

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## Synthèse #NADOT19

Les 11 et 12 avril 2019, les directrices et directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine se sont réunis à Sarlat pour le #NADOT leur rendez-vous annuel. L'ordre du jour était très clair : "les offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine s'engagent pour le climat".

Après deux jours d'échanges, de témoignages, de discussion, les participants ont formulé de nombreuses propositions qui sont contenues dans ce document.

### **Cette synthèse est organisée de la façon suivante**

Introduction	Page 2
1 - Les constats	Page 3
2 - Les propositions d'action	Page 7
3 - Les propositions à travailler avec les partenaires de Nouvelle-Aquitaine	Page 17

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## Introduction

En 2018, 1.4 milliards de touristes ont voyagé dans le monde, soit 6% de plus que l'année précédente. Les conséquences sur la planète sont préoccupantes et l'ensemble des acteurs touristiques ont leur part de responsabilité.

La Région Nouvelle-Aquitaine a inscrit dans son Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs la volonté de devenir la 1ère destination touristique durable française. Le tourisme durable est inscrit en transversalité dans les axes de ce schéma.

Au niveau local, de nombreux territoires sont engagés dans une politique de développement durable (territoires TEPOS, PNR,...). 100% des offices de tourisme sondés en Nouvelle-Aquitaine ont déclaré mener des actions en faveur d'un tourisme durable. Ces actions s'échelonnent de "petits pas environnementaux" à des stratégies dont le fil rouge est l'écotourisme.

**Alors, comment les offices de tourisme peuvent-ils s'engager pour un tourisme plus durable ? Quel rôle peuvent-ils jouer dans le virage à prendre pour les territoires ?**

C'est la raison pour laquelle 80 dirigeants des destinations néo-aquitaines (offices de tourisme, ADT/CDT et CRT) se sont réunis, à Sarlat, les 11 et 12 avril 2019 pour le #NADOT19. Au programme : une conférence inspirante, huit ateliers thématiques, un débat sur le tourisme international et une synthèse pour s'engager.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## 1. Les constats

- Gestion durable des structures

90% des structures répondantes au questionnaire préalable déclarent inciter les équipes à adopter un comportement responsable au sein des structures.

**Dans les projets de structure et dans la stratégie d'achats, par exemple, peu nombreuses sont les structures à s'être lancées.** S'il n'est pas question d'attendre d'être exemplaire à 100% pour accompagner les acteurs locaux, un minimum est requis pour être en capacité de les inspirer.

- Zéro papier

“J'imprime donc je suis” est encore fortement ancré dans l'imaginaire collectif. Il existe cependant des solutions pour le zéro-déchets : le numérique (réseau d'écrans), le zéro papier : **les changements de comportements sont finalement rapides lorsqu'il sont bien communiqués.**

- Sensibilisation des visiteurs

**60%** des structures répondantes au questionnaire préalable déclarent **sensibiliser les visiteurs à adopter un comportement responsable** sur leur destination. Les autres acteurs touristiques ont globalement engagé aussi le virage de l'information client.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



Il est nécessaire de tenir compte de deux éléments : **la cohérence de l'action** (je dois être exemplaire si j'invite mes clients à faire de même) et **la clarté du message communiqué** (un subtil dosage pour responsabiliser sans culpabiliser).

La communication touristique doit inciter le visiteur à **respecter son environnement temporaire, par le respect de gestes quotidiens** (opération zéro mégots à Biscarosse) **comme par le respect de règles "locales"** (la taille des coquillages pour la pêche à pied, le respect de la faune en espace protégé).

- Accompagnement des prestataires

**60%** des structures répondantes au questionnaire préalable déclarent **accompagner et sensibiliser les professionnels du tourisme** qui souhaitent s'engager dans le tourisme durable. Cela passe aujourd'hui par les appels à projet NOTT et ce qu'ils permettent en terme d'animation territoriale, des réunions et formations sur les éco-gestes, un accompagnement à la labellisation, des partenariats avec des professionnels engagés.

