# 2022

# LE GUIDE PRATIQUE ET INSPIRANT DE

# L'Animation Durable des DEStinations en Nouvelle-Aquitaine











#### ÉDITO

En 2019, lors du séminaire des directions des Offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine, le réseau s'est clairement positionné pour s'engager en faveur d'un tourisme plus durable. Dans un esprit de fédération, de facilitation et d'impulsion la MONA a déployé un programme dédié : ADDES pour Animation Durable des DEStinations.

Son objectif : mettre à disposition du réseau une palette d'outils pour stimuler et accompagner la transition durable.

Depuis plus de deux ans, nous voyons apparaître des petits pas et des changements radicaux de structures qu'il est temps de mettre en valeur pour continuer à inspirer et à nous engager collectivement pour un tourisme responsable en Nouvelle-Aquitaine.

Je vous souhaite une excellente lecture à tous et à bientôt avec l'équipe de la MONA!

Nicolas Martin, Président de la MONA



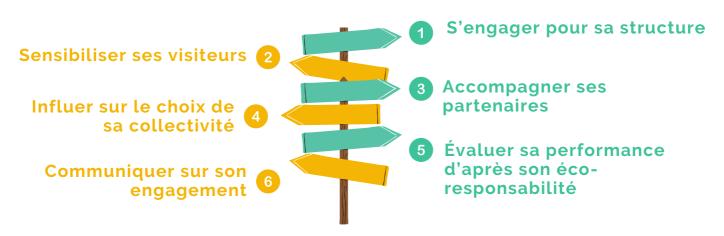
Page 4	<u>Présentation du guide</u>
Page 5	<u>Le programme ADDES et les outils à ne pas manquer</u>
Page 6-7	<u>La MONA mène l'enquête</u>
Page 8-34	Les bonnes pratiques du réseau en fonction des 6 thématiques du tourisme durable
p 8-14	<ul> <li>1. S'ENGAGER POUR SA STRUCTURE</li> <li>Sensibiliser et former son équipe</li> <li>Mettre en place des éco-gestes au bureau</li> <li>Veiller à la Qualité de Vie au Travail (QVT)</li> <li>Utiliser les mobilités douces</li> <li>Lutter contre la pollution numérique</li> <li>Gérer sa boutique de façon durable</li> <li>Organiser un plan d'action durable</li> </ul>
p 15-21	<ul> <li>2. SENSIBILISER SES VISITEURS</li> <li>Orienter les choix touristiques</li> <li>Développer une offre touristique engagée</li> <li>Afficher les écogestes à adopter</li> <li>Limiter la distribution de brochures</li> <li>Accueillir hors les murs</li> <li>Impliquer le visiteur</li> </ul>
p 22-26	<ul> <li>3. ACCOMPAGNER SES PARTENAIRES</li> <li>Analyser l'existant et identifier ses leviers</li> <li>Accompagner vers une transition durable</li> <li>Sensibiliser et mettre en réseau</li> </ul>
p 27-28	<ul> <li>4. INFLUER SUR SA COLLECTIVITÉ</li> <li>Connaître et échanger avec son écosystème local</li> <li>Collaborer et créer des partenariats</li> </ul>
p 29-30	<ul> <li><u>5. ÉVALUER D'APRÈS SON ECO-RESPONSABILITÉ</u></li> <li>Mesurer ses actions régulièrement</li> <li>Élargir ses indicateurs</li> <li>Améliorer continuellement</li> </ul>
p 31-34	<ul> <li>6. COMMUNIQUER SUR SES ENGAGEMENTS</li> <li>Lutter contre le greenwashing et greenhushing</li> <li>Communiquer de façon responsable</li> <li>Veiller à l'accessibilité et au respect de la vie privée</li> <li>Eco-concevoir ses outils</li> </ul>



### PRÉSENTATION DU GUIDE

Ce **guide pratique et inspirant** est le fruit d'un travail commun entre la MONA (Mission des Offices de tourisme de la Nouvelle-Aquitaine) et son réseau. Nous tenons donc tout d'abord à leur adresser un **grand merci** pour leur participation et leur engagement vers un tourisme plus durable.

C'est en avril 2019, lors du NADOT19 (le séminaire des directeurs de Nouvelle-Aquitaine) que le sujet du **tourisme durable** a été pour la première fois mis sur le devant de la scène. En effet, 80 dirigeants de structures néo-aquitaines se sont réunis sur deux jours autour de la question suivante : comment les offices de tourisme peuvent-ils s'engager en faveur de la planète ? En réponse : des conférences inspirantes, des débats sur l'avenir du tourisme et des ateliers thématiques qui ont permis de dégager une **feuille de route au travers de 6 grands axes d'engagement :** 



Deux ans plus tard, le sujet du durable est plus que d'actualité. Le GIEC vient juste de sortir son dernier rapport dont les résultats sont catastrophiques. Il est temps d'agir. Toutes les actions comptent, y compris les petits gestes quotidiens. L'objectif de ce guide est justement de valoriser toutes les initiatives, expérimentations, actions et projets du réseau en faveur d'un tourisme plus durable. Nous espérons qu'il vous inspirera autant qu'à nous lorsque nous avons découvert ces 149 initiatives.

Enfin, nous tenons à adresser un **merci particulier** à Chloé Bonhoure, en stage à la MONA sur la période de février à août 2021, qui a s'est entretenue avec un grand nombre d'entre vous puisqu'elle a administré le questionnaire qui a permis la réalisation de ce guide.

### LE PROGRAMME ADDES

Pour initier les premières actions de la feuille de route élaborée lors du #NADOT19 la MONA a lancé le <u>programme ADDES</u> (Animation Durable de DEStination) qui a pour vocation d'accompagner le réseau à prendre en main leur stratégie de tourisme durable.

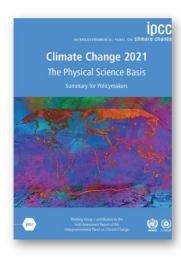


Ce programme se veut **accessible à tous salariés du réseau**, peu importe sa fonction ou sa mission. Il traite donc de thématiques diverses et variées : sensibilisation des collaborateurs au tourisme durable, gestion de la structure responsable, sensibilisation des visiteurs, accompagnement des partenaires, gestion des outils de communication, dépollution numérique ou encore élaboration d'une stratégie durable sur son territoire,

Toutes ces thématiques sont abordées via une palette d'outils afin d'**engager les structures au travers des 3 piliers du développement durable** et répondre aux défis suivants : préserver l'environnement, promouvoir une économie responsable et favoriser la cohésion sociale.

### LES OUTILS À NE PAS MANQUER

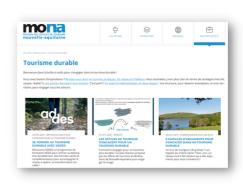
En complément de ce guide nous vous invitons à consulter les ressources suivantes (cliquables) qui vous apporterons davantage de détails sur l'enjeu d'un tourisme plus durable pour notre secteur touristique.



