



SAVE THE DATE
5 ET 6 DÉCEMBRE 2023

1^{RE} ÉDITION
**DES SOLUTIONS CONCRÈTES
POUR AGIR**

PALAIS DES PAPES – AVIGNON

#EnTransition

LE FORUM RÉGIONAL DU TOURISME RESPONSABLE ET DE L'ÉCOTOURISME

UN ÉVÈNEMENT ORGANISÉ PAR



COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

PARCS NATURELS RÉGIONAUX
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

EN PARTENARIAT AVEC



VAUCLUSE
PROVENCE
Attractivité

Le réseau des



Démarrer ou progresser :
quelle démarche choisir pour
inscrire son activité ou son
territoire sur la voie du
durable ?





Inspirations

Loïc L'hervé

Directeur d'exploitation
Ibis Avignon

Aline Collodello

Directrice
Fédération Offices de
Tourisme Région Sud

Patricia Herrera

Conseillère entreprises
Cci Vaucluse

Marie Guignon

Chargée de mission
tourisme durable
ADN Tourisme

Contexte : la jungle des labels et des démarches !



Contexte : la jungle des labels et des démarches !

Depuis les années 1990, de nombreux labels sont apparus pour :

- protéger les territoires soumis à la pression touristique
- reconnaître le caractère « d'exception » d'un territoire, site, produit
- Asseoir un positionnement, promouvoir pour faire face à la concurrence

Un label est un signe de distinction. Il témoigne d'un engagement dans une **démarche de progrès** visant à améliorer l'expérience des visiteurs, pour certains, à préserver l'environnement pour d'autres

Un label peut aider à orienter les choix pour organiser un séjour...

Mais.....les touristes ont-ils vraiment confiance en ces labels ? Quels labels ont plus de valeur ? Les labels assurent-ils réellement la protection des ressources s'ils servent aussi la promotion ?

Comment choisir sa démarche de progrès, son label ?

Contexte : quel impact sur les clientèles ?

Des clientèles dans les starting-blocks, sensibilisées et adhérant à la logique du tourisme durable (nets progrès en 10 ans)

... mais une concrétisation à encore accompagner plus vigoureusement

FRANÇAIS



63%

+ 35 pts vs 2010

"Oui, et j'ai une idée claire de ce qu'il signifie"

17%

Pas d'historique 2010

BRITANNIQUES
voyageant à l'étranger



72%

+ 13 pts vs 2010

28%

Pas d'historique 2010

ALLEMANDS
voyageant à l'étranger



73%

+ 23 pts vs 2010

27%

Pas d'historique 2010

ET COMPRÉHENSION SPONTANÉE DE CE QU'IL RECOUVRE



#1 Écologie /
Environnement
80% des citations

- Tourisme responsable, respectueux, moins énergivore
- Réduction de la pollution / CO², effacer – compenser son empreinte
- Mobilité non polluante / éviter l'avion
- Préservation ressources / faune, flore / biodiversité
- Hébergement éco-responsable
- Gestion des déchets / plastiques / recyclage
- Produits bio / de saison



#2 Économie /
Développement local
12% des citations

- Circuits courts / consommer local
- Respect des traditions locales / des populations
- Plus forte association des populations / développement de l'emploi local
- Tourisme éthique
- Tourisme chez l'habitant / chambre d'hôte / gîte / agritourisme
- Engagement sur une juste rémunération
- Lien entre touristes et populations



#3 Tourisme Autrement
4% des citations

- Tourisme de proximité
- Meilleure maîtrise du tourisme de masse

#4 Social / RH
2% des citations

- Attentes sociales
- RSE des employeurs vis-à-vis des salariés



Accompagnement CCI de Vaucluse

L'accompagnement des professionnels du tourisme est l'ADN même des CCI. Il s'inscrit dans la stratégie des chambres.

Comment :

- Formation et sensibilisation
- Recherche de financement et subventions
- Conseils et accompagnement
- Certifications et labels
- Réseautage
- Développement de projets collectifs
- Sourcing de projet
- Etude d'implantation



Le plan de transition, un outil de progrès

Qui ?

