

**« De la démarche d'éco gestes et éco
comportements à l'échelle d'un OT,
à la démarche de tourisme durable au sein d'un
territoire »**

Stage MOPA

**22 et 23 novembre 2012 - Pavillon de Marquèze
Sabres**



La lourde empreinte du tourisme



**900 millions de touristes,
1.5 milliards dans 20 ans**

Raréfaction des ressources naturelles

Pollution des eaux et déchets

Consommation concurrentielle de l'eau

Facteur de réchauffement climatique

1^{ère} activité créatrice d'emplois dans le monde

Des recettes qui échappent au local

**Impact du coût des énergies fossiles sur
le transport et les hébergements**

Accroissement de la demande de loisirs et de comportements consuméristes

Pression sur le foncier, standardisation des produits

Accessibilité, conflits d'usages, climat social dans certaines entreprises

Artificialisation des identités culturelles

Le long chemin d'une reconnaissance

« Nous devons changer nos modes de vie et repenser notre façon de voyager »
Ban Ki-moon, Secrétaire général des Nations Unies

1972 : naissance du concept de **développement durable** dans le **rapport Meadows** (Halte à la Croissance)

1980 : premières notions **d'écotourisme** au **Costa Rica**

1992 : **Sommet de la terre à Rio** fait connaître le concept de Développement Durable au grand public

1993 : notion du Tourisme durable apparaît dans le « **Guide à l'intention des autorités locales – développement durable du tourisme** » OMT et PNUE.

1995 : première définition dans la **Charte du Tourisme Durable** écrite à Lanzarote par l'OMT, l'UNESCO, le PNUE, la CEE.

1998 : **Charte Européenne du tourisme durable dans les espaces protégés** sous la houlette de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France.

Le long chemin d'une reconnaissance

2002 : Année de l'Ecotourisme par l'ONU

2004 : **label ATR** (Agir pour un tourisme responsable) créé par l'Association des Tour-opérateurs thématiques (ATT)

2007/2011 : **Grenelle de l'environnement** : le tourisme en discret filigrane des deux lois Grenelle 1 et 2.

2007 : naissance de la **Journée mondiale du tourisme responsable**, et des **Trophées du tourisme responsable** (Voyages SNCF).

2012 : **Qualité Tourisme** : les critères du développement durable figurent parmi les engagements des Offices de Tourisme

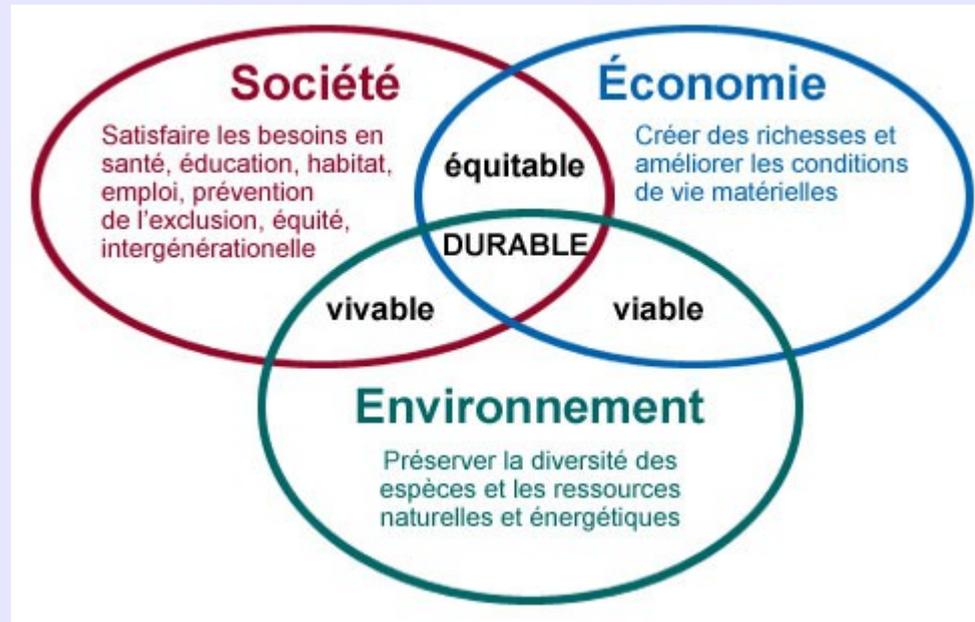
2012 : Dans le cadre de la Stratégie nationale pour la Biodiversité : réalisation du **Guide Biodiversité et Tourisme** à destination des acteurs publics et privés

Tourisme durable :

Quelles sont vos propres représentations ?