Le dernier rapport du GIEC (sorti en août 2021)



Le manifeste de la fédération nationale (sorti en septembre 2021)

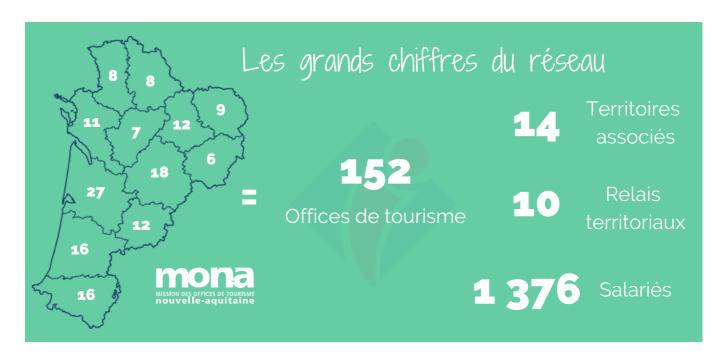


La rubrique Tourisme durable du centre de ressource de la MONA

A venir en Novembre 2021 : l'étude tourisme durable en Nouvelle-Aquitaine

### LA MONA MÈNE L'ENQUÊTE

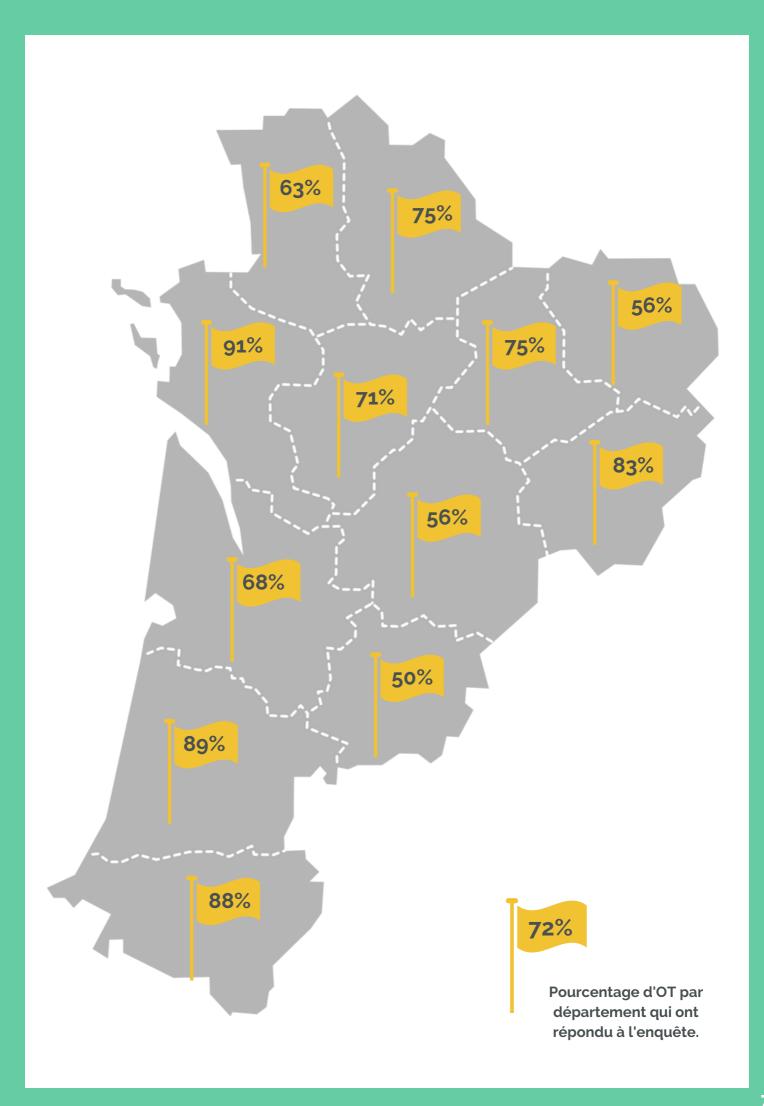
Entre avril et août 2021, la MONA a réalisé une enquête afin de mieux cibler les attentes et besoins mais aussi de récolter les bonnes pratiques en matière de développement durable du réseau qui pour rappel se compose de :



L'enquête a été diffusée à <u>l'ensemble du réseau néo-aquitain</u> par un **questionnaire en ligne**, puis par des **entretiens téléphoniques** pour aller plus loin sur les bonnes pratiques avec les répondants volontaires. Ce guide se fait le témoin des 125 résultats qui ont été traités avec des analyses sémantiques. L'objectif est de valoriser les actions mises en place par le réseau en fonction des 6 grands thématiques d'engagement du NADOT19.

Au total, prés de 30% du réseau n'a pas répondu à l'enquête. Ce qui est majoritairement dû à manque de temps. Seules 5 structures nous ont témoigné un manque d'intérêt pour la thématique.







# S'ENGAGER POUR SA STRUCTURE

41%

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

MÈNENT UNE SENSIBILISATION INTERNE SUR LE DURABLE Avant de sensibiliser les touristes et partenaires au tourisme durable, faut-il déjà être engagé soi-même. C'est le fameux "ça commence par moi" et pour cela la première étape est d'être sensibilisé aux notions de tourisme durable mais également proactif. Le tout, en faisant du durable une véritable stratégie interne prise en compte au quotidien.

### → Sensibiliser et former son équipe

Pour faciliter l'application des <u>écogestes par son équipe</u>, il est indispensable qu'elle soit **sensibilisée à la thématique du développement durable en amont.** Cela peut se faire par quelqu'un de la structure déjà engagé ou bien par une aide extérieure (association, acteur engagé, entreprise dédiée...).

Afin d'ancrer le changement cette sensibilisation devra évoluer vers de la **formation** afin d'avoir de véritables **référents** en interne capables de veiller au respect des actions et de <u>challenger les différents collaborateurs</u>.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Sensibilisation trimestrielle de l'équipe au développement durable (écologie numérique, achats durables, impressions) OT Grand Châtellerault
- Formation d'un membre de l'équipe et formation collective au durable OT du Pays Haut Limousin
- Réalisation d'un micro-learning avec <u>Bienvenue ici !</u> pour sensibiliser les équipes, collaborateurs et saisonniers à l'accueil et au développement durable OT Bisca Grands Lacs
- Sensibilisation de l'équipe avec la réalisation d'une fresque de la biodiversité- OT Niort Marais Poitevin
- Mise en place de défis écologiques mensuels au sein de l'équipe OT Agen
- Formation en interne régulière de l'équipe par le référent durable (tri des déchets, pollution numérique, communication responsable...) MONA

#### → Mettre en place des éco-gestes au bureau

Dans nos locaux de travail entre le chauffage, l'informatique, les papiers, la boutique, l'entretien ... Tous ces aspects ont un impact environnemental car ils consomment de l'énergie et des matières premières.