Le Club TRES#84 rassemble tous les partenaires formés au tourisme responsable, Slow Tourisme et Eco tourisme du tourisme : CMA, Parc, Syndicat Hôtellerie de Plein Air, UMIH, VPA, Offices de tourisme...

Pourquoi ?

Pour répondre aux enjeux climatiques, pour répondre aux besoins de clients, le club s'engage à mettre en place et en œuvre un plan de transition touristique = 4 piliers

Pour Qui ?

Tous les acteurs vauclusiens qui souhaitent s'inscrire dans une démarche de progrès qui repose sur des outils pratiques :

1 diagnostic+ 2 plan d'action + 3 construction offres slow & éco = ACCOMPAGNEMENT GRATUIT CLUB TRES#84

L'accès aux différents labels n'est pas une fin en soi.... Cependant lorsqu'un professionnel atteint 90% de bonnes réponses, il est « labélisable » : clé verte, marque Parc, Hôtel au Naturel, Qualité Tourisme RSE,....

Financements ADEME + Région ...



Constat : un monde qui change & qui impacte nos organisations



12 variables clefs déterminantes

1. Impact de la conscience écologique sur les comportements,
2. Implication de la population dans le fait touristique,
3. Impact de l'évolution du rapport au travail,
4. Evolution du service public,
5. Evolution des comportements sociétaux,
6. L'usage du temps libéré,
7. La place de l'économie circulaire,
8. L'impact des risques et des crises sur le tourisme et nos organisations,
9. Les nouveaux acteurs du tourisme,
10. Les conséquences de l'épuisement des ressources,
11. L'évolution du tourisme de masse,
12. Les impacts géopolitiques



Il y a **urgence** ! c'est une nécessité au-delà de la conviction.

Comment ?

1 plan d'actions sur 3 axes : Echanger & Partager / Progresser & se distinguer / S'informer & se former

Accompagner sur la conduite du changement les Offices de Tourisme Avec des parcours de Sensibilisation, d'information, & de montée en compétences

- ✓ Accompagner les structures et les organisations dans une démarche de transition durable, en interne et en externe
 - vers une démarche de Responsabilité Sociétale des Organisations* (RSO)
- ✓ Accompagner les Offices de Tourisme dans les grandes transformations sociales et sociétales
- ✓ Renforcer et s'approprier la notion d'hospitalité sur les territoires touristiques

Outiller les Offices de Tourisme pour accompagner leurs socioprofessionnels

- Programme de montées en compétences sur les fondamentaux du tourisme – La Fabrik' des Compétences
Tourisme *by Région Sud*



Démarche RSE/RSO

Un référentiel spécifique pour les OGD pour mieux accompagner le territoire

Identification de ses parties prenantes & de ses impacts

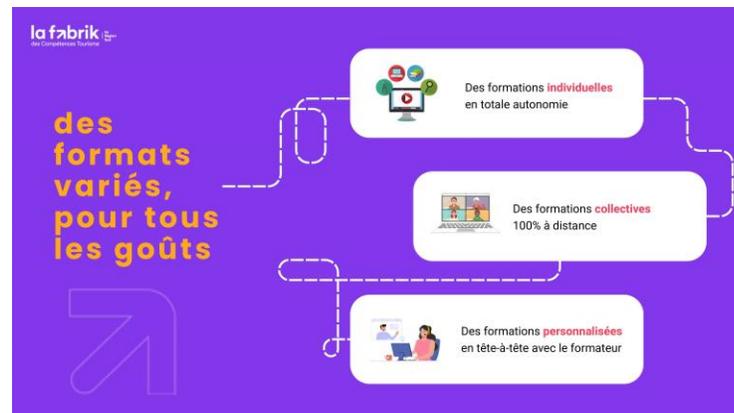
Définition de sa raison d'être Pour un plan d'actions plus vertueux

Animation Fresque du Climat pour sensibiliser et convaincre de l'urgence du changement



