



**HAL**  
open science

# Les labels et marques comme indicateurs pour évaluer la durabilité du Tourisme : le cas de l'Hérault

Katia Rueda Rodriguez

## ► To cite this version:

Katia Rueda Rodriguez. Les labels et marques comme indicateurs pour évaluer la durabilité du Tourisme : le cas de l'Hérault. Géographie. 2023. dumas-04444866

**HAL Id: dumas-04444866**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04444866>**

Submitted on 7 Feb 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Année universitaire 2022-2023

# Les labels et marques comme indicateurs pour évaluer la durabilité du Tourisme *le cas de la destination Hérault*



Présenté par **Kattia RUEDA RODRIGUEZ**

Sous la direction de **Marie-Laure POULOT**, Maîtresse de conférences

le **08/09/2023**

devant un jury composé de :

**Marie-Laure POULOT**, Maîtresse de conférences.

**Ana Rita ALBUQUERQUE OLIVEIRA**, Maîtresse de conférences.

Sous la responsabilité de **Géraldine LEFRANC VERNA**, Tutrice de stage.

Mémoire de stage de 2<sup>e</sup> année

Mention : Tourisme

Parcours : Tourisme et développement durable des territoires

# REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont permis de réussir mon stage et la rédaction de ce mémoire :

- **La Directrice du Pôle Tourisme Durable de l'ADT de l'Hérault**, qui m'a accueillie dans son Service, pour sa disponibilité et son partage de connaissances sur le secteur touristique et **ma tutrice de stage**, qui m'a encadrée tout le long, pour la confiance accordée et pour l'aide apportée.
- **Tout le personnel de Hérault Tourisme**, toujours disponible pour répondre à mes questions et par le partage de leur expertise et de leur passion pour le tourisme durable et pour tous. Ainsi que **la Coordinatrice du pôle Observation et Veille stratégique** pour l'aide apportée dans l'obtention des informations sur l'observation du tourisme et sur la définition des indicateurs de durabilité.
- Tous les professionnels qui ont accepté de répondre à mes questions lors des entretiens dirigés : **le Chef du Pôle Observatoire et Ingénierie du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine**, **le Chargé d'études à l'ADN Tourisme** et **le Chercheur, professionnel et référent de l'Observatoire de l'Universidad Nacional de Costa Rica**, pour le temps qu'ils m'ont accordé et pour les informations indispensables qu'ils m'ont fournies.

Je remercie particulièrement **le docteur Seno Alves**, professionnelle à l'Essonne Tourisme pour sa contribution et ses conseils utiles pour le cadrage de mon sujet d'étude et à **Mme. Poulot**, responsable du Master pour son accompagnement et la qualité de l'encadrement qu'elle m'a apportée tout au long de mes études de recherche et stage.

Je remercie également **ma famille française**, toujours à mes côtés, pour leur soutien et leur patience.

Enfin j'ai une pensée pour **ma famille au Mexique**, qui est toujours présente malgré la distance.

Merci, Thank you, Gracias !

Kattia.

## RESUME / SUMMARY

Dans un contexte mondial tendu et menacé par des événements climatiques extrêmes, la prise en compte du développement durable est devenue prioritaire pour préserver les ressources naturelles, le vivant et l'espèce humaine. Les étés caniculaires nous rappellent chaque année cette importance. Il faut donc se transformer, et le tourisme n'y échappe pas.

Mais comment se transformer sans une bonne connaissance de la situation ?

Notre étude explore la complexité de mesurer la durabilité dans le tourisme en se penchant sur les labels et marques comme des indicateurs potentiels. En réponse aux défis environnementaux et sociaux, ces indicateurs sont devenus essentiels pour les professionnels du tourisme afin de relever le défi de l'évaluation de la durabilité.

Depuis des années, les institutions et acteurs du tourisme de toutes les échelles recherchent des indicateurs fiables et pérennes pour pallier les carences de l'observation du tourisme et évaluer leurs progrès en matière d'adoption de pratiques touristiques plus responsables.

En France, un groupe de professionnels du tourisme travaille actuellement pour définir une liste d'indicateurs communs applicables à tous les territoires et à toutes les échelles.

In a tense global context climate threatened by extreme climatic weather events, sustainable development has become a priority in order to preserve natural resources, the living world and the human species. Heatwave summers remind us of this importance every year. So, we have to transform our behavior, and tourism is no exception.

But how can we transform ourselves without a good understanding of the situation?

Our study explores the complexities of measuring sustainability in tourism, looking at labels and brands as potential indicators.

In response to environmental and social challenges, these indicators have become essential for tourism professionals to meet the challenge of assessing sustainability.

For years, tourism institutions and actors at all levels have been looking for reliable, sustainable indicators to make up for the shortcomings of tourism observation and assess their progress in adopting more responsible tourism practices.