Le constat est qu'il est déjà trop tard pour sensibiliser : **il faut faire, mettre en action le projet, dans lequel le** tourisme durable est transversal. La légitimité de l'office de tourisme doit être naturelle sur cet accompagnement.

- Gestion des flux

La théorie du ruissellement en tourisme n'existe pas. Du moins, elle n'existe pas naturellement. C'est ce que nous prouvent les exemples de Bordeaux ou du Pays Basque. **Il faut la provoquer par une offre différente et faciliter le déplacement des visiteurs sur les sites moins fréquentés.** Il y a une culture collective à changer.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



**Seulement 20% des répondants au questionnaire préalable au NADOT estiment que leur destination souffre d'une sur-fréquentation touristique.** La plupart d'entre eux n'ont pas de solutions pour répartir ce flux : *"Il faut faire au mieux"*, *"On attend que ça passe"*. Néanmoins, certains essaient par le développement des offres hors saison, l'incitation des visiteurs à découvrir les sites aux meilleurs moments de la journée, l'orientation vers d'autres activités en lien avec leur demande. Terra Aventura, ou encore Chilowé sont des solutions permettant de diffuser ces flux.

- Mobilités douces

Les touristes ne se déplacent plus comme avant. Comment s'organiser pour accueillir des gens qui viennent sans voiture ? Comment franchissent-ils le dernier kilomètre ? 1 urbain sur 2 est prêt à se débarrasser de sa voiture de façon définitive : la population est prête à changer, pourquoi pas les touristes ?

**Le constat au niveau local est une faible interaction entre les acteurs touristiques et les acteurs des mobilités.** Ils ne se connaissent pas et communiquent donc peu sur l'existant. Si la plupart des décisions sont hors du champ de compétence direct des offices de tourisme, celui-ci peut être un acteur de l'aide à la décision et se positionner comme aiguilleur et facilitateur.

- Indicateurs : repenser le modèle de performance

**La performance des entreprises est principalement basée sur des données chiffrées et des données financières : CA, marge, retombée.** C'est d'ailleurs le point d'achoppement des élus et techniciens, lorsque l'on pose la question qui fâche : combien le tourisme génère-t-il de retombées économiques sur le territoire ? Pire : combien l'OT génère-t-il de retombées économiques sur le territoire ? La performance des territoires touristiques est largement basée sur sa fréquentation (le top des destinations,...).

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



**Et si nous changions de modèle de performance ?** Et si, pour juger de la performance d'une destination touristique, nous jugions plutôt sa capacité à adopter un modèle durable. Et si, pour juger de la performance d'un office de tourisme, nous jugions plutôt de sa capacité à fédérer un réseau d'acteurs et à générer un impact environnemental positif ? Des critères durables peuvent être intégrés à nos outils d'évaluation, reste à en définir les items.

- Communication

S'engager dans le tourisme durable en tant qu'institutionnel du tourisme peut parfois être compliqué. Selon les répondants au questionnaire préalable au NADOT, **les principales contraintes pour s'engager** sont le manque de temps, le manque d'expertise, les difficultés à engager les socio-professionnels, le coût financier, la difficulté à mettre en place une stratégie collective (ce n'est pas une préoccupation majeure pour tout le monde).

D'où la nécessité de mettre en oeuvre une stratégie de communication efficace pour engager les partenaires et les visiteurs dans le tourisme durable. Il est nécessaire de convaincre toutes les cibles : équipe, administrateurs, élus, prestataires, habitants, acteurs locaux. Pour cela, jouer sur la cible et penser à des arguments complémentaires : neutres, positifs, émotionnels, organisationnels.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## 2. Les propositions d'actions

### 1. Je m'engage dans ma structure

Objectif exemplarité pour un office de tourisme écoresponsable : cela concerne aussi bien l'équipe, du point de vue des gestes éco-responsables, que de la qualité de vie au travail, du bâtiment d'accueil, des achats responsables. Le zéro-papier peut être un objectif, à atteindre en plusieurs étapes.