Quelques définitions

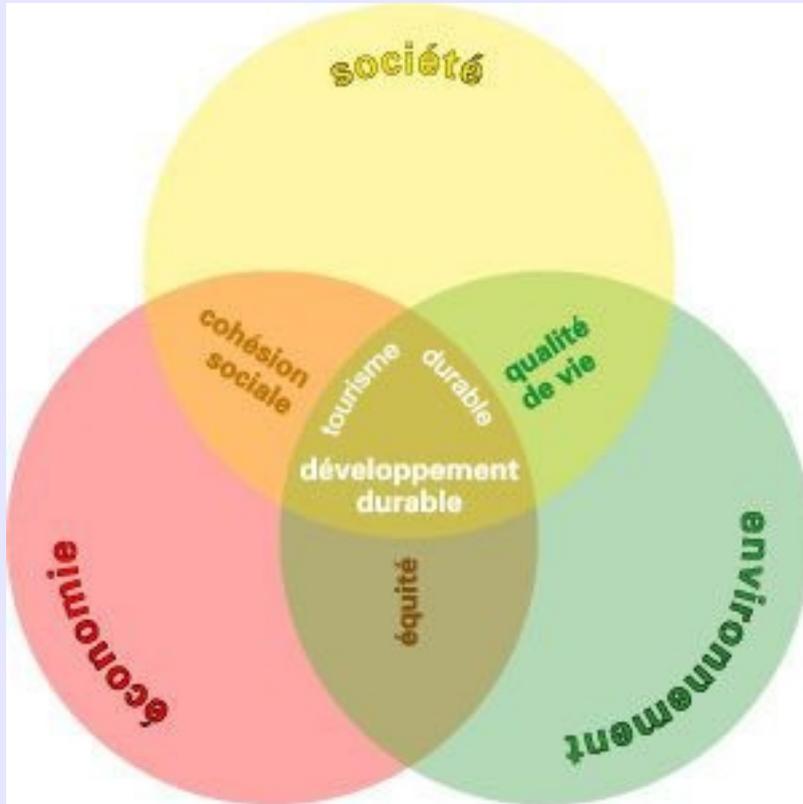
Développement durable :



Quelques définitions

Tourisme Durable (ou tourisme responsable) :

« Le tourisme durable consiste tout simplement à appliquer les principes du développement durable à toutes les formes de tourisme. »



1. **exploiter de façon optimum les ressources** de l'environnement en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité.
2. **respecter l'authenticité** socioculturelle des communautés d'accueil et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles.
3. **assurer une activité économique viable** sur le long terme.

Quelques définitions

Ecotourisme :

*« L'écotourisme est une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales »
International Ecotourism Society (1991).*

Motivations : observer la nature, apprécier les paysages et rencontrer la population.

Fondé sur l'Éducation à l'Environnement des touristes comme des populations locales.

Organisé pour des **groupes restreints** par de **petites entreprises locales** spécialisées.

Favorise la **protection des zones naturelles**, et veille au **bien être des populations locales**.



Quelques définitions

Tourisme équitable et solidaire :



« Le tourisme équitable permet aux populations locales de tirer davantage de bénéfices socio-économiques du tourisme, car il est développé grâce à leur forte implication, dans le but d'améliorer leurs conditions de vie. »

Les principaux acteurs de ce domaine sont regroupés au sein de l'ATES.

