

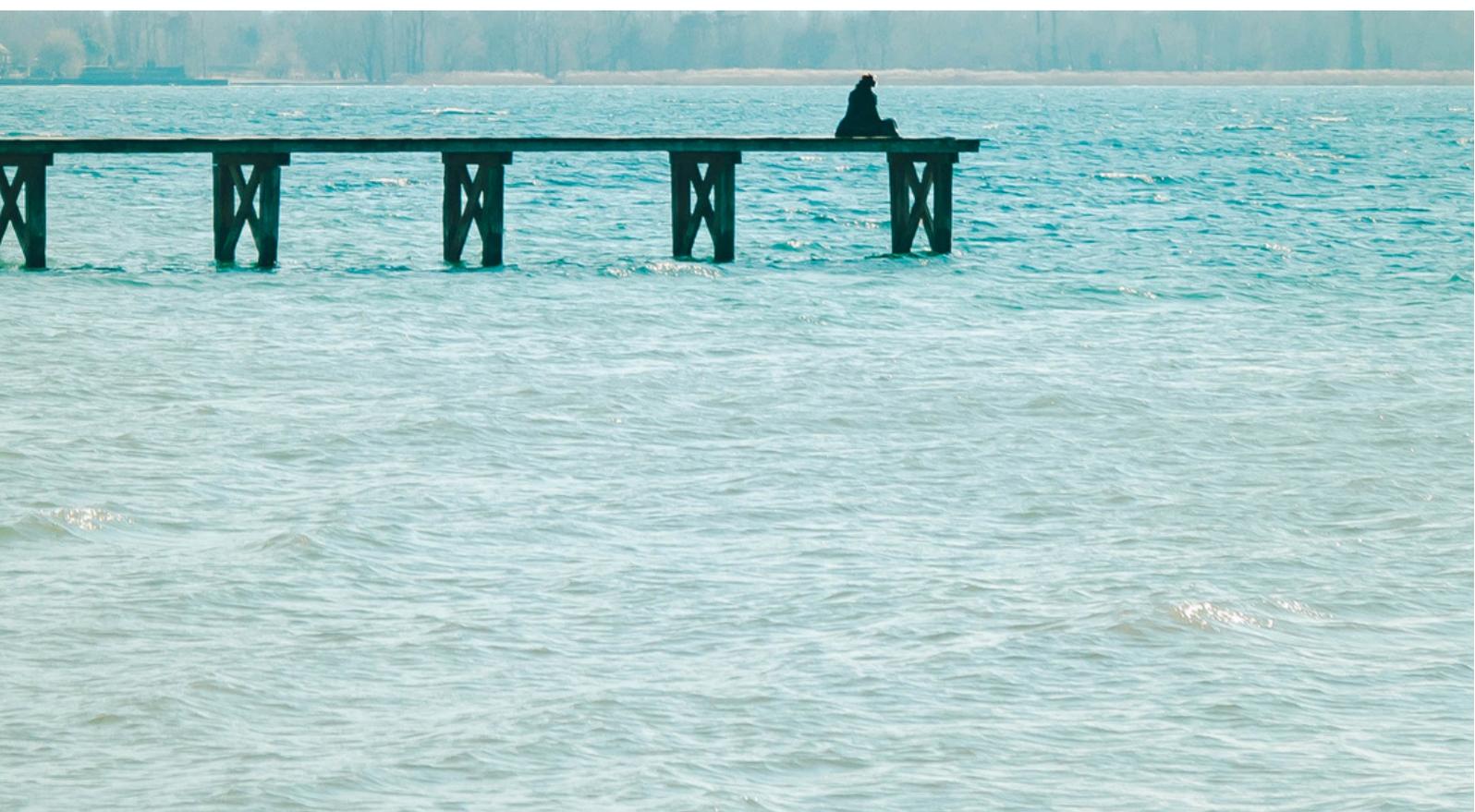
AIX LES BAINS  
RIVIERA  
DES ALPES

 **ATD**  
acteurs du tourisme durable

# GUIDE DE BONNES PRATIQUES DU TOURISME DURABLE

Universités du Tourisme Durable - 9<sup>ème</sup> édition

21 & 22 septembre 2023





# SOMMAIRE

## 1 Introduction

## 2 Bonnes pratiques

1. Communiquer et (s')informer
2. Créer du lien
3. Convaincre et motiver
4. Aller plus loin

## 3 Acteurs de référence

## 4 Index des ressources

## 5 Mot de la fin

# INTRODUCTION

Avoir les bons réflexes : découvrez notre guide des bonnes pratiques !