Avec en moyenne 200 jours / an passés au travail, il est temps d'agir! Pour vous accompagner dans le recensement des écogestes à appliquer au bureau, l'ADEME met à disposition un "guide éco-responsable au bureau".





Limitation de la distribution de brochures et choix d'un papier labellisé - OT du Pays de Lauzun Engagement dans une démarche de labellisation (ISO 20121) - OT de Bordeaux Métropole

Création d'un guide des écogestes en interne - OT Entre-Deux-Mer

Mise en place d'un lombricomposteur - OT Limoges Métropole LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

Mise en place d'une
charte interne des
écogestes et partage
aux collègues,
saisonniers, partenaires et
direction - OT Seignanx

Choix de **produits d'entretien éco- responsables** OT Mimizan

Appel à des entreprises spécialisées ou en réinsertion sociale pour trier les déchets de fonctionnement - OT Pays De Fénelon En Périgord Noir Choix de
fournitures
durables - OT
Lascaux
Dordogne Vallée
Vézère

86 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ONT ADOPTÉ DES ÉCOGESTES EN INTERNE

#### ➡ Veiller à la Qualité de Vie au Travail (QVT)



S'engager dans le durable c'est aussi, voire avant tout, s'engager dans la durabilité des métiers, des emplois et dans les hommes et les femmes qui font notre réseau.

En effet, s'engager en faveur du développement durable revient à prendre en compte les 3 piliers, dont le social qui est un objectif à part entière. Afin d'engager durablement les salariés dans la structure, il est donc essentiel de travailler sur la notion de bien-être et de <u>qualité de vie au travail</u> afin que cette dernière devienne un véritable vecteur d'épanouissement personnel.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

- Partenariat avec une salle de sport pour le personnel OT Bidart
- Développement du télétravail via une charte OT Limoges
- Gestion autonome de l'équipe du planning d'accueil OT Pays Basque
- Participation de l'équipe au Comité de Direction OT Sud Vienne Poitou
- Organisation tournante de la logistique et du contenu des réunions d'équipe -**OT Creuse Sud Ouest**
- Mise en place de binômes de collaborateurs pour lutter contre l'isolement -OT Pays Ruffecois
- QVT intégrée dans le plan d'actions de la structure OT Cambo-les-Bains
- Travail sur la culture d'entreprise et création d'un guide dédié Brive **Tourisme**
- Co-construction du <u>nouveau marketing de services avec toute l'équipe autour</u> du thème QVT et éco-tourisme - OT Coeur du Bassin d'Arcachon
- Réflexion et décision en intelligence collective d'un voyage inspirant à Limoges avec l'ensemble de l'équipe et une quinzaine de socioprofessionnels (pépites) de la destination - OT Agen
- QVT inscrit au projet associatif, espaces de discussion dédiés, accords d'entreprise et télétravail - MONA



# Zoom sur ... le programme ENTRACT



Vous êtes manager et en quête d'une pause inspirante et créative ? La MONA et l'ARACT Nouvelle-Aquitaine, vous accompagnent sur un temps long afin d'identifier et activer vos leviers sur la qualité de vie au travail pour une transformation durable de vos organisations. Déjà une quinzaine de managers ont suivi le parcours QVT avec l'ENTRACT!

#### Utiliser les mobilités douces

Les trajets domicile-travail sont le **1er poste** d'émissions de gaz à effet de serre des activités de bureau avec 12 millions de tonnes/an.

Afin de limiter cette pollution, toute structure peut commencer par développer son éco-exemplarité avec <u>les mobilités douces</u> en accompagnant ses salariés et en donnant le bon exemple lors de ses déplacements.

11 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

TRAVAILLENT AVEC LEUR COLLECTIVITÉ SUR LES MOBILITÉS DOUCES

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

Challenge mai et juin à vélo -OT Aire sur l'Adour et d'Eugénie les Bains Mise en place d'une politique interne des transports, vélos et VAE de service - OT Sarlat Périgord Noir

Prêt de vélo de la commune et challenge covoiturage de la mairie- OT Bidart

Investissement dans une voiture à 7 places - OT Cognac



Collaboration avec la collectivité et les transporteurs pour initier des changements et valoriser les mobilités touristiques durables - Pau Pyrénées Tourisme



### Zoom sur ... Les Pieds Verts Pau

Des collègues impliqués par le développement durable, soucieux de l'impact du transport dans le tourisme et amoureux de la montagne, il n'en fallait pas plus pour créer <u>@LesPiedsVerts.Pau</u> une page Facebook qui partage les bons plans et bonnes pratiques pour découvrir le Béarn et les Pyrénées en privilégiant les mobilités vertes et transports partagés.

#### → Lutter contre la pollution numérique

L'usage d'internet est indispensable dans le quotidien d'un office de tourisme, pourtant il est une importante <u>source de pollution</u> qui représente pas moins de 4% des émissions mondiales de gaz à effet de serre.

Pour vous accompagner à comprendre l'impact de cet outil, l'ADEME met à disposition son <u>guide "la face cachée du numérique"</u> vous permettant de découvrir les écogestes pour adopter une utilisation plus raisonnée du numérique.



#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Journée dédiée au tri des données numériques OT Béarn des Gaves
- Refonte du site internet pour un site éco-conçu Brive Tourisme
- Digitalisation des outils RH et budgétaire Charentes Tourisme
- Limitation du stockage des boîtes mails OT Medoc Plein Sud
- Utilisation d'une messagerie instantanée OT Terres de Corrèze
- Suppression des anciens posts sur Facebook OT Aunis Marais Poitevin
- Utilisation d'outils libres pour la bureautique quotidienne et d'une <u>cartographie collaborative</u> - OT Seignanx
- Analyse régulière de l'espace mail et de stockage MONA

# Les conseils de Jérôme, de l'Office de tourisme du Seignanx

- Apprendre à **entretenir et conserver** son matériel sur la durée
- 2 Utiliser des **logiciels en Open Source** en alternative aux géants du web
- 3 Alléger le poids de ses e-mails

"Si on veut concrètement agir à la protection de notre planète, notre utilisation du numérique doit être au coeur de nos préoccupations!"

- 4 Limiter le stockage de ses données et la consommation électrique
- 5 Utiliser des sources d'énergies renouvelables
- 6 Maîtriser et sécuriser ses données personnelles

#### → Gérer sa boutique de façon durable

16 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ONT UNE GESTION DE LEUR BOUTIQUE DURABLE

L'engagement interne des offices de Nouvelle-Aquitaine se traduit également au niveau de la gestion de leur boutique où les produits sont réalisés localement, les circuits courts privilégiés, les emballages limités et les entreprises locales, producteurs et artisans valorisés.

### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Vente uniquement de produits locaux ou à minima fabriqués et produits en France - OT Cognac & OT Creuse Sud Ouest
- Vente de produits recyclés et créés par le syndicat mixte local OT de Saintes et la Saintonge & OT Aunis Marais Poitevin
- Vente de produits en matière biodégradable OT Eaux-Bonnes Gourette
- Intégration de critères durables dans les appels d'offres et cahiers des charges pour l'achat des tenues du personnel OT Rochefort Océan
- Création d'une charte et politique des achats OT Vallée de la Dordogne
- Possibilité de payer dans la boutique avec la monnaie locale, l'Eusko OT Bayonne



# Zoom sur Mazette la boutique de l'office de tourisme de Lége-Cap-Ferret

En 2020, l'office de tourisme a eu l'opportunité de bénéficier d'un espace supplémentaire pour l'un de ses bureaux d'accueil. L'objectif était tout de suite trouvé : créer un office de tourisme boutique.

Plus de 80 références de produits ont été précieusement analysées pour trouver des **fournisseurs locaux** en priorité (ou nationaux au plus loin). Ce travail de sourcing a également permis de développer des partenariats uniques en circuit court. On y retrouve ainsi des produits inspirés par le territoire et façonnés par les acteurs locaux : pâtisserie, bijoux artisanaux, poterie, vêtement et même boule de neige fabriquée en France!

Le résultat : une boutique durable, qui permet de **contribuer au développement économique local en mettant en avant des savoir-faire locaux**.

#### Organiser un plan d'action durable

Mettre en place des actions durables dans sa structure est un bon départ mais si on veut réellement aller vers un tourisme responsable, il faut que cela soit une démarche transversale sur l'ensemble des champs d'actions de l'office. Pour cela, il faut structurer la démarche en élaborant un plan d'action détaillé, échelonné et mesurable.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Réalisation d'entretiens avec chaque membre de l'équipe pour analyser leur perception du durable - CDT des Landes
- Création d'une boîte à idées pour les salariés et nomination d'un référent afin de réaliser un plan d'engagement interne - OT Agen
- Planning et programme d'engagement avec un plan d'action à tenir suite à la réalisation du "défi Zéro Déchet pour les pros" - MONA



### - L'astuce de Béatrice du Parc Naturel des Landes de Gascogne

Analyser et prioriser vos actions grâce à la matrice "impact vs facilité de mise en œuvre". Ainsi, ce qui a un impact fort et est facile à mettre en oeuvre sera prioritaire contrairement à ce qui a un impact faible et qui est difficile à mettre œuvre.

# La checklist pour engager sa structure

EMBARQUER SON ÉQUIPE EN LA SENSIBILISANT
ENTRETENIR LA SENSIBILISATION DE SON ÉQUIPE AVEC DES ÉCO-DÉFIS
ÉVALUER SON ENGAGEMENT DANS LE DURABLE
ENCADRER SES ACTIONS AVEC UNE CHARTE INTERNE DES ECOGESTES
ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION

Après la fameuse règle des 5 R pour minimiser ses déchets, voici la checklist des 5 E de la MONA pour engager sa structure dans le durable



# SENSIBILISER SES VISITEURS

L'objectif de la sensibilisation est de "rendre quelqu'un réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas d'intérêt" (cf. Larousse).

En tant qu'acteur accueillant régulièrement du public, les offices de tourisme ont donc un rôle prépondérant à jouer, par les messages qu'ils diffusent, afin de sensibiliser les visiteurs à leur environnement temporaire.

**52** %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ESTIMENT SENSIBILISER
LEURS VISITEURS AU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE





Actions phares menées par le réseau pour sensibiliser leurs visiteurs



LIMITER LA

IMPLIQUER LE VISITEUR



**ACCUEILLIR HORS LES MURS** 

#### Orienter les choix touristiques

Conseiller le visiteur c'est aussi **faire des choix**, en prenant en compte ses envies mais également l'environnement qu'il va côtoyer. En effet, imaginons que votre visiteur est à la recherche du plus beau point de vue sur l'océan mais que malheureusement le plus beau spot à conseiller se situe en haut d'une falaise qui est petit à petit en train de s'affaisser suite à sa sur-fréquentation. Votre choix aura un impact, c'est votre rôle de sensibiliser votre visiteur et d'apporter une solution adaptée à ses envies, tout en respectant votre territoire.

D'où la nécessité de bien connaître la totalité de son offre touristique ainsi que son public afin de le **sensibiliser sans pour autant le contraindre ou le culpabiliser**. Il sera alors possible d'orienter son visiteur vers une expérience respectueuse de l'environnement, de la population et en plus qui favorise l'économie locale.



## L'astuce de la MONA :

Utiliser la <u>méthode des chapeaux de Bono</u>, une méthode d'animation créative permettant de favoriser l'expression et faisant appel à tous les profils émotionnels. Cela vous permettra d'adapter votre discours à votre public et ainsi de trouver les arguments pour sensibiliser tous les profils.







POSEZ VOTRE PROBLÉME ET ADOPTEZ TOUR À TOUR CHACUN DES CHAPEAUX POUR TROUVER ARGUMENTS ET SOLUTIONS







#### **→** Développer une offre touristique engagée

Il est essentiel d'être cohérent entre l'engagement territorial et l'offre touristique de son territoire.

En tant qu'office de tourisme, on peut donc orienter les choix mais également travailler avec des acteurs partageant les même valeurs pour mettre en place une offre touristique adaptée aux problématiques environnementales du territoire.

Ceci passe par l'accompagnement, la promotion et la commercialisation d'acteurs touristiques engagés en faveur d'un tourisme plus durable.

22 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

PROPOSENT UNE
OFFRE TOURISTIQUE
ENGAGÉE EN
FAVEUR DE L'UN
DES 3 PILIERS



Création d'une pochette rando avec des fiches randos et fiches écogestes pour découvrir le territoire en mobilité douce - OT Pays de Lauzun

Mise en place d'expériences nature exclusives avec un partenaire dédié (éco-marche, miracle morning, bains de foret...) - OT Seignosse Création de circuits itinérances douces avec le CDT - OT Périgord Limousin

Retrait de paniers de produits locaux - OT Bayonne Contractualisation avec un loueur de vélo pour favoriser la mobilité douce dans le centre et en périphérie - OT Mont de Marsan

Travail en collaboration avec le Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement (CPIE) pour proposer des visites sur la faune et la flore aux visiteurs - Creuse Confluence Tourisme

Développement d'une offre de billetterie estivale "expérience au naturel" privilégiant la rencontre avec les locaux - OT Niort Marais Poitevin

# 🔾 Zoom sur : les Poï'z écolos !

Vous n'êtes pas passé à côté du phénomène néoaquitain de géocaching Terra Aventura qui a ajouté à sa collection un badge écolo qui incite les visiteurs à ramasser les déchets rencontrés sur son passage.

On peut par exemple aller réaliser un acte écocitoyen sur le territoire de l'OT Charente Limousine sur le parcours autour des lacs de Haute-Charente!



#### Afficher les écogestes à adopter

Les outils de communication d'un office de tourisme sont nombreux : affiches. brochures, site internet, réseaux sociaux, objets publicitaires... Autant d'occasions pour afficher les écogestes liés à la préservation de la destination!

