

Mercredi 16 juin à Seyssins à l'occasion de la Rencontre des Offices de Tourisme de l'Isère organisée par la FDOT Isère, Guillaume CROMER, directeur gérant du cabinet ID-Tourism à Grenoble, a animé une conférence sur le développement durable. La matinée s'est ensuite poursuivie par une table ronde composée de Vincent Delaitre, directeur d'Isère attractivité et Jean François Jobert, directeur adjoint d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Compte-rendu de l'intervention :

La notion de développement durable a vu le jour en 1972 suite au rapport "The limit of growth", s'interrogeant sur la limite à la croissance économique. Les chercheurs du Massachusetts Institute of Technology (MIT) ont affirmé dans ce rapport que la croissance est liée à la limite de notre planète, de nos matières premières. De ce fait, il est nécessaire de tendre sur un développement soutenable, c'est-à-dire à un équilibre entre le développement économique et la préservation de l'environnement. [triptyque : social, économique et environnemental.]

En France, le sujet du développement durable a été porté par le secteur du tour operating dans les années 90. Ces derniers ont créé ATR, une certification pour un tourisme responsable consacrée aux tours opérateurs.

Suite à cela les certifications et démarches se sont multipliées. Notamment l'ATES (Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire) créé en 2006, l'ATD (Acteurs du Tourisme Durable) créé en 2011, la Certification GREEN Destination ou encore GDS INdex ayant pour mission de classer les villes penchées sur le tourisme durable et notamment le tourisme d'affaires.

Aujourd'hui le développement durable est plus que jamais d'actualité et se pose maintenant la question du bas carbone. Une étude de l'ADEME a conclu que les émissions de gaz à effet de serre du tourisme en France sont équivalentes à l'empreinte carbone de 11 millions de français. Le transport touristique pèse pour 71% du total des émissions, dont 41% provenant de l'aérien. Alors comment réussir le défi de modifier les comportements ? Où réduire les émissions dans la chaîne de valeur du tourisme ? Cela soulève de nombreuses questions dont celles du surtourisme et de la gestion de flux, de l'inclusion des habitants dans les projets ainsi que la question des circuits courts et de l'accompagnement des pros dans cette démarche (restaurateurs, boutique de l'OT...).

Cette adaptation au changement climatique est d'autant plus essentielle que les voyageurs veulent dorénavant mettre du sens dans leur voyage, apprendre et sentir qu'ils impactent positivement. Les nudges et sciences comportementales se sont développées. Le nudge est une technique consistant à changer les comportements des clients sans les forcer, notamment pour les inciter à mieux consommer.

La notion de tourisme régénératif est également apparue, c'est-à-dire de faire en sorte que les projets touristiques fassent plus de bien que de mal. Expl avec Center Parcs.

Point labels :

- Hébergements : La clef verte, EU ecolabel, Green globe (haut de gamme)
- Restaurant : ecotable, Greenfood et FIG. Ce dernier a fait un partenariat avec Lafourchette et Tripadvisor ce qui apporte en visibilité.
- Tour Opérateur : ATR et Garanties ATES.
- Destination : Green destination, flocon vert, Destination innovante et durable, passeport vert, global destiny sustainability
- Entreprise et Office de tourisme : Lucie 26000, green globe
- Événement : ISO 20121.

Des études ont été menées sur la perception des visiteurs sur le tourisme durable.

Etude Ifop 2021 : Les clients sont-ils prêts à payer plus cher certains produits s'ils sont respectueux de l'environnement ? 61% des interrogés ont répondu oui pour les produits locaux, 44% pour le séjour dans sa globalité, 40% pour l'hébergement et 40% pour le moyen de transport. La préoccupation est donc assez forte.

Étude Greenflex : Les 3 principales préoccupations des Français sont la santé, le bien être des proches et le bonheur. Mais l'urgence climatique reste un thème fort et la quête de consommer moins mais mieux est devenue une tendance chez les Français. 80% des interrogés veulent des preuves montrant que l'engagement de l'entreprise en matière de développement durable est réel.

Dynamique actuelle chez les acteurs français :

L'Etat établit la feuille de route du tourisme durable et l'ADEME est force de proposition.

Collectivité : Vrai dynamique des territoires

Office de tourisme et collectivité : différentes démarches : écoconditionnalité pour soutenir tel ou tel projet, management dans les équipes pour traduire les valeurs en interne, label. Les Offices de tourisme ne doivent pas seulement sourcer les informations mais également voir comment les intégrer dans le tourisme durable (label dans l'OT, politique RSE, gestion des déchets en interne, pollution numérique, comment animer les sociopro à ce sujet...).

Voir la présentation : <https://www.fdot-isere.com/rencontre-des-ot.html>