## QU'EST-CE QUE LE TOURISME DURABLE ?

Selon la définition de **l'ONU Tourisme** (anciennement OMT), le tourisme durable est "un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil".

Cette définition s'aligne sur les Objectifs du Développement Durable (ODD) fixés par l'ONU. Pour découvrir les 17 objectifs, rendez-vous sur [cette ressource ATD](#) !

## POURQUOI RÉALISER CE GUIDE ?

Car le monde du tourisme, confronté à d'importants défis sociétaux et environnementaux actuels et à venir, est en constante évolution. De nombreux acteurs déplorent encore un manque de moyens d'information clairs, concis, permettant entre autres de répondre à cette question clé : "**Que puis-je faire ?**".

C'est pourquoi nous vous proposons aujourd'hui ce guide pratique, né de réflexions issues de la 9ème édition des Universités du Tourisme Durable à Aix-les-Bains qui a eu lieu en septembre 2023, mais également d'entretiens réalisés auprès de **professionnels du tourisme** d'horizons variés. Les recommandations de ce guide sont ainsi directement inspirées de l'expertise de chargés de développement touristique de territoire, de consultants en stratégie touristique, de responsables de service tourisme durable ou encore de directeurs RSE !

## À QUI S'ADRESSE CE GUIDE ?

Ce guide est destiné à l'ensemble des professionnels du tourisme qui souhaitent s'informer, découvrir de nouvelles pratiques durables possibles et réalisables et s'engager pour un tourisme plus responsable. Il a été pensé comme un **document repère** facile à consulter, utile pour tous, professionnels novices comme expérimentés en matière de tourisme durable.

Vous retrouverez en bas de pages et en fin de document des **ressources** accessibles en un clic indiquées par le symbole  , ainsi que des "**bonnes idées**" déjà réalisées par des acteurs du secteur, afin de compléter nos recommandations et de vous fournir les outils essentiels pour passer à l'action !



# COMMUNIQUER & (S')INFORMER

**Informier, sensibiliser, vulgariser** (en interne comme en externe, par les acteurs du secteur)

*"Il y a toujours besoin d'améliorer la connaissance, la vulgarisation et la formation des territoires et des entreprises."* - FTC Consulting

*"L'éducation est l'arme la plus puissante pour changer le monde"* disait Nelson Mandela. Pour œuvrer en faveur d'un tourisme plus durable, il est primordial d'en connaître les enjeux et le contexte dans lequel il évolue.

**Se renseigner soi-même au quotidien et faire preuve de curiosité ;**

- En suivant des médias, des organisations, des entreprises et des personnalités engagées, par exemple sur des réseaux sociaux comme LinkedIn ou à travers leurs infolettres.

**Sensibiliser autour de soi et dans son entreprise ;**

- En partageant ses connaissances régulièrement lors de discussions, de réunions, à travers les réseaux de son organisation, ou sur ses propres réseaux sociaux ;
- En apprenant collectivement à travers des ateliers de sensibilisation et des formations communes.

**Vulgariser l'information pour tous : ses collègues, ses pairs, ses clients ;**

- En faisant preuve de pédagogie, par l'utilisation de termes accessibles ;
- Cela demande de la patience et de la répétition : ce qui peut nous paraître évident ne l'est pas pour tout le monde !



# COMMUNIQUER & (S')INFORMER

## Rendre la transition désirable

Les mots et les images que nous employons ont un sens. Ils sont les véhicules de nos idées, façonnent les représentations et les imaginaires collectifs. La transition doit également se faire dans notre communication !