Les actions :

- Les éco-gestes au quotidien : carafe d'eau et mugs à la place du plastique, réduction du papier sur les animations, utilisation de produits ménagers écologiques, amélioration de la politique de tri, meilleure gestion de la documentation, éteindre les lumières, écrans,...
- La réduction d'énergie : généraliser le covoiturage, réaliser un bilan carbone de la structure, travailler à réduire la pollution digitale (suppression mail, réduire fichiers doublons), acquérir un véhicule électrique pour la structure, mettre en place le télétravail pour limiter certains déplacements professionnels et travail-domicile.
- La qualité de vie au travail : une réflexion globale sur la qualité de vie au travail pour le bien-être des salariés, qui seront plus engagés.
- Les documents-cadre : charte de valeurs, politique d'achat en consommation locale et circuits courts (internes et boutique), gestion des déchets, consommation locale, recensement des pratiques écologiques sur le territoire, ambassadeurs du tri.
- Le zéro-papier : proposer une réelle mutation pour les BIT (adapté sur certains lieux/types de territoires : dès lors qu'on délivre l'info attendue dans de bonnes conditions cela fonctionne) et travailler sur la durée de l'information (on choisit le média en fonction de la durée de vie de l'information).

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## Les bonnes pratiques :

- Parc Naturel des Landes de Gascogne :
  - analyser ses actions grâce à une matrice de diagnostic (en ordonnée : Impacte faible, impact fort et en abscisse : facilité de mise en oeuvre). Ce qui a un impact fort et qui est facile à mettre en oeuvre est prioritaire.
  - classement des idées (simples sans risque, visant l'amélioration et nécessitant réflexion, en rupture/hors cadre, impossibles/irréalisables), vote pondéré et proposition d'un plan d'actions réalisable
  - le catalogue de petits pas écoresponsables : "ça commence par moi"
  - les challenges de l'équipe
  - le recyclage de la documentation par des associations locales
- Sancy (Puy de Dôme):
  - mise en place d'un réseau d'écran : 80 écrans dans les points accueil identifiés (ski-shop, hébergements), mise à jour avec programme adapté ou non à chaque lieu, lieux choisis pour la fréquentation / passage fréquent / temps d'attente. Le modèle économique : le prestataire fournit l'écran et l'OT fournit le player. Le fonctionnement : publicité non intrusive, à caractère d'info touristique, l'intérêt est interne aussi pour l'information des personnels, pas de son, mise à jour automatique.
- Médoc Plein Sud :
  - Accueil mobile zéro papier testé en 2018. Problématique de départ : comment être présent sur cet espace sans avoir le droit de s'installer en dur et en ne produisant pas de déchets ? La solution : La pignotte, un camion aménagé zéro papier avec wifi, renseignement via sms, mms, mail, whatsapp,...
- Limoges Métropole et Coeur de Bassin :
  - un groupe de travail interne sur la qualité de vie au travail
  - un repositionnement de son management au service des équipes

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



Les indicateurs :

- % réduction du plastique (vers le zéro plastique à échéance raisonnable)
- kg déchets produits
- % achats éco-responsables (écolabel, bio ou local)
- % diminution de la consommation d'énergie (idée : reverser le delta aux salariés)
- égalité homme / femme (salaires,...)
- équité dans le télétravail
- % diminution du taux d'absentéisme et arrêts maladie
- satisfaction salarié (3 items = environnement de travail, interactions, missions)

96 % des participants s'engagent à adopter une gestion plus responsable au quotidien. C'est déjà le cas pour 24% d'entre-eux.

## 2. Je sensibilise les visiteurs

L'office de tourisme doit avoir un rôle de facilitateur et de fédérateur pour faire adopter de nouveaux comportements aux visiteurs. Il passe d'une mise en oeuvre au niveau des équipes à une sensibilisation des visiteurs, qu'il inspire par une communication adroite. Responsabiliser sans moraliser.