L'accompagnement des Pros dans la transition

- ✓ Sensibiliser, informer & former les socioprofessionnels du Tourisme des Destinations :
- pour les accompagner dans la **valorisation** et l'**évolution** de leur offre vers une offre durable et responsable et l'Accueil de l'ensemble des clientèles



la fabrik by Région Sud

la fabrik en 1 clin d'oeil

- 4 parcours thématiques**
Marketing digital, tourisme durable, langues et cultures étrangères, MICE.
- 100% en ligne**
Des formations accessibles depuis n'importe où, sur son ordinateur, son smartphone ou sa tablette.
- Des formateurs experts**
Sélectionnés avec soin pour leur savoir-faire et leur expérience.
- Des fondamentaux en accès libre**
Plus de 35 h de contenu accessible gratuitement, à suivre à votre rythme.
- Un contenu décliné par filières**
Adapté aux réalités de votre secteur et conçu pour une mise en pratique immédiate !
- Des formations à tarifs préférentiels**
Investissez dans votre avenir sans casser la tirelire !

la fabrik by Région Sud

FAITES DU DURABLE UN ATOUT POUR VOTRE STRUCTURE

- 1 De la découverte des pratiques responsables ...**
- 2 ... au top 10 des actions concrètes à mettre en place dans votre filière !**

tourisme durable

Adoptez des pratiques responsables et inscrivez vous dans une dynamique durable et vertueuse.

- Répondez aux nouvelles attentes des voyageurs**
Et augmentez leur satisfaction.
- Développez une image positive**
Communiquez sur vos engagements, attirez et fidélisez les clients qui partagent vos valeurs.
- Repensez vos modes de fonctionnement**
Adaptez-vous aux enjeux environnementaux et sociétaux pour impacter positivement l'évolution de nos sociétés.

la fabrik by Région Sud
des Compétences Tourisme

On a tous besoin de progresser !

Découvrez la fabrik des compétences tourisme, un programme de formations en ligne pour tous les professionnels et institutionnels du tourisme en Région Sud.

- Marketing digital
- Tourisme durable et responsable
- Langues et cultures étrangères
- Tourisme d'affaires (MICE)

Prestataires d'activités **Restaurateurs**

Campings **Loueurs de meublés** **Hôteliers**

Acteurs de l'évènementiel **Institutionnels**



La Fabrik' Des compétences Tourisme by Région Sud



la fabrik by Région Sud
des Compétences Tourisme

un programme proposé et financé par

PRÉFET DE LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
ADEME
RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR
Fédération Régionale Offices de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur
LINKEUS PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR CONVENTION BUREAU