### Mieux parler du tourisme durable ;

- En donnant envie de le pratiquer : privilégier une communication enthousiaste, positionnant le tourisme durable comme quelque chose de désirable et dont on a envie de parler ;
- En le promouvant sans forcément le citer comme tel : pour être le plus largement adopté et intégré, le tourisme durable ne doit pas être représenté comme une forme de tourisme "à part" !

### Mieux illustrer le tourisme durable ;

- En choisissant avec attention les images que l'on associe au tourisme, en diffusant par exemple davantage de visuels représentant des modes de mobilité douce plutôt que des moyens de transport très polluants ;
- En diversifiant les sites et destinations illustrés, afin de ne pas accroître la promotion de lieux déjà très fréquentés et de ne pas favoriser le surtourisme ;
- En privilégiant des images colorées, de haute qualité ; en bref, des images attirantes pour le public, afin de proposer de nouvelles visions du voyage et d'encourager à explorer ces possibilités de manière différente !



# LES BONNES IDÉES



Découvrez des bonnes pratiques déjà mises en place par des pros !

## Communiquer et (s')informer

- Collaborer avec les communicants pour changer les imaginaires du voyage, proposer des arguments pour plaider la cause du tourisme durable, diffuser des ressources utiles en accès libre - [Itinéraire Bis](#) 
- Promouvoir des expériences touristiques durables, même en zone urbaine - [OnlyLyon](#) 
- Encourager un tourisme plus authentique, plus proche et respectueux des populations locales en valorisant la rencontre - [Vaolo](#) 
- Promouvoir un système économique favorisant les acteurs locaux indépendants et les expériences "hors des sentiers battus" - [Vaolo](#) 
- S'adapter et promouvoir le tourisme différemment, en abordant des sujets dans l'ère du temps tels que les mobilités ou les infrastructures - [FTC Consulting](#)
- Mise en lumière des mesures environnementales avec des projets de revalorisation du patrimoine, tel qu'un fort militaire - [Communauté de communes Maurienne Galibier](#)
- Proposer une compensation carbone, mettre en lumière les intérêts de partir minimum deux semaines pour les gros voyages, axer sa communication sur les bénéfices qu'une économie circulaire apporte aux voyageurs - [Vaolo](#)



# CRÉER DU LIEN

## Entre les acteurs du tourisme

**“Il faudrait que l’on travaille main dans la main, tous secteurs confondus”**  
- Best Western Hotels & Resorts

**“Il n’y a plus du tout de logique de garder les solutions pour soi.”**- Musilac

Les professionnels du tourisme soulignent la difficulté et le besoin de créer des liens et de partager des retours d’expériences entre acteurs du secteur. Le besoin de mise en réseau s’avère être de plus en plus important.

- **La solution ?** Encourager les rencontres et les échanges entre acteurs du tourisme de tous horizons pour favoriser la collaboration et l’inspiration mutuelle.
- **Comment ?** En participant à des temps d’échanges (débats, tables rondes, forums) et à des évènements favorisant la rencontre entre acteurs tels que les Universités du Tourisme Durable.

De manière plus spécifique, il est nécessaire d’établir davantage de liens entre les aspects sociaux, économiques, environnementaux, patrimoniaux...

- Il est également essentiel d’assurer une cohérence plus prononcée entre des actions telles que la gestion opérationnelle, la labellisation et la création d’infrastructures.
- Pour réaliser tout cela, il est utile de **“créer des groupes de travail : voir des confrères, des acteurs exposés aux mêmes problématiques pour comparer les pratiques, partager les difficultés et les bons contacts.”** - Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH
- De telles pratiques permettent le plus souvent **“de tirer tout le monde vers le haut à moindre coût.”** - Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH



# CRÉER DU LIEN

## Au sein même des organisations

“Créer du lien”, ce n’est pas que réseauter avec d’autres acteurs. Il est avant tout essentiel de créer du lien au sein d’une même structure, entre tous ses employés et services, même ceux qui pensent ne rien avoir en commun.

- **Pourquoi ?** Fluidifier et coordonner les tâches, la communication, améliorer la cohésion d’équipe, l’expérience client ; bref, être efficace !
- **Comment ?** Trouvez l’inspiration dans notre section [Les bonnes idées](#) !