Les actions :

- Proposition systématique d'envoi des informations touristiques par mail ou autre média numérique
- Sensibilisation aux éco-gestes sur les outils d'accueil
- Utilisation de la technique de "nudge marketing" pour influencer les comportements
- Proposer des offres de mobilités alternatives pour venir / se déplacer
- Expliquer la démarche engagée par l'office comme une action innovante et positive
- Incitation à utiliser les monnaies locales

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



Les bonnes pratiques:

- Destination Vendée Grand Littoral :
  - des défis à réaliser chaque semaine en équipe, une diffusion de ces défis auprès des visiteurs et des prestataires par des jeux sur les réseaux sociaux et le partenariat avec une association de surf écolo, un rappel des éco-gestes sur chaque outil d'accueil (éditions, site web, horaires des marées,...)
- Bil Ta Garbi, le syndicat des déchets du Pays Basque :
  - des actions de sensibilisation de la population et des touristes
- Biscarosse - Grands Lacs :
  - opération zéro-mégots initiée par la communauté de commune, avec l'association des commerçants, co-financée (13000€).
- Coeur de Béarn :
  - accompagnement des porteurs de projets sur l'offre de meublés, et offres groupées pour les prestataires (tri, animations, bilan carbone,...)

### 3. J'accompagne les prestataires

L'office de tourisme joue le rôle de facilitateur et de fédérateur auprès des acteurs locaux. Il accompagne et forme les prestataires touristiques aux bonnes pratiques durables, sur le plan environnemental comme humain. Il apporte là une vraie plus-value, sur des expertises qu'il maîtrise ou qu'il développe.

Les actions :

- Former les acteurs locaux aux éco-gestes
- Accompagner les acteurs locaux vers les labels pour qualifier l'offre
- Animer un réseau de prestataires engagés pour le tourisme durable et créer des valeurs communes
- Changer le marketing de services des OT auprès des prestataires : inciter les visiteurs à l'utilisation numérique de la documentation

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



- Maîtriser la donnée (cartographie, open data) et en faire un projet partagé de territoire

Les bonnes pratiques:

- Marennes-Oléron : d'un tourisme de masse à un tourisme durable
  - Méthode pragmatique : mettre en action le territoire. Coaching de prestataires sur site, label utilisé comme outil de qualification et non de communication,
  - Création d'une boîte à outils à disposition des prestataires (charte, ecolabel...) et d'une association pour la création de la grille d'évaluation en partenariat avec l'OT
  - Démarche sociale : fidélisation des saisonniers, accueil et réductions
  - Des choix dans les partenaires à embarquer ou non : il faut partager des valeurs
- Le Seignaux : positionnement durable naturel et stratégique
  - Accompagnement des prestataires dans les démarches durables (le label n'intervient qu'au final)
  - Développement des mobilités douces co-financé public-privé
  - Positionnement comme tiers-lieux pour conduire un projet durable et socialement responsable (public-privé, local-touriste)
  - Le grand projet de cartographie comme outil stratégique

Les indicateurs :

- bilan carbone global destination (émission GES)
- nb d'actions écoresponsables menées en interne et avec les prestas
- nb de prestataires engagés dans une action éco-responsable de l'OT (mesure de l'engagement de la communauté)
- nb acteurs locaux mis en avant pour leurs démarches
- nb lits ecolabellisés

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## 4. J'influe sur le choix de ma collectivité

L'office de tourisme a un impact territorial : il sert d'outil d'aide à la décision auprès de sa collectivité et des acteurs publics. Il agit comme aiguilleur pour le territoire et devient militant. On ne donne pas uniquement au touriste ce qu'il veut mais on propose ce que l'on est. Sur la question des mobilités, la stratégie doit être globale : on ne dissocie pas les touristes des locaux. Les problématiques sont plus ou moins saisonnières mais il faut une démarche globale (sur le cyclable comme sur les transports en commun).