et construit avec des experts métier

0:00:55 00:00:00



Pourquoi ? les résultats attendus ? L'expérience



Challenge des Territoires
Insoupçonnés : **L'OT Sources du
Buëch récompensé !**

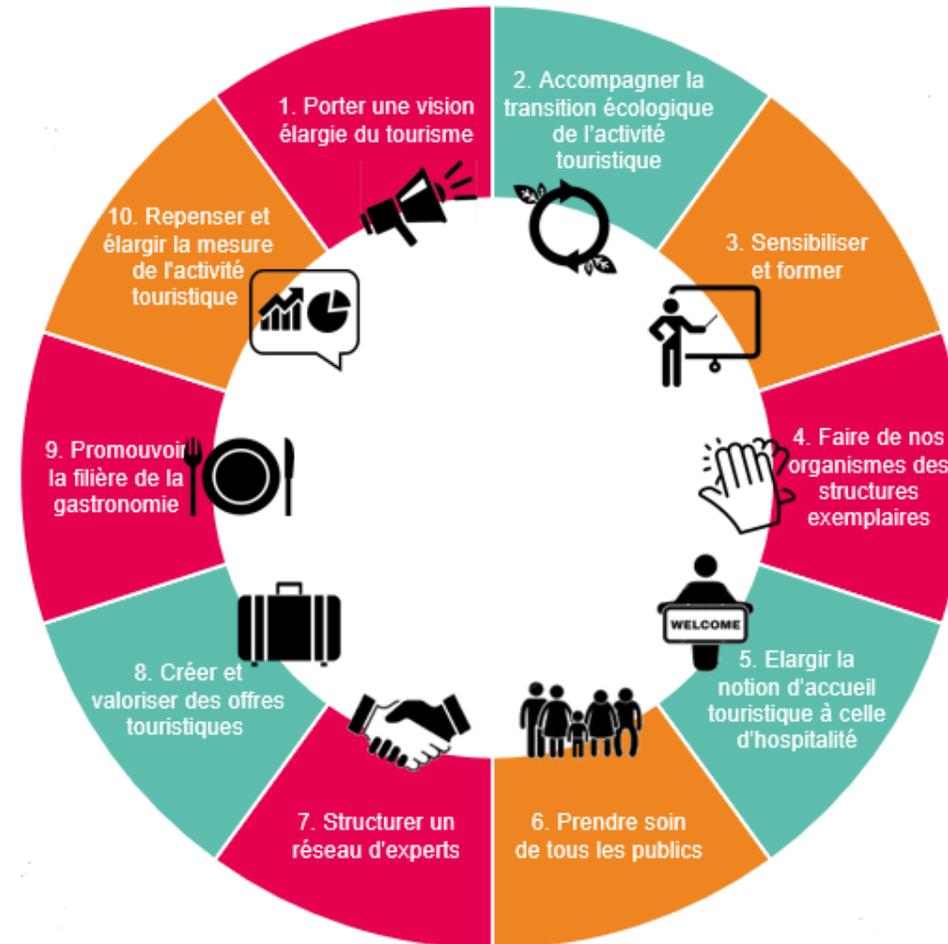
LE TERROIR À L'HONNEUR DANS LE NOUVEL OFFICE DE TOURISME DE GARDANNE

VENDREDI 21 OCTOBRE 2022

Pour ses 30 ans, l'Office de Tourisme de Gardanne s'est offert de nouveaux locaux et a organisé une matinée portes... [LIRE LA SUITE](#)



MOTIVATIONS

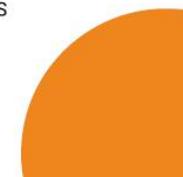


GUIDE DES DEMARCHES DE LABELLISATION



GUIDE DES DÉMARCHES
DE LABELLISATION POUR
UN TOURISME DURABLE

VERSION ENRICHIE SEPTEMBRE 2023 - 50 DÉMARCHES





GUIDE DES DEMARCHES DE LABELLISATION



Accueil Paysan



Accueil Vélo



Affichage environnemental



Agir pour un Tourisme Responsable



B Corp



Bienvenue à la Ferme



Bistrot de Pays



Bon pour le Climat



Camping Qualité



Clef Verte



Divertissement Durable



Écogîte



Ecolabel Européen



Écotable



Engagé RSE



Esprit Parc National



Événement éco-engagé



Food Index for Good



Gîtes Panda



Green Food



Green Globe



Hôtels au Naturel



ISO 14001



ISO 20121



Label Événement à Ambition Durable



Lucie 26000



NF Environnement Sites de Visite



Numérique Responsable



Qualité Tourisme



Rando Accueil



Site Remarquable du Goût



Tourisme Équitable



Tourisme & Handicap



Valeurs Parc Naturel Régional

Démarches socioprofessionnelles

Démarches territoriales



Cittaslow



Destination Innovante Durable



Destination Pour Tous



Famille Plus



Flocon Vert



Global Destination Sustainability Index



Green Destinations



Passport Vert



Pavillon Bleu



Petites Cités de Caractère



Station Verte



Territoire Vélo



Vignobles et Découvertes



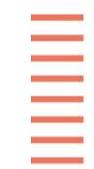
Village de Neige



Village Étape



Villes et Villages Fleuris



METHODO & RESULTATS

Identité et process d'obtention

L'exemple de Green Destination

Fiche d'identité du label

Reconnu par le GSTC



Valorise les destinations durables selon 2 programmes :

- Green Destinations Awards reconnaît les progrès réalisés en matière de gestion des destinations durables et de leadership politique
- Green Destinations Certified, programme accrédité GSTC, pour les destinations qui visent à respecter pleinement les directives du programme Green Destinations Awards.