## Avec les acteurs des territoires

Pour simplifier la mise en place de projets, il est crucial de solliciter les avis des résidents, des acteurs socio-professionnels et d’autres intervenants locaux.

- **Pourquoi ?** En favorisant une véritable participation citoyenne, on encourage l’adhésion aux projets, ainsi que leur appropriation et leur amélioration par l’ensemble des acteurs du territoire.
- **Comment ?** Comme OnlyLyon, vous pouvez réaliser une démarche de consultation collective (à retrouver dans la section [Les bonnes idées](#)).

L’un des défis les plus courants réside toutefois dans la complexité à établir des liens avec les parties prenantes locales, en particulier publiques.

**“Il n’est pas toujours évident d’aller auprès des communes.”**

- Communauté de communes Maurienne Galibier

Néanmoins, une prise de conscience émerge progressivement concernant le développement du tourisme durable. De plus en plus de professionnels, ainsi que d’entités financières, reconnaissent une opportunité de diversification ; c’est un système **“qui va dans les deux sens”**.



# LES BONNES IDÉES



## Créer du lien

- Créer des groupes de travail entre les socio-professionnels du tourisme et d'autres secteurs afin de mettre en commun des solutions concrètes qui seront bénéfiques pour tous - **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Instaurer des opérations "vis ma vie" en entreprise  
- **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Organiser des challenges de mobilité douce avec des primes pour l'utilisation de vélos électriques - **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Laisser du temps libre aux salariés pour qu'ils puissent s'engager dans une association caritative - **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Mettre en place des welcome kits, fournir des tenues spécifiques  
- **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Participer aux [Universités du Tourisme Durable](#) 
- Projet pilote : travailler avec les habitants, élus, socio-professionnels autour d'un projet central photovoltaïque des habitants - **CC Maurienne Galibier**
- Créer des sentiers avec approche didactique à partir de l'histoire de la forêt et d'histoires racontées par les habitants, afin de valoriser le croisement des notions promenade-culture-histoire et l'appropriation du territoire par les habitants - **CC Maurienne Galibier**
- Valoriser les rencontres entre touristes et habitants avec le système de "Greeters" - [OnlyLyon](#) 
- Co-construire sa destination avec les habitants, les professionnels du tourisme et les visiteurs - [OnlyLyon](#) 

# CONVAINCRE & MOTIVER

## Prouver l'intérêt économique de la transition

“La mise en place de certaines actions ne nécessite pas plus d'argent mais nécessite un vrai choix, une vraie direction.” - OnlyLyon

La transition durable doit être économiquement viable et accessible à tous.

Il est essentiel de prouver qu'elle n'est pas toujours synonyme de coûts supplémentaires, et qu'elle peut même être à l'origine d'importantes économies à travers diverses actions telles que :

- Le suivi des achats, pour éviter les dépenses inutiles
- La diminution et la gestion des déchets (tri, recyclage, compostage)
- Le travail sur le volet social

Pour répondre aux éventuelles réticences et critiques, il est déterminant d'étayer vos arguments avec des données chiffrées et des études.

- **Pourquoi ?** Pour convaincre les collaborateurs de l'importance économique de la transition et du développement du tourisme durable.
- **Comment ?** En vous appuyant sur des données fiables et vérifiées.

## Privilégier une communication positive

- La communication positive évite d'angoisser et de paralyser les personnes auxquelles vous souhaitez vous adresser. Il faut donner au public envie d'être “consommateur” et aux managers de motiver leurs équipes pour la réalisation d'actions responsables.
- Partagez des exemples concrets de bonnes pratiques : c'est en démontrant la faisabilité et les avantages de la durabilité que nous encouragerons l'adhésion du public.



# CONVAINCRE & MOTIVER

## Exiger, mais accompagner

Il est parfois incontournable de demander la mise en place de certaines actions pour encourager les professionnels à les intégrer dans leurs pratiques courantes, ce qui favorise à son tour l'adoption de ces actions par l'ensemble du secteur.