Représentations, exigences et comportements des consommateurs

Sources :

Etude ODIT France mai 2009. Altéa « Les Français et le Tourisme Responsable »,

Synthèse de l'étude annuelle TNS Sofres / Voyages-sncf.com et Routard.com Mars 2009

Credoc « Tourisme durable, l'idée d'un voyage idéal » Octobre 2011

« Les Français et le Tourisme responsable » : étude Harris Interactive pour Voyages Sncf
et le Guide du Routard, Octobre 2012

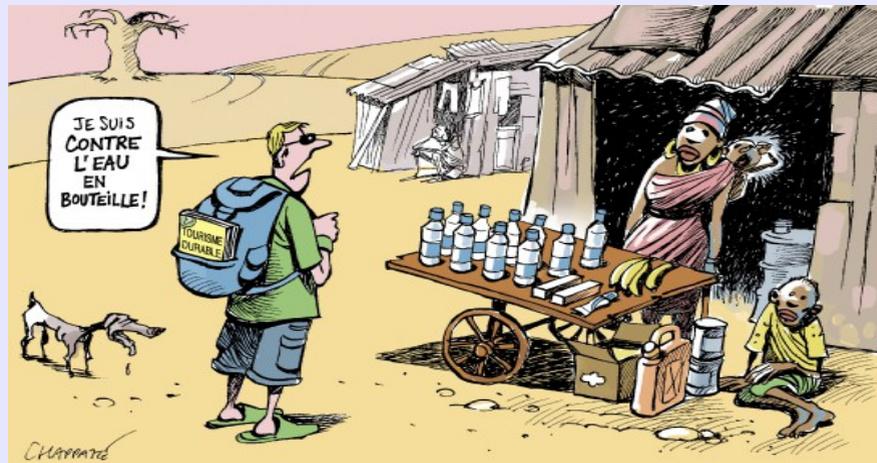


Illustration : Chappatte

Une notoriété en forte progression

**La notion de développement durable progresse fortement dans l'opinion :
33 % de notoriété en 2002, 78 % en 2007 !**

La notoriété du tourisme durable également :

- 27% des voyageurs français déclaraient avoir une bonne connaissance du tourisme responsable en 2007,
- 59 % en 2008,
- 60 % en 2009
- **84 % en 2012**

Et avec la notoriété, une certaine frustration :

- Difficile pour 64 % des français de trouver une offre en tourisme durable

Des représentations encore floues ... et des idées reçues

Plus cher et moins confortable

Du bénévolat au service
de projets solidaire

C'est loin, ailleurs

Mais aussi des valeurs mieux identifiées

C'est d'abord environnemental et respectueux : nature préservée,
maîtrise des déchets, économies d'énergie.

C'est éducatif

Un lien avec un territoire «plutôt à la campagne », un fort ancrage local
Des relations « vraies » avec la population

Des petits hébergements, sains, bien intégrés, valorisant les produits locaux

De fortes retombées pour l'économie locale

Sobriété des dépenses

Des labels reconnus et gages de confiance mais insuffisamment connus :
marque des Parcs, Pavillon Bleus, Cléverte, Ecolabel, ATR

Des intentions mais un passage à l'acte difficile

75% d'européens prêts à acheter des produits « verts »

68 % des français prêts à privilégier une destination en faveur de l'écologie

86% des français prêts à adopter un comportement d'éco-consommateur sur le lieu de séjour

- 17 % uniquement d'européens ont déjà acheté des éco-produits.
- Compensation carbone : en France : 63% connaissent mais 2% pratiquent
- 3% des touristes de Trip Advisor déclarent avoir déjà choisi un hôtel ayant une démarche écologique
- De grands écarts de comportements au quotidien et en vacances
- On renonce difficilement au transport aérien, sauf sur place...



Mais une demande qui s'affirme et se précise

90% des Français attendent avant tout de leurs vacances un contact avec les populations locales

90% d'entre eux estiment que le respect de la nature est primordial, autant que le dépaysement.

11 à 40% des touristes sont prêts à payer plus cher (+ 5 à 10%) ou à faire un choix très spécifique.

56 % des Français prêts à privilégier un hébergement disposant d'un écolabel

20 % de touristes français consommateurs de produits de tourisme durable.