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

- Mise en avant de l'offre "envie de nature" sur un mur de l'OT OT de Noblat
- Affichage des écogestes dans les locaux OT des Portes de Vassivière
- Une page dédiée aux écogestes dans le magazine OT Haut Val de Sèvre
- Liste des écogestes en pleine nature dans le guide du randonneur OT Périgord Limousin
- Réalisation d'un cahier de vacances avec la Water Family Anglet tourisme



### - L'astuce de la MONA

Utiliser le nudge marketing pour faire passer des messages de façon ludique. Une belle occasion de sensibiliser sans pour autant culpabiliser ;-)!

C'est d'ailleurs l'astuce utilisée par la communauté de commune des Grands Lacs pour son opération "Zéro mégot" : signalétique au sol et poubelle incitant les utilisateurs à voter tout en recyclant leur mégot.



#### → Limiter la distribution de brochures

Depuis la crise sanitaire du Covid-19, un grand nombre d'offices de tourisme ont réduit voir arrêté leur distribution de brochures.

Dans un premier temps, cela a permis de répondre à une demande sanitaire mais également d'améliorer la gestion des stocks, de limiter la consommation de papier et favoriser un accueil personnalisé du visiteur.

Cependant, il faut veiller à ne pas faire de **transfert de pollution** en digitalisant toute la documentation car le numérique est

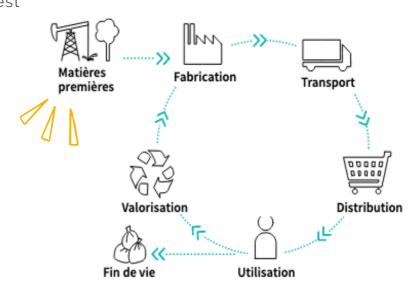
également source de pollution.

Afin de savoir quel outil sera le moins polluant entre numérique et papier il faut prendre en compte de nombreux paramètres dépendant du cycle de vie du produit comme le montre le schéma ci-contre extrait de l'ADEME et cliquable.

66 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

LIMITENT LEUR
DISTRIBUTION DE
BROCHURES PAPIER



#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Incitation à ramener la documentation pour qu'elle soit recyclée ou réutilisée -OT Grand Châtellerault
- Mise en place d'une box de recyclage de la doc OT Béarn des Gaves
- Recyclage des anciennes cartes en papier cadeau OT Saint Emilion
- Suppression des flyers et brochures et mise en place du Roadbook, une solution numérique regroupant toutes les brochures OT Destination Ile de Ré
- Développement d'outils tactiles pour éviter le papier OT Grand Périqueux
- Création uniquement de guides numériques OT Ouest Limousin
- Envoi d'information privilégié par mail OT Périgord Nontronnais
- Mise en place d'un magazine payant au lieu des flyers OT du Pays Basque
- Mise à disposition d'un seul exemplaire consultable de chaque brochure ce qui privilégie l'acte de conseil Syndicat mixte du tourisme Nord Béarn
- Première brochure touristique réutilisable (totebag) OT Medoc Plein Sud

#### → Accueillir hors les murs

C'est lors de l'acte d'accueil qu'on peut en profiter pour faire passer des messages au visiteur et entre autre l'encourager à respecter son environnement temporaire. Mais on le sait très peu de visiteurs passent la porte de l'office de tourisme. Il faut donc aller directement à leur rencontre en accueillant hors les murs : sur les lieux de passage, chez l'hébergeur, le restaurateur, le prestataire d'activités, le commerçant...

Autant d'occasions pour sensibiliser les acteurs mais aussi pour montrer le bon exemple. Cela passe ainsi par le déplacement avec les mobilités douces, l'apport de services supplémentaires (cendrier de plage, borne de tri, conciergerie...), l'implication des habitants pour donner des conseils personnalisés... Vous l'aurez compris, l'important étant d'aller au delà de l'accueil pour assurer une véritable expérience de territoire.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

Accueil par les locaux avec les PôHTes, les Points d'Hospitalité Touristiques -OT Brive Accueil en triporteur - OT Destination Ile de Ré



Investissement dans un véhicule hors les murs hybride - OT Sud Vienne Poitou Accueil hors les murs avec des QR code pour éviter d'avoir de la documentation -OT Grand Châtellerault

Distribution de cendrier de plage -Arcachon Expansion

Achat d'un véhicule électrique - OT La Teste de Buch Aménagement de sa structure comme une maison pour que le visiteur se sente à l'aise et découvre la vie locale- OT Val de Garonne Sensibilisation et récupération des bouchons et cartons à l'espace vin - OT Bergerac Sud Dordogne



# Q Zoom sur ... le SADI

Le <u>Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information</u> est une méthode qui permet à toute structure qui porte une reflexion autour de l'accueil DANS et HORS les murs, d'élaborer une stratégie adaptée.

Pour cela elle se base sur la prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages. Autant d'éléments permettant d'adapter sa stratégie d'accueil et d'expérimenter de nouvelles actions, pourquoi pas de sensibilisation de ses visiteurs au développement durable ?

#### → Impliquer le visiteur

Pour sensibiliser durablement le visiteur, on peut aller plus loin et lui proposer de s'engager à visiter son environnement temporaire tout en le respectant. L'objectif est vraiment de le rendre pro-actif de son séjour en le faisant participer à une action en faveur du développement durable de sa destination de vacances.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Installation de l'OT sur un site sans poubelle donc stratégie de renseignement sans brochure pour être en cohérence OT Medoc Plein Sud
- Lancement d'un jeu concours pour sensibiliser au tourisme durable et d'une mini-charte pour attester son comportement éco-responsable OT Ile de Ré
- Lancement d'un dispositif participatif et citoyen pour co-construire les actions en faveur d'un tourisme responsable OT Bordeaux Métropole
- Première page du magazine qui incite le visiteur à ramener le guide pour le trier OT Béarn des Gaves
- Affichage d'une liste à auto-remplir permettant de proposer du covoiturage pour visiter les sites aux alentours - OT La Roche Posay





# ACCOMPAGNER SES PARTENAIRES

67 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

AFFIRMENT
SENSIBILISER
LEURS
PARTENAIRES AU
DÉVELOPPEMENT
DURABLE

L'office de tourisme est un lieu de rencontre entre les différents acteurs du développement local : touristes, habitants, prestataires touristiques, élus...

Il joue donc un rôle majeur à la fois en tant que facilitateur, accompagnateur et même coordinateur pour amener le territoire à agir et mettre en place un tourisme de façon plus durable.

Pour agir en ce sens, l'office de tourisme peut déployer **différents outils et techniques** allant de la mise en réseau, la montée en compétence, l'amélioration de la qualité de service ou encore l'action commerciale.