Cependant, cette exigence doit être accompagnée, car sans soutien, il est facile de se sentir perdu et démotivé lorsqu'il s'agit de respecter une action responsable, d'autant plus qu'il existe d'autres préoccupations en parallèle.

### Pourquoi ?

- Pour que les acteurs du tourisme s'engagent véritablement dans des initiatives en faveur d'une activité durable et responsable, il est nécessaire d'imposer certaines obligations.

### Comment ?

- En obligeant à diffuser son bilan carbone, à réellement s'engager dans des actions concrètes ;
- En proposant des solutions d'accompagnement afin que la politique de développement durable ne soit pas abandonnée ;
- En accompagnant les clients, les touristes dans le changement de leurs pratiques et comportements, par exemple en terme de mobilité ;
- En les orientant quant à leur empreinte carbone, et en repensant les métiers du conseil pour proposer des solutions sur la gestion de cette empreinte, ou "comment voyager différemment ?".

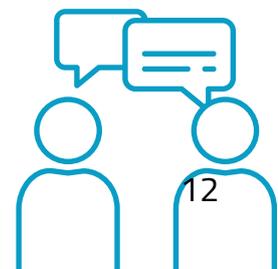


# LES BONNES IDÉES



## Convaincre et motiver

- Concevoir une feuille de route complète avec des objectifs précis et des chiffres concrets permettant d'établir une stratégie RSE efficace - **Best Western Hotels & Resorts**
- Réaliser des entretiens avec des collaborateurs et acteurs du tourisme pour prouver l'intérêt économique d'une transition écologique - **Best Western Hotels & Resorts**
- Effectuer un suivi continu des données et des performances liées aux actions environnementales et durables réalisées, en s'appuyant sur des datas référencées - **Best Western Hotels & Resorts**
- Réaliser un guide RSE et montrer que certains outils existent pour favoriser un recrutement inclusif - **Best Western Hotels & Resorts**
- Choisir les bons arguments pour faire rentrer les parties prenantes dans les projets en choisissant notamment d'accès sur les bénéfices économiques. - **CC Maurienne Galibier**



# ALLER PLUS LOIN

## Développer une stratégie RSE ou RSO : aller au-delà des obligations légales

“Chacun peut placer le curseur où il veut” - Musilac

“Tout le monde a sa part à faire, sa responsabilité.” - OnlyLyon

Intégrer une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) ou des Organisations (RSO) est désormais une étape incontournable pour de nombreuses structures.

Toutefois, pour garantir le respect réel des engagements et des valeurs, il est nécessaire d'aller au-delà des seules exigences légales.

### Comment ?

- En s'appuyant sur les principes, les questions centrales et les domaines d'actions de la norme ISO 26000 ;
- En réalisant des audits et évaluations fréquents pour aider les professionnels à organiser leurs priorités ;
- En faisant de la **“formation de personnel en présentiel”** (Best Western Hotels & Resorts) ;
- En optimisant sa stratégie marque employeur ;
- En mettant en place des avantages pour les collaborateurs et en les accompagnant dans une démarche de prise de conscience.

“Il faut mettre en avant les progrès, les économies, communiquer sur l'augmentation du bien-être et de la fidélisation des collaborateurs.”

- Armelle Solelhac – Cabinet SWITCH



# ALLER PLUS LOIN

## Progresser étape par étape

“À n’importe quelle échelle, on peut faire quelque chose” - OnlyLyon

Afin de vous assurer que vos engagements et la mise en œuvre de la RSE/RSO soient effectivement opérationnels, il est nécessaire d'avancer progressivement, étape par étape, pour éviter de se sentir désorienté.

### Pourquoi ?

- **Pour ne pas se sentir submergé** : la RSE/RSO est un vaste domaine qui peut sembler intimidant. En y allant étape par étape, vous pouvez vous familiariser avec les concepts et les outils progressivement.
- **Pour mieux prioriser ses actions** : il est important de se concentrer sur les actions qui auront le plus d'impact. En avançant progressivement, vous pouvez mieux identifier les priorités de votre organisation et définir un plan d'action cohérent.
- **Pour faire selon ses moyens** : il existe des solutions simples et peu coûteuses pour améliorer votre impact social et environnemental.

