiches :

Notions juridiques et réglementaires :

- [Les lois françaises sur l'environnement et le climat](#)
- [Obligations et opportunités des collectivités territoriales en matière de transition écologique](#)
- [La COP 27 dans son contexte](#)
- [Les engagements internationaux de la France en matière d'environnement et de climat](#)

Politiques publiques :

- [Abécédaire des politiques publiques locales liées à la transition écologique](#)
- [Protection et restauration de la Biodiversité : comprendre et agir](#)
- [La rénovation énergétique des bâtiments](#)



Les fresques





Autres ressources

- [Tourisme et développement durable](#) [Atout France ; 2011]
- [Choisir un label d'hébergement de tourisme durable](#) [Atout France ; 2013]
- [17 mesures pour faire de la France une destination phare de l'écotourisme](#) [MAEDI ; 2015]
- [Manifeste pour une destination responsable](#) [OTF ; 2015]
- [Le tourisme durable en pratique 20 exemples innovants](#) [Grands sites de France ; 2016]
- [Entreprises innovantes du slow tourisme](#) [DGE ; 2017]
- [Coopération pour le développement 2019, un avenir plus juste, plus vert et plus sur](#) [OCDE; 2019]
- [Perspectives mondiales du financement du développement durable 2019](#) [OCDE; 2019]
- [Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2020](#) [OCDE; 2020]

Littérature scientifique

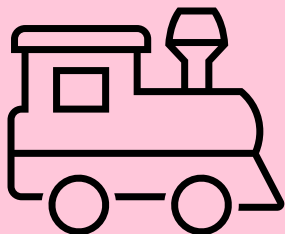
- [Le partage avec les habitants au cœur des stratégies touristiques](#) [Revue Espaces ; 2017]
- [Redessiner la destination touristique](#) [Revue Espaces ; 2019]
- [Staycation et locavorisme](#) [Revue Espaces ; 2020]

***« On aime ce qui nous a
émerveillé et on protège ce que
l'on aime »***

Jean-Yves COUSTEAU

Ateliers

TRAIN
Cas Luzarches



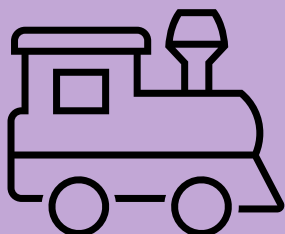
AGRITOURISME
Cas produits locaux



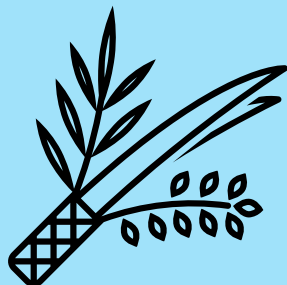
NATURE & PAYSAGES
Bois de la Tour du Lay



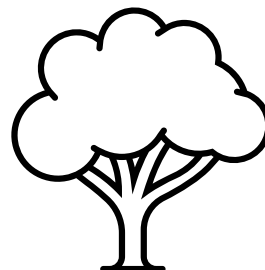
TRAIN
Cas Saint-Leu-la-Forêt







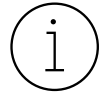


AGRITOURISME
Cas hébergement insolite



NATURE & PAYSAGES
Bois de Chars



	Socioprofessionnel : porteur de projet
	Socioprofessionnel : optimiste
	Socioprofessionnel : ronchon
	Habitant
	Élu
	Touriste
	Office de tourisme