Les actions :

- Recenser l'offre de mobilité existante pour mieux connaître, coordonner les services existants et faciliter les flux
- Intégrer les opérateurs de transports dans les instances de décision et de travail de l'office de tourisme, et inversement
- Engager des négociations avec la SNCF pour maintenir les rames équipées pour le transport de vélo et anticiper l'implantation des locations de vélo dans les gares.
- Travailler des partenariats avec les acteurs privés (transport de bagages,...)
- Considérer l'habitant et le touriste au même titre
- Développer l'offre de mobilité douce, de slow-tourisme et les offres alternatives
- Accompagner les porteurs de projet en amont pour une offre durable

Les bonnes pratiques du réseau sur la gestion des flux :

- Pays Basque
  - lancement d'un « Euskal pass » sur le modèle des city pass urbain
  - la gastronomie comme vecteur de mobilité sur le territoire
  - création d'une nouvelle carte touristique, mis en avant avec des territoires moins connus
  - valorisation de la langue basque, qui permet de créer du récit, de l'imaginaire.
- Terra Aventura : la gamification comme outil de gestion des flux

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



- 2018 : 300 parcours – 700 000 joueurs – 58 000 nouvelles équipes (la fraîcheur du jeu) – 100 % du territoire couvert - 50 % des joueurs passent une nuit en dehors de leur domicile (dont 34 %, TA est la seule raison du séjour) : création de séjour. 41 % sont des primo visiteurs sur le département et 91 % pensent y revenir.
- 2019 : création de 100 nouveaux parcours – 1 million de joueurs
- 3 résultats majeurs :
  - fréquentation toute l'année et ailes de saison
  - diffusion des flux sur des territoires très confidentiels
  - une véritable itinérance entre les destinations
- OT Aunis Marais Poitevin : la micro-aventure avec Chilowé
  - Partenariat avec le PNR Marais Poitevin pour implanter « Chilowé »
  - C'est un guide papier avec des expériences à faire, à vivre, mettre en avant la rencontre que les utilisateurs vont tester à partir de juin 2019 - « L'aventure ça se passe ici, pas loin, avec pas grand-chose »
  - Avantages
    - Préservation de la nature, transports doux
    - Ça pousse des lieux peu fréquentés en donnant l'idée du privilège
    - Les aventuriers deviennent acteurs de leurs vacances
    - La part belle à la découverte des paysages

Les bonnes pratiques du réseau sur les mobilités douces :

- Camping Dordogne - Gé Kusters
  - Partage d'une voiture électrique pour les déplacements de ses clients non-véhiculés : plateforme drivy.com. Une action porteuse en termes d'image, qui n'est pas rentable directement, mais permet d'augmenter la durée de séjours.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



- En projet: "campings de recharge" qui seraient des lieux multi-services ouverts aussi aux habitants. Environ 50 campings en Dordogne ont accepté le projet.
- Bassin d'Arcachon : comment associer préserver et promouvoir ?
  - Projet sociétal autour de la stratégie de marque : tourisme et habitants, pour valoriser la diversité économique. Il y a désormais des engagements à tenir pour devenir partenaire de la marque (contrat de licence à signer).
  - 250km de pistes cyclables, la mairie d'Arcachon propose un vélo électrique par foyer. Cela génère des achats de vélos supplémentaires aux privés.
  - Sensibilisation des habitants/touristes sur les difficultés de mobilité sur le territoire du Bassin et mise en place du "Dune express" l'été pour 1€ depuis la gare d'Arcachon.

## 5. J'évalue

Le modèle de performance éco-responsable est à inventer. De nombreuses pistes existent déjà dans des structures aux organisations hybrides (engagement des partenaires, achats responsables), ainsi que sur des sujets précis (la qualité de vie au travail, les énergies). **La réflexion doit donc se poursuivre au sein de groupes de travail existant pour le choix de ces indicateurs**, et la diffusion très large aux structures de Nouvelle-Aquitaine.

Les actions :

- Proposer une nouvelle mesure de la performance éco-responsable
- Intégrer cette réflexion au travail en cours avec la commission observation et le club indicateurs d'Offices de tourisme de France.