### Comment ?

- En choisissant dans un premier temps un référentiel pour définir clairement les actions à entreprendre et guider vos actions ;
- En accordant du temps à la RSE/RSO et en la démystifiant, car souvent, ces actions ne sont pas très complexes !
- En se renseignant sur des sites publics, où l'information est disponible gratuitement et de manière vérifiée ;
- En formant les personnes prêtes à donner de leur temps et à s'engager pour la RSE à travers des formations courtes et abordables.



# LES BONNES IDÉES



## Aller plus loin

- Mettre en place une charte éthique et déontologique de travail - **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Mettre en place une réelle gestion des déchets, incluant celle des produits dangereux - **Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- S'interroger sur la mise en marché et la distribution de ses produits en intégrant des données géopolitiques dans la RSE  
**Armelle Solelhac – Cabinet SWiTCH**
- Lutter contre les risques de violences sexistes et sexuelles lors d'évènements - **Musilac**
- Améliorer l'inclusivité des évènements musicaux avec la mise en place de gilets vibrants et d'une documentation spécifique - **Musilac**
- Evaluer régulièrement ses actions et performances - **Musilac**
- Donner l'habitude des transports en commun aux visiteurs, limiter le nombre de voitures pour ne pas nuire à la vie des riverains, travailler avec les TER pour obtenir des tarifs réduits - **Musilac**
- Mettre en place des parkings vélos à proximité immédiate des lieux attirant du monde - **Musilac**

Pour découvrir encore plus de bonnes pratiques en faveur d'un tourisme durable et plus responsable, rendez-vous [sur le site d'ATD](#) !



# ACTEURS RÉFÉRENTS

## Au niveau national



[Acteurs du Tourisme Durable \(ATD\)](#) est une association fédérant l'ensemble du réseau touristique français. Avec plus de 200 acteurs membres, c'est le premier réseau professionnel visant à faire évoluer le secteur vers des pratiques plus responsables, à travers la diffusion de nombreuses ressources, la réalisation d'actions de sensibilisation et l'organisation d'évènements pour les professionnels.



L'association [Agir pour un tourisme responsable \(ATR\)](#) rassemble plus de 70 opérateurs de voyage engagés dans un tourisme durable, afin de faire évoluer le secteur vers des pratiques plus responsables, respectueuses de l'environnement et des populations locales. Elle propose notamment un label pour certifier les voyageurs engagés ainsi que des formations et des outils pour les professionnels.



[L'association pour le tourisme équitable et solidaire \(ATES\)](#) est une organisation de référence du tourisme équitable et solidaire. Elle rassemble plus de 35 acteurs touristiques français et internationaux, engagés dans un tourisme comme levier de développement et de solidarité avec les populations et acteurs locaux. Elle gère le Label Tourisme Équitable qui garantit les pratiques des opérateurs dans le respect de la Charte du Tourisme Équitable et Solidaire.



[L'UNAT](#), l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air, œuvre pour la promotion d'un tourisme de qualité accessible à tous. Elle fédère plus de 1500 établissements et des centaines d'associations engagées pour un tourisme social et solidaire en France. Elle joue notamment un rôle de relais d'information, de porte-parole et de représentant d'intérêts pour les membres de son réseau.

# ACTEURS RÉFÉRENTS

## Au niveau national



**Atout France**, l'Agence de développement touristique de la France, accompagne les acteurs du tourisme français dans leur développement en France et à l'international, à travers son réseau de plus de 1200 partenaires. Elle propose un large éventail de services dédiés aux professionnels du tourisme, tels que des formations, des conseils personnalisés et des outils d'aide à la décision.



**L'ADEME**, l'Agence de la transition écologique, est un établissement public agissant pour la transition écologique et solidaire. Elle met à disposition du grand public et des professionnels français de nombreux services et des ressources permettant de s'informer, de se former, ou encore de financer des projets engagés en faveur de la transition écologique.