#### → Analyser l'existant et identifier ses leviers

La première étape, avant même de déployer une action durable avec ses partenaires, consiste à analyser son écosystème interne de services actuels au regard des problématiques et de la stratégie locale. Puis d'analyser les acteurs du territoire et leur engagement en faveur du développement durable. En somme **étudier et comprendre** ses prestataires afin de mieux les embarquer.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Création d'une grille et d'un inventaire des pratiques pour les structures touristiques - OT Hossegor
- Référencement des prestataires engagés ou labellisés puis identification grâce à un logo dédié sur les supports de communication OT Bordeaux
- Référencement des prestataires engagés puis création d'un programme "local et solidaire" avec la mise en place d'une labellisation dédiée en fonction de leur niveau d'engagement OT Anglet
- Mise en place d'une veille sur la pollution numérique en interne en vue d'accompaner les partenaires sur le sujet - OT Terres de Corrèze



# L'astuce de la MONA :



Pour aller plus loin dans l'accompagnement des partenaires, la MONA peut vous accompagner à travers des formations dédiées à l'accompagnement des pros dans le développement durable ou des accompagnements comme celui du NOMAK pour NOveau MArKeting de services qui a pour vocation de stimuler la réflexion des offices de tourisme pour **repenser les services proposés aux socioprofessionnels**.

#### Accompagner vers une transition durable

Une fois les besoins des partenaires et les ressources identifiés, il est temps de passer à l'action et d'accompagner les acteurs de son territoire pour mener une véritable **transformation** de leur structure mais aussi de leur offre afin de la rendre la plus responsable et pérenne possible.

Cet accompagnement va passer par une **multitude d'outils et de méthodes** allant de la mise en réseau avec du partage d'information, au coaching vers une labellisation de son offre, sans oublier la coconstruction de projets territoriaux comme vous pouvez le voir sur les deux exemples page suivante.

16 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ACCOMPAGNENT LEURS PARTENAIRES VERS UNE LABELLISATION DURABLE



### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

Création d'ateliers payants durables dédiés aux hébergeurs (relooking meubles anciens avec une asso locale, nichoir à oiseau avec la LPO et produits ménagers maison avec le syndicat des déchets) - OT Haut Limousin

Création d'un guide destiné aux prestataires tourisme durable (en cours) - OT Val de Garonne

Atelier gratuit de sensibilisation au tri -OT du Pays Loudunais Création d'un kit à usage unique à destination des hébergeurs avec documentation, note sur le développement durable, consignes pour recycler les brochures - OT Châtellerault

Mise en place de l'étiquette environnementale en partenariat avec l'ADEME - OT Ile Oléron Bassin de Marennes et OT Chatelaillon-Plage

Création d'un manifeste - OT Limoges

Animation d'un réseau d'acteurs engagés et signataires d'une charte tourisme durable - OT Orthe et Arrigans

Création d'une écocharte pour engager et valoriser les partenaires - OT Lascaux Dordogne Vallée Vézère

Accompagnement technique et financier à l'obtention de label comme Clef Verte et NF Environnement - Communauté d'agglo Rochefort Océan

En cours de création d'un onglet dédié pour renseigner les pro par rapport au durable - OT Landes d'Armagnac Création d'une Académie du Tourisme durable pour professionnaliser sur le sujet -OT Val de Garonne





# Zoom sur l'écodestination du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne

Depuis 2015, le PNR des Landes de Gascogne est à la tête d'un projet collaboratif destiné à structurer l'offre et l'organisation touristique autour de l'écotourisme.

Les intercommunalités et les offices de tourisme (Coeur du Bassin, Teich, Val de Leyre, Landes d'Armagnac, Pays Morcenais, Bazadais et Sauternes Graves Landes Girondine) se sont impliqués dans ce projet "d'écodestination". Ils forment une équipe pluridisciplinaire au service du développement local qui s'est fixé comme objectif d'agir au service de la performance des prestataires et porteurs de projets en les accompagnant via une palette d'outils très complète.

On y retrouve ainsi : un manifeste des acteurs engagés via le <u>"le cercle des imaginaterres"</u>, un autodiagnostic de positionnement client, un accompagnement à la montée en qualité, des formations techniques, des conférences et ateliers ...





# Zoom sur la charte du Pays Adour Landes Océanes (ALO)

Animé par l'envie de préserver son environnement naturel, le Pays Adour Landes Océanes a depuis 2010, créé un réseau pour engager les acteurs touristiques dans une démarche de "Tourisme Durable".



Intercommunalités et offices de tourisme locaux sont partenaires de la démarche et participent à la diffusion de la charte qui engage les partenaires à :

- acheter éco-responsable
- réduire la production de déchets
- préserver la ressource en eau
- réduire la consommation d'énergie
- favoriser la biodiversité
- sensibiliser le personnel et la clientèle

Les acteurs signataires sont ainsi **sensibilisés**, **formés et outillés** (informations, auto-diagnostic, outils de communication, kit écoresponsable pour réduire ses consommations...) pour participer à un tourisme plus respectueux de son environnement et des Hommes qui composent le Pays ALO.

#### → Sensibiliser et mettre en réseau

Si pour une grande partie des acteurs touristiques la problématique environnementale est indéniable et qu'ils sont déjà convaincus et engagés.

D'autres acteurs se sentent moins concernés et ont **besoin d'être sensibilisés en amont.** Les offices de tourisme ont ici aussi un rôle à jouer, cela pourrait même être le rôle premier afin de pouvoir par la suite passer à l'accompagnement de ses acteurs.

19 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

AFFIRMENT NE PAS ÊTRE SOLLICITÉS PAR LEURS PARTENAIRES SUR LE SUJET DU DURABLE

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Expérimentation de l'OT de visiter les partenaires au départ des 3 gares du territoire pour les sensibiliser à l'accès en mobilités douces OT Vallée du Clain
- Organisation d'une journée des acteurs avec intervention extérieure pour définir les besoins des pros en terme de durable - OT Pays Mellois
- Atelier gratuit de sensibilisation au tri OT du Pays Loudunais

# Les conseils de Emrick et Lionel de l'île d'Oléron Bassin de Marennes

On ne doit pas parler de tourisme durable car c'est un **projet de fond, global**. C'est la responsabilité de l'office d'accompagner ses partenaires.

Nous faisons du coaching avec les prestataires, un vrai accompagnement à leur côté. Nous allons les voir chez eux au quotidien. Les ateliers collectifs c'est bien, mais c'est mieux d'aller chez eux pour faire du concret!

Si la stratégie de l'office est affirmée et prend en compte les 3 volets du développement durable (économique, social et environnemental). Vos partenaires ont forcément des **valeurs communes et partagées**, allez à leur rencontre cela permettra de passer de la sensibilisation à l'accompagnement.



# INFLUER SUR SA COLLECTIVITÉ

S'il est évident que l'office de tourisme a un rôle phare à jouer en tant que **coordinateur des acteurs locaux du tourisme**. Il ne peut, pour autant, pas agir tout seul. Il doit pour cela, s'entourer et collaborer avec des acteurs tel que la collectivité.