Les thématiques et indicateurs :

- Mobilités

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



- Vie locale et dynamisme économique
- Management participatif
- Gestion des flux / Capacité de charge
  - taux de fonction touristique
- Bien-être au travail
  - égalité homme / femme (salaires,...)
  - équité dans le télétravail
  - % diminution du taux d'absentéisme et arrêts maladie
  - satisfaction salarié (3 items = environnement de travail, interactions, missions)
  - évaluation de la santé au travail et des RPS
- Qualité de l'emploi local
  - répartition CSP, CDI/CDD
- Achats
  - % achats éco-responsables (écolabel, bio ou local)
- Déchets
  - % réduction du plastique (vers le zéro plastique à échéance raisonnable)
  - kg déchets produits
- Énergie
  - % diminution de la consommation d'énergie (idée : reverser le delta aux salariés)
  - bilan carbone global destination (émission GES)
- Engagement des acteurs locaux
  - nb d'actions écoresponsables menées en interne et avec les prestas
  - nb de prestataires engagés dans une action éco-responsable de l'OT (mesure de l'engagement de la communauté)
  - nb acteurs locaux mis en avant pour leurs démarches
  - nb lits écolabellisés

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



## 6. Je communique

Communiquer sur son engagement, c'est faire preuve d'exemplarité pour inspirer. L'objectif est d'engager les partenaires, convaincre les élus. L'enjeu pour les offices de tourisme est la pérennité du tourisme sur leurs territoires, mais aussi de donner une image positive et novatrice à leurs structures.

Pour cela, le groupe de travail du NADOT a élaboré **une grille d'arguments en fonction de l'interlocuteur (positif, négatif, émotif, organisateur,...)**.

**Un outil de sensibilisation a été développé par le Parc Naturel des Landes de Gascogne** : le jeu "blanc manger coco" détourné version "écolo". Le principe : un joueur pioche un début de phrase. Les autres joueurs ont plusieurs options possibles. Chacun propose une fin de phrase. Le gagnant est celui qui fait le plus rire le joueur, grâce à sa phrase. De sérieuses à loufoques, ces associations d'idées combattent les idées reçues et permettent d'engager les différents sujets du tourisme durable de manière ludique.

Les actions :

- Évaluer les freins et les profils d'interlocuteurs afin d'adapter son argumentaire.
- On ne peut pas imposer sa propre conviction : il faut amener les élus comme les équipes à aller vers une attitude écoresponsable.
- Repérer des prestataires, habitants, associations du territoire qui pourraient s'impliquer au côté de l'OT dans sa démarche écoresponsable.
- Mettre en place une démarche participative, notamment pour la formation.
- Avoir une vraie cohérence entre l'engagement personnel et professionnel.
- Définir en amont des indicateurs afin de pouvoir mettre en avant les résultats positifs des actions, évaluer les progrès et ne pas s'épuiser.

# #NADOT19

Le séminaire des directeurs d'offices de  
tourisme de Nouvelle-Aquitaine

11 et 12 avril 2019 - Sarlat



### 3. Les propositions à travailler avec les partenaires de Nouvelle-Aquitaine

- Développer le jeu "blanc manger coco écolo" proposé par le PNR des Landes de Gascogne
- Intégrer un volet développement durable plus affirmé dans NOTT : critères & financement. Les PLP (Programmes Locaux de Professionnalisation) mis en oeuvre par les chefs de projets à destination des acteurs touristiques locaux peuvent être un bon moyen d'accompagner vers le tourisme durable (voir exemple du PNR Landes).
- Financer des bilans carbone pour les offices de tourisme et les territoires de Nouvelle-Aquitaine : nous serions la première région à le faire !
- S'engager de manière exemplaire : un indicateur à communiquer, à savoir le coût TER vs coût low-cost.
- Intégrer la réflexion sur la performance éco-responsable dans les réflexions de la commission observation d'OTF et du club indicateurs, en lien avec les observatoires nationaux et régionaux.
- Engager un partenariat avec l'ARACT Nouvelle-Aquitaine autour de la qualité de vie au travail (projet MONA en cours).
- Intégrer l'engagement éco-responsable dans les réflexions du Tourisme Lab et l'accompagnement des porteurs de projets.