Les plus sensibles :

- CSP +
- Plutôt sensibilité à gauche, EELV
- Les seniors
- Les couples sans enfants

Des facteurs limitant à prendre en compte

Connaissance encore approximative de l'offre en tourisme durable

Offre confidentielle : 1% des hébergements, peu d'opérateurs, peu de lisibilité et de visibilité

Une offre perçue comme trop chère pour 53% des français et peu attractive pour 50 %

Des labels nécessaires mais encore peu identifiés

Des arbitrages individualistes et à court terme

Encore trop identifié à du sacrifice ou du militantisme

Peur du spartiate et du green-washing

Minimisation de l'impact personnel par rapport aux impacts collectifs

Agir sur les source de motivations



- Rassurer sur le produit : prix (pas plus de 10% plus cher), accès, confort.**
- Des labels crédibles et limités prouvant l'engagement réel de l'opérateur.**
- Démontrer l'intérêt pour le client.**
- Valoriser le lien fort avec le local et les spécificités du territoire.**
- Communiquer sans moraliser en s'appuyant sur les OT.**
- Faciliter les éco-gestes par des dispositifs séduisants.**

A retenir en synthèse

Une adhésion générale au concept de tourisme durable d'une très grande partie des touristes.

Cependant des freins nombreux : mauvaise connaissance, concepts mal identifiés, peur de se faire avoir, idées reçues, arbitrages, ...

Des décalages importants entre le déclaratif et la réalité.

Un besoin très fort d'information objective et de preuves.

Une absence de motivations « plaisir »,

Une prise en compte du « local » très prégnante au niveau produit, social, environnemental et économique.

Enjeux stratégiques

Pour un territoire : répondre à des enjeux de développement local et de préservation des ressources



Sur un plan économique :

- Maximiser les retombées locales ressources locales
- Contribuer à une meilleure répartition géographique et saisonnière des flux touristiques

Sur le plan social :

- Synergies d'investissements touristes et habitants
- Préserver le cadre de vie
- Valoriser l'emploi et les ressources humaines
- Réduire les conflits d'usage

Sur le plan environnemental :

- Générer des revenus pour préserver le patrimoine
- Préserver les ressources naturelles
- Contribuer à l'Éducation à l'Environnement



Développer une image valorisante à condition d'être crédible

Enjeux stratégiques

Pour les opérateurs : un projet d'entreprise global



Au service d'un positionnement clair et valorisant :

- Meilleure visibilité de leurs engagements
- Être tourné vers l'avenir
- Se distinguer de la concurrence
- Anticiper sur l'évolution des marchés



Au service d'une culture d'entreprise :

- Des valeurs fédératives pour les salariés
- Contribution au bien être des clients et des salariés

Au service de coûts de gestion rationalisés

Et de coopérations sources de synergies et de développement inter-entreprises

Mais des professionnels encore insuffisamment informés et accompagnés

Documents, magazines et ouvrages de référence :

- Sensibilité des clientèles françaises au tourisme durable. Altéa. ODIT France. Mai 2009.
- Les Français et le Tourisme responsable. Synthèse étude Tourisme SNCF, SOFRES, Le Routard. Mars 2009.
- Le « Tourisme durable », l'idée d'un voyage idéal, Credoc, Isabelle Van de Walle 2011
- Les Français et « le tourisme responsable » Sondage Harris Interactive pour Voyages-sncf.com / Routard.com (Trophées du Tourisme Responsable 2012)
- Charte du tourisme durable (comité 21 Lanzarote 1995).
- Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés.
- Charte éthique du voyageur (ATR 2004).
- Agir Ensemble pour un tourisme durable, Comité 21 AFE. 2008.
- Vers un tourisme durable, guide à l'usage des décideurs, Programme des Nations Unies pour l'Environnement, OMT. 2006.
- Du tourisme durable au tourisme équitable, quelle éthique pour le tourisme de demain ? Bernard Schéou (Editions De Boeck, collection Les métiers du tourisme).

Sur le web :

Association Française d'Ecotourisme : [www. ecotourisme.info](http://www.ecotourisme.info)

Agir pour un tourisme responsable : www.tourisme-responsable.org

www.ecotourisme-magazine.com

Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire : www.tourismesolidaire.org

Société Internationale d'Ecotourisme : www.ecotourism.org

www.coalition-tourisme-responsable.org

<http://www.cdurable.info>

<http://www.tourisme-durable.org>

<http://www.voyageons-autrement.com>

www.comite21.com

www.laclefverte.org

www.eco-label.com

www.pavillonbleu.org

www.tourisme-handicaps.org

Merci de votre attention