L'office à un rôle à jouer en influant sur la collectivité pour défendre ses engagements mais cela est aussi vrai dans le sens inverse. C'est par la **coopération** que pourront être développé des sujets communs permettant la valorisation de l'environnement, du territoire et de ses acteurs.

# Connaître et échanger avec son écosystème local

Le premier pas à mener est d'apprendre à connaître son écosystème local dont sa collectivité. Cela implique de connaître ses missions, ses projets, son personnel ...

La connaissance n'est pas à sens unique, elle se partage, il est donc essentiel d'**être proactif** et d'informer sa collectivité sur ses actions et ses projets.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

- Conversation groupée avec la collectivité pour faire des suggestions sur des besoins et projet - OT Bidart
- L'OT suit régulièrement l'avancée des actions de la commune OT Hossegor
- La collectivité est intervenue pour sensibiliser le personnel aux règles de tri.
   OT Grand Châtellerault
- Groupement qualité locale : échange entre OT et collectivité pour améliorer les actions environnementales à partir des remarques clients - OT Jonzac

**30** %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

AFFIRMENT BIEN
CONNAÎTRE LES
PROJETS DE LEUR
COLLECTIVITÉ

10 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

MILITENT POUR UN TOURISME DURABLE AUPRÈS DE LEUR COLLECTIVITÉ

# → Collaborer et créer des partenariats

Les missions de la collectivité et de l'office de tourisme sont complémentaires pour agir en faveur du développement local. Il est donc essentiel de rassembler ses forces pour transformer la destination et ses acteurs, y compris les acteurs temporaires comme les touristes, vers un développement durable du territoire.

34 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

COLLABORENT
RÉGULIÈREMENT
AVEC LEUR
COLLECTIVITÉ SUR LE
SUJET DU DURABLE

# LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU :

Mise en place d'une navette et valorisation par l'office - OT Laruns

L'OT accompagne les communes dans la création de guide d'animation pour fusionner les informations - OT Pays Mellois

Engagé dans une démarche 0 échet avec la collectivité -OT Pays Ruffecois

Développement de circuits de randonnée avec la collectivité - OT Ventadour Egletons Monédières

Travail avec la collectivité pour créer des affiches sur les écogestes pour les visiteurs et les prestataires - OT Saintes

Mise en place d'une boite à masque avec la collectivité pour les recycler - OT Périgord Limousin

Campagne de sensibilisation créée avec la commune "je protège ce que j'aime" - OT Seignosse Création avec une commune d'un produit touristique d'itinérance pédestre "de gare en gare" - OT Sud Vienne Poitou

Implication de l'OT dans le plan de réduction des déchets et rédaction en cours d'un PCAET - OT Charente Limousine

Accompagne la comcom sur l'extension de la velo-route voie verte et du plan de mobilité notamment douce - OT Sarlat

Périgord Noir



# ÉVALUER D'APRÈS SON ÉCORESPONSABILITÉ

Habituellement la performance des entreprises est principalement basée sur des données financières. Cette vision économiste ne correspond qu'à un seul des 3 piliers du développement durable. Or quand on engage sa structure dans une stratégie éco-responsable, il est essentiel de changer son modèle de performance en faisant appel aux piliers **sociaux et environnementaux.** S'il n'existe pas à l'heure actuelle d'indicateurs nationaux, de nombreux travaux sont en cours sur le sujet et des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine ont déjà des pistes d'actions à proposer.

### Mesurer ses actions régulièrement

**53** %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ÉVALUENT PLUS RÉGULIÈREMENT LEUR STOCK BROCHURE DEPUIS LA COVID La COVID a fortement impacté notre rapport aux brochures touristiques. Afin d'éviter les surplus ou les manques, le réseau reconnaît aujourd'hui évaluer plus régulièrement son stock afin d'avoir une gestion la plus juste possible.

La première recommandation effectuée par le réseau en terme d'évaluation est donc d'y appliquer une certaine **régularité** dans la mesure afin de pouvoir réorienter rapidement les actions.

## → Élargir ses indicateurs

Pour évaluer son éco-responsabilité, il faut aller au delà des indicateurs traditionnels opérationnels et **élargir cette évaluation pour avoir une vision durable des impacts**. On va ainsi prendre en compte les impacts sur le territoire, la gestion des flux, la préservation de la biodiversité, la consommation d'énergie, la production de déchets, les achats éco-responsable, l'implication des acteurs locaux, l'épanouissement des salariés ...

14 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

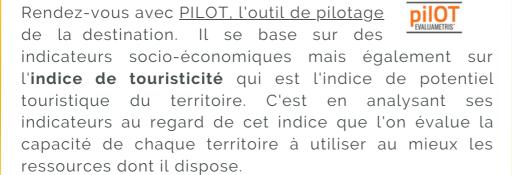
ONT DES CRITÈRES
D'ÉVALUATION
DURABLES

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Évaluation de la fréquentation des lieux OT Lac de Vassivière
- Rapport de la quantité de déchets annuels par Happy up OT Bidart
- Suivi des consommations d'énergie OT Saint Emilion
- Suivi de l'espace de stockage numérique OT Landes Atlantique Sud
- Suppression des anciennes données Facebook OT Aunis Marais Poitevin
- Recensement du nombre de partenaires engagés OT Pays du Haut Limousin
- Grille d'auto-évaluation pour les structures touristiques OT Hossegor
- Achats responsables OT Seignanx



#### L'astuce de la MONA



Actuellement 37 offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine suivent leurs indicateurs socioéconomiqes et territoriaux via l'outil PILOT



#### Améliorer continuellement

Développer de nouveaux indicateurs permet de se poser les bonnes questions et faire des choix pour mener des actions correctives. Afin qu'ils soient un véritable vecteur de progression et de qualité, il va être indispensable de les remettre régulièrement en question et de **comparer les résultats** afin d'entrer dans une **démarche d'amélioration continue**.

# Zoom sur la grille d'auto-évaluation ADDES

L'idée d'avoir un **outil d'auto-évaluation pour analyser l'engagement durable** est née du réseau même des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine qui a exprimé sa volonté de pouvoir auto-évaluer l'engagement de sa structure et obtenir des préconisations pour s'améliorer.

Un groupe de travail s'est donc formé et une <u>grille d'auto-évaluation</u> a été créée POUR et PAR le réseau. Elle est accessible gratuitement via la plateforme Ancodea et se compose de **88 critères répartis en 9 thématiques**.





# COMMUNIQUER SUR SES ENGAGEMENTS

Communiquer sur son engagement, c'est faire preuve d'exemplarité pour inspirer. Tout l'enjeu de cette action va être d'adapter son discours, son support et ses arguments en fonction de **ses valeurs et son engagement** profond. Ainsi la communication sera effective et permettra d'engager et de convaincre partenaires, élus et visiteurs.



LUTTER CONTRE LE GREENWASHING & LE GREENHUSHING



Actions identifiées par les OT pour communiquer de façon durable



COMMUNIQUER DE FAÇON RESPONSABLE



VEILLER À L'ACCESSIBILITÉ ET AU RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

**ECO-CONCEVOIR SES OUTILS** 

#### → Lutter contre le greenwashing et greenhushing

Dans tout acte de communication, attention à bien **rester cohérent avec sa stratégie** au risque d'en faire trop et de tomber dans le "greenwahing".