**ADN Tourisme**, la Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme, représente 1200 structures françaises aux niveaux national et régional. Elle représente les intérêts de ses membres auprès de l'Etat et leur propose des services d'accompagnement, de promotion ou encore de mise en relation. Elle est également chargée de la collecte et de la diffusion de données touristiques à l'échelle nationale.

# ACTEURS RÉFÉRENTS

## Au niveau international



**ONU Tourisme**, nouvelle identité de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), est une institution spécialisée des Nations Unies. C'est la principale instance internationale de promotion du tourisme durable et responsable. Elle fournit en accès libre de nombreuses données sur l'activité touristique mondiale et des recommandations pour les professionnels du secteur. Elle propose également des définitions universelles des termes relatifs au tourisme, et coordonne des actions de développement touristique sur la base des Objectifs de Développement Durable de l'ONU.



Le **GSTC (Global Sustainable Tourism Council)** est une organisation internationale à but non lucratif qui fixe les normes mondiales du tourisme durable. Elle développe et met à jour les critères et indicateurs du tourisme durable, et forme et certifie les acteurs du tourisme à ces normes. C'est un organisme de référence en matière de tourisme durable au niveau mondial.



L'**ISTO (Organisation Internationale du Tourisme Social)** est une association internationale à but non lucratif rassemblant des acteurs publics et privés du tourisme social, durable et solidaire à travers le monde. Elle œuvre pour le développement d'un tourisme responsable accessible au plus grand nombre. Elle encourage la coopération de ses membres, représente leurs intérêts auprès d'instances internationales et soutient financièrement des projets en faveur du développement du tourisme social.

# INDEX DES RESSOURCES

## Communiquer et (s')informer

- [ADEME Infos](#)
- [ATD](#)
- [Ateliers 2 Tonnes](#)
- [Fresque du Climat](#)
- [Itinéraire Bis](#)

## Créer du lien

- [ATD](#)
- [Universités du Tourisme Durable](#)

## Convaincre et motiver

- [Bilans GES de l'ADEME](#)
- [Fonds Tourisme Durable](#)
- [CEDEF](#)
- [Librairie ADEME](#)
- [Norme ISO 26000](#)
- [notre-environnement](#)
- [Tourisme et développement durable](#)
- [Territoires & Climat \(ADEME\)](#)

## Aller plus loin

- [Norme ISO 26000](#)
- [Economie.gouv.fr](#)
- [Portail RSE](#)
- [Guide SAMI](#)
- [Fun MOOC](#)
- [MYMOOC](#)
- [Guide des labels pour un tourisme durable](#)



# MOT DE LA FIN

**Ce guide a été réalisé par deux étudiantes en Master 1 Management du Tourisme Durable à l'IAE Savoie Mont Blanc, Hélène Schneiderlin et Romane Pelletier, dans le cadre d'une collaboration avec l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes.**

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude aux professionnels qui ont généreusement partagé leur temps et leurs connaissances avec nous. Leurs précieux témoignages sur leurs métiers, missions et engagements, ainsi que leurs réponses éclairantes à nos questions ont constitué une source d'inspiration inestimable pour l'élaboration de ce guide.

Nous remercions chaleureusement Laetitia Joffre de l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes ainsi que Juliette Ruel et Anne-Lise Olivier d'ATD, pour leurs conseils avisés, leur bienveillance et leur écoute attentive tout au long de ce projet. Leur soutien et leur guidance ont été des éléments clés de sa réussite.

Enfin, nous saluons l'organisation des Universités du Tourisme Durable, qui ont permis la rencontre et l'échange fructueux entre professionnels et étudiants, et ont contribué à enrichir notre réflexion sur les enjeux du tourisme durable.

## **EN SAVOIR + SUR LES UNIVERSITÉS DU TOURISME DURABLE**

Chaque année, les UTD réunissent des centaines de professionnels du tourisme de toute la France pour favoriser les rencontres, les échanges, le partage de bonnes pratiques, l'innovation collective et la découverte d'initiatives durables sur le territoire.

Pour en apprendre plus sur les éditions passées et à venir, c'est [par ici](#) !



UNIVERSITÉS DU  
**T**OURISME  
DURABLE

21>22 SEPTEMBRE **2023**  
AIX-LES-BAINS