Green Destinations



Destinations touristiques



2014



International



1 destination en France (*Bagnoles-de-l'Orne*)
24 destinations mondiales : [carte interactive](#)



- **Bronze** : de 60 à 69 %
 - **Argent** : de 70 à 79 %
 - **Or** : de 80 à 89 %
 - **Platine** : 90 % et plus
 - **Certified** : 100%
- } GD Awards



contact@greendestinations.org
Réfèrent bénévole national français : Mathieu LE SCANF



[Green Destinations](#)

Accompagnement

- ✓ **Propriétaire / gestionnaire** : Plateforme en ligne (explication des critères, exemples de destinations, bonnes pratiques) et revue technique fournie à la labellisation
- ✗ **Organismes institutionnels du tourisme**
- ✓ **Autres structures** : Auditeurs indépendants

Organisation structure



2 ans



Pas de formation obligatoire



30 % d'1 ETP



6 - 18 mois

Prérequis et engagement

Prérequis

- Aucun

Candidature et obtention :

1. Communiquer les informations et les éléments de preuve sur la [plateforme en ligne dédiée](#)
2. Contrôle technique des éléments fournis (pièces jointes, liens...) par le secrétariat de Green Destinations
3. Audit documentaire avec commentaires sur la plateforme, permettant à la destination de compléter ses réponses
4. Audit terrain, renforcé dans le cas d'une demande de certification GSTC
5. Décision par le comité de certification de l'attribution éventuelle du label et du niveau obtenu

Modalités de contrôle

- ✓ **Audit tierce partie** : Auditeurs indépendants qui ne doivent avoir aucun lien avec la destination
- ✓ **Audit terrain** : Tous les 2 ans pour GD Awards / Tous les 3 ans pour GD Certified
- ✓ **Audit documentaire** : Tous les 2 ans pour GD Awards / Tous les 3 ans pour GD Certified
- ✗ **Jury externe**
- ✗ **Prévision de sanction**
- ✓ **Suivi d'amélioration continue** : Plateforme à disposition des destinations pour donner des informations correspondant à chaque critère. Contient aussi un plan d'actions permettant d'améliorer ses pratiques et à Green Destinations de suivre son évolution

METHODO & RESULTATS

Analyse des référentiels au regard des ODD

L'exemple de Famille Plus

ODD	Indicateurs	Principaux critères correspondants du référentiel	Impact sur l'ODD	Importance du critère	Objectif du critère	Traitement de l'ODD
2 FAM +ZERO-	Achats alimentaires responsables	L'établissement propose des formules enfants variées : proposer un menu avec une alternative afin de promouvoir une diversité alimentaire et produit du terroir. Produits de saison, légumes, spécialités locales	I	O	R	Partiel
	Agriculture durable	-				
	Gaspillage alimentaire	-				
3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE	Santé	Un cabinet médical ou service de santé est présent sur la commune ou à moins de 20 minutes en voiture	D	O	R	Principal
	Sécurité	Les lieux d'accueil et fréquentés par les familles affichent les conseils de sécurité (office de tourisme en priorité, club enfants, hébergements...)	D	O	R	
4 ÉDUCATION DE QUALITÉ	Compétences techniques et professionnelles du tourisme	-				Modéré
	Sensibilisation à la culture et au patrimoine local	La destination incite à la découverte et valorise l'artisanat et les produits locaux	D	O	M	
	Sensibilisation au développement durable	La destination sensibilise les familles en vacances au développement durable : éco-gestes comme le tri sélectif, la consommation d'eau, les économies d'énergie, consommation de produits locaux	D	O	M	
5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	Sensibilisation à l'égalité des sexes et respect de la diversité	-				Non abordé
	Parité H/F dans le recrutement	-				