In France, a group of tourism professionals is currently working to define a list of common indicators applicable to all territories and all scales.



Parmi ces curseurs, les labels et les marques agissent comme des moteurs pour encourager une amélioration constante des pratiques, en guidant les acteurs du secteur vers des stratégies plus responsables et durables. Ils permettent de définir un cadre commun d'évaluation de manière fiable et efficace. Ils facilitent la communication simple et claire des professionnels.

En mettant en lumière le besoin des professionnels d'avoir des outils opérationnels pour mesurer la durabilité, notre étude montre comment ces labels peuvent devenir des repères dans un domaine où la complexité est omniprésente. Cependant, il est crucial de reconnaître que ces indicateurs ne sont pas uniquement destinés à des comparaisons, mais également à l'amélioration constante des pratiques.

De plus, ils doivent être suivis, utilisés intelligemment, avec discernement et modération. Il serait donc risqué pour une politique touristique de ne se limiter qu'au simple comptage des démarches de labellisation pour définir sa stratégie et pour mesurer l'engagement de son territoire en termes de durabilité.

Ainsi l'étude insiste sur le fait qu'un indicateur n'a de sens que lorsqu'il répond à une question précise, ce qui souligne l'importance de poser les bonnes questions pour orienter efficacement les mesures de durabilité.

Labels and brands act as catalysts to encourage continuous improvement in practices, guiding industry players towards more responsible and sustainable strategies. They help define a common evaluation framework in a reliable and efficient way. They facilitate simple and clear communication from professionals.

By highlighting the need for professionals to have operational tools to measure sustainability, our study shows how these labels can become benchmarks in a field where complexity is present.

However, it is crucial to recognize that these indicators are not only intended for comparison, but also for the continuous improvement of practices. What's more, they must be monitored and used intelligently, with discernment and moderation. It would therefore be risky for a tourism policy to limit itself to simply counting the number of labeling procedures to define its strategy and measure its territory's commitment to sustainability.

The study thus emphasizes that an indicator is only meaningful when it answers a specific question, underlining the importance of asking the right questions to effectively guide sustainability measures.

Interviews with key professionals were of crucial importance in understanding the issues at hand, the difficulties they face and the actions needed to make tourism more sustainable.

Les entretiens menés auprès de professionnels clés ont été d'une importance cruciale pour comprendre les problématiques en cours, les difficultés auxquelles ils sont confrontés et les actions nécessaires vers une durabilité accrue du tourisme.

L'importance de la communication entre les acteurs à toutes les échelles est soulignée, ainsi que le travail partenarial nécessaire pour atteindre des objectifs communs de durabilité. L'évaluation participative est présentée comme un pilier essentiel, notamment pour mesurer le développement durable de manière plus complète et authentique.

En examinant les perspectives, notre étude suggère que la création d'indicateurs permettant de mesurer la qualité de vie des résidents pourrait être un complément pertinent aux outils d'évaluation et aux actions déjà prévues dans le schéma de tourisme durable du département de l'Hérault.

En conclusion, ce mémoire met en avant l'importance croissante des indicateurs dans le tourisme durable. Les labels et marques, tout en étant des outils opérationnels, doivent évoluer pour refléter les enjeux changeants.

The importance of communication between stakeholders at all levels is emphasized, as is the need to work in partnership to achieve common sustainability goals. Participatory evaluation is presented as an essential pillar, particularly for measuring sustainable development more comprehensively and authentically.

Looking to the future, our study suggests that the creation of indicators to measure residents' quality of life could be a relevant complement to the evaluation tools and actions already planned in the Hérault department's sustainable tourism scheme.

In conclusion, this thesis highlights the growing importance of indicators in sustainable tourism. Labels and brands, while operational tools, must evolve to reflect changing issues.

Dialogue between tourism stakeholders, community participation, and the search for the right questions are essential elements for a more comprehensive assessment of tourism sustainability, as demonstrated by the approach taken by "The Hérault Department", which is working in parallel on the "measurement" and "enhancement" aspects of their offer.

Le dialogue entre les acteurs du tourisme, la participation communautaire, et la recherche des bonnes questions sont des éléments essentiels pour une évaluation plus complète de la durabilité du tourisme, comme en témoigne la démarche entamée par le Département de l'Hérault qui travaille parallèlement sur les volets "mesure" et "valorisation" de l'offre.

Ce projet a le potentiel de fournir des pistes d'amélioration pour les actions déployées dans l'Hérault en cours et à venir. Il vise à identifier les problématiques actuelles liées à l'intégration des nouveaux indicateurs de durabilité dans la gestion du tourisme, tout en proposant des solutions viables pour continuer à avancer vers une pratique durable et responsable du tourisme.

This