Autrement dit d'utiliser l'argument écologique sans réel engagement, juste pour améliorer son image ou convaincre son public. Pour vous aider à éviter les dérives, l'ADEME a publié un guide anti greenwahing à consulter ci-contre.



8 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

DÉCLARENT NE PAS COMMUNIQUER SUR LE DURABLE CAR ILS NE SE SENTENT PAS LÉGITIMES A l'inverse, il ne faut pas non plus attendre d'être exemplaire à 100% avant de communiquer, au risque de tomber dans le "greenhushing", le fait de ne pas oser communiquer sur ses engagements par peur de manque de légitimité.

Toute action peut être source d'inspiration et légitime du moment qu'elle ne véhicule pas de faux messages et respecte les valeurs et engagements de la structure.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Explication quotidienne de l'engagement de l'OT pour un accueil et une information sans papier OT Médoc Plein Sud
- Affichage de la charte de développement durable de la structure sur le site internet OT Saint Emilion
- Explication de la démarche RSE de la structure OT Vallée de la Dordogne
- Développement d'une stratégie social média responsable AaDT 64
- Accompagnement pour déployer une nouvelle stratégie durable sur les réseaux sociaux - AaDT 64

#### **→** Communiquer de façon responsable

Communiquer de façon responsable ce n'est pas communiquer uniquement sur son engagement, ni communiquer uniquement sur le développement durable. C'est faire passer un message en :

- respectant les règles de déontologie fixées par la profession
- en refusant la promotion de comportements négatifs pour votre territoire (que ce soit pour votre environnement ou pour son public)
- et en respectant son public et sa diversité et sans véhiculer de stéréotypes.

22 %

DES OFFICES DE TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE INTERROGÉS

ONT UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DÉDIÉE AU DURABLE

En somme, communiquer responsable c'est **porter les bons messages et de la bonne matière**.

Création d'une charte éco-responsable pour que les événements ayant lieu sur le territoire respectent les engagements de l'OT - OT du Grand Guéret

Changement d'identité pour être en concordance avec la stratégie et ainsi valoriser le tourisme de proximité - OT Aunis Marais Poitevin

A arrêté de communiquer sur un site qui avait un problème de surfréquentation pour mieux répartir les flux - OT Sud Vienne Poitou

# → Veiller à l'accessibilité et au respect de la vie privée

Il est important que votre communication soit accessible à toutes personnes en situation de handicap et pour cela il y a des normes à respecter que ce soit avec les outils numériques (W3C, WCAG, RGAA...) ou physiques (taille d'écriture, couleur...). Cela concerne aussi les données que nous utilisons et communiquons pour avoir accès à l'information. Actuellement, elles sont bien souvent analysées et trackées pour pouvoir nous proposer un contenu adapté. Mais ces comportements sont intrusifs, heureusement on peut se ré-appropier les outils en utilisant des outils alternatifs qui permettent d'assurer le respect de la vie privée de chacun.

#### LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU:

- Accompagnement avec Access42 pour avoir un site web totalement accessible -OT Pays Basque
- Audit du site pour améliorer le diagnostic numérique, mettre en visibilité l'offre éco-responsable et faire évoluer la ligne éditoriale Charentes Tourisme
- Utilisation d'outils libres permettant un plus grand respects de la vie privée lors de la navigation sur les sites internet OT Seignanx



# L'astuce de la MONA

Maîtriser la qualité de votre projet web avec la certification OPQUAST. Accessible entièrement en ligne, cette formation vous permet de découvrir les règles élémentaires d'éco-conception, accessibilité, d'expérience utilisateur, de SEO... Plus d'informations à découvrir sur le <u>programme MONA</u>.

#### **Eco-concevoir ses outils**

La conception et la diffusion d'actions de communication génère automatiquement des impacts environnementaux et sociaux tels que la consommation d'encre, l'utilisation d'électricité d'un ordinateur, l'acheminement de l'édition... Afin de communiquer de façon responsable, il convient donc de réduire l'impact des outils utilisés et ceci dés leur conception.

C'est ce que l'on nomme l'éco-conception et dont le principe se base sur la **sobriété**. Il consiste à se focaliser sur les besoins finaux essentiels afin de réduire le superflus et les impacts générés aux différentes étapes du cycle de vie du produit.

# LES BONNES PRATIQUES DU RÉSEAU

- Choix d'un papier PEFC/FSC- OT Agen
- Choix d"un imprimeur labellisé OT La Rochelle
- Refonte du site internet avec pour objectif de l'écoconcevoir OT Brive
- Revalorisation de la doc papier via une entreprise dédiée OT Limoges

#### À MOI DE JOUER! LA LISTE DE MES BONNES PRATIQUES

#### CONCLUSION

A travers ce guide vous venez de découvrir 149 bonnes pratiques issues des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine.

S'il est évident qu'il faut commencer par développer son éco-exemplarité. En tant qu'acteur local du cadre de vie et de l'économie des territoires, les Organismes de Gestion de Destinations (ODG) ont **rôle majeur à jour en terme de transition vers un tourisme durable.** 

Pour, cela ils doivent **porter une vision engagée mais aussi engageante**. Cela passe par le fait de : s'entourer de collaborateurs déjà actifs en terme de tourisme durable, d'accompagner les acteurs (socio-professionnels, visiteurs, institutionnels...) en les sensibilisant, d'inclure le durable dans sa stratégie quotidienne quitte à revoir certains principes comme les indicateurs ou encore de communiquer sur l'émulation quotidienne créée.

En somme, à nous tous, nous pouvons nous inspirer et unir nos forces **pour agir pour un tourisme durable**.

#### CONTACT

Un retour ? Un témoignage ? Une bonne pratique à nous partager ?

Il est toujours temps de l'ajouter, contactez Sophie Duprat-Caouré en charge de l'ADDES au sein de la MONA : sophie.dupratcaoure@monatourisme.fr



#### **EN SAVOIR PLUS**

Retrouvez prochainement ces bonnes pratiques dans la rubrique "<u>le réseau à l'honneur</u>" de notre site internet.

Retrouvez toute la méthodologie, la stratégie et l'inspiration de l'ADDES dans la rubrique dédiée de notre site internet "**Tourisme durable**".

Ce guide a été réalisé par la MONA a des fins de consultations numériques uniquement, afin de respecter notre engagement en faveur d'un développement durable, nous remercions de ne pas l'imprimer.

#### LE GUIDE PRATIQUE ET INSPIRANT 2021 DE L'ANIMATION DURABLE DE DESTINATION

BU



MONA
60-64 rue Joseph Abria
33000 Bordeaux
05 57 57 03 88
mona@monatourisme.fr
www.monatourisme.fr

<u>@monatourisme</u>



