



FDOTSI DE L'HERAULT

**DECOUVERTE DES LABELS ENVIRONNEMENTAUX
POUR LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES :
CLEFVERTE ET ECOLABEL EUROPEEN**



Le 4 octobre 2011
à VIAS



PROGRAMME DE LA DEMI JOURNEE

- Données générales sur le marché des vacances dites responsables
- Présentation du **label Clefverte** par Estelle GUILLARD, Fondation pour l'Education à l'environnement
- Présentation de **l'Ecolabel européen** par Nathalie BONNIN, AFNOR



- La **prise en compte des critères environnementaux dans le règlement des aides financières du Conseil Général** pour les hébergements, par Caroline RAMAT LECLANC, ADT Hérault Tourisme
- Un exemple de mise en œuvre : le camping de la Dragonnière à Vias.
Présentation de la démarche et visite des aménagements / équipements par Julie GROEBLI, Responsable Communication du Camping de la Dragonnière



Données générales sur le **marché des vacances dites responsables** et des **attentes des clientèles**

Source : Tourisme et développement durable,
De la connaissance des marchés à l'action marketing – éditions Atout France





Quelques définitions

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Un développement économiquement viable, socialement équitable, et écologiquement soutenable permettant aux générations futures de vivre décemment sur cette planète.

2 notions

- notre responsabilité vis-à-vis des générations futures
- les enjeux : concilier développement économique, progrès social et préservation de l'environnement

3 piliers :

- économique
- social
- environnemental

auquel on ajoute également la nécessité d'une mise en place participative, transparente et responsable.



Quelques définitions

ET LE TOURISME DANS TOUT CA ?

Le tourisme est une activité de développement économique confrontée au défi de la durabilité.

Les enjeux sont nombreux :

- Economie des territoires (ressources financières, emplois)
- Réponse aux enjeux sociaux (pression foncière, conditions de travail, accès au tourisme pour tous...)
- Préservation des ressources (eau) et des milieux fragiles (littoral par exemple)
- Limitation des pollutions et des déchets (pollution air, eau, sol, visuelle, production de déchets)



LES OT ET LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Les offices de tourisme jouent un rôle dans le cadre du tourisme durable et ceci au sein de leurs différentes missions (accueil, information, promotion, coordination des acteurs locaux).

Ce rôle est désormais pris en compte dans les critères de classement des offices de tourisme qui indiquent :

« L'office de tourisme réalise des actions internes basées sur les principes du développement durable (OT de 1^{ère}, 2^{ème}, 3^{ème} catégorie) »

« L'office de tourisme met en œuvre des actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques locaux publics ou privés en matière de protection de l'environnement (OT de 1^{ère} et 2^{ème} catégorie) »



LES CLIENTELES : LE DEVELOPPEMENT DURABLE

La sensibilité déclarée au développement durable et à l'environnement se situe à un très haut niveau dans tous les pays d'Europe.

- 96% des habitants de l'UE se déclarent attachés à la protection de l'environnement.
- 86% des Français pensent avoir un rôle personnel à jouer dans la protection de l'environnement contre 90% en Allemagne, 92% en Grande Bretagne et 97 % aux Pays Bas
- Les écogestes s'installent progressivement dans le quotidien avec des décalages entre les différentes zones européennes (20% des chypriotes trient leurs déchets contre 82% des français)

Un décalage fort entre les intentions et les faits

60% des européens se disent prêts à acheter des produits écologiques mais 15% affirment l'avoir fait dans le mois précédent le sondage (disparité entre pays : 42% en suède et au Danemark par exemple, 18% pour les français et les allemands, 7% pour les bulgares).



LES CLIENTELES : LE TOURISME DURABLE

La connaissance de la démarche tourisme durable :

Elle n'est pas forcément très connue, elle souvent assimilée au tourisme responsable. Cependant, les français sont friands d'information en la matière.

Le décalage entre les intentions et les faits

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

56% se disent prêts à privilégier un hébergement disposant d'un écolabel

mais en 2009 seuls 4% des touristes reconnaissent avoir déjà acheté des produits/services relevant du tourisme durable.



LES CLIENTELES ETRANGERES EN FRANCE ET LE TOURISME DURABLE

- **les allemands et britanniques venant en France** ont des comportements écologiques et citoyens plus marqués que l'ensemble de leur population « mère ».
- Les allemands et les britanniques éco-consomment plus que les français. **17% des allemands et de Britanniques venant en France déclaraient avoir déjà consommé des produits ou des services relevant du tourisme durable**
- Les 3 produits de tourisme les plus achetés sont :
 - des hébergements s'engageant dans le respect de l'environnement (17%)
 - des modes de transport respectueux de l'environnement (15%)
 - des produits bio (12%)



LES CLIENTELES : LES FREINS

Dans l'acte de consommation touristique, le caractère durable du produit est un critère de choix mais il reste non prioritaire.

Les freins :

- Méconnaissance de l'offre et idées reçues (+ cher, rural, voyage humanitaire...)
- Déficit de crédibilité pour les entreprises qui mettent en avant des arguments environnementaux / durables / citoyens
- De plus, l'action écologique est parfois perçue comme quasi exclusivement bénéfique au portefeuille du prestataire
- Le tourisme durable est perçu comme une contrainte, notamment en vacances
- *Ex : en Espagne un touriste consomme en moyenne 440 litres d'eau par jour contre 250 litres pour un autochtone*
- *85 des allemands acceptent des mesures favorisant la réduction du réchauffement climatique dans leur vie quotidienne contre 40% pendant les vacances*
- Manque d'intérêt
- Le manque d'offre identifiable et accessible limite également la consommation

D'OU L'IMPORTANCE DES LABELS POUR IDENTIFIER ET VALORISER L'OFFRE ET DONC LIMITER CERTAINS FREINS



LES CLIENTELES ET LES LABELS

LES LABELS : CONNAISSANCE ET PERCEPTION DU PUBLIC

80% des français considèrent la présence d'un label comme une garantie pour la démarche tourisme durable.

Les labels sont donc très importants pour crédibiliser une démarche de tourisme durable.

Les labels sont cependant très peu connus.

L'hébergement durable reste un type de prestation encore un peu flou dans l'esprit d'une partie des touristes

Les intentions et les faits

56% des français sont d'accord pour privilégier un hébergement ayant un écolabel

34% des voyageurs internationaux se disent prêts à payer plus pour un hôtel ayant une démarche environnementale

Mais :

Sur Trip Advisor, 3% des clients déclarent avoir choisi un hôtel ayant une démarche écologique alors que 35% affirmaient être prêts à le faire

2% des voyageurs français sont déjà allés dans un établissement éco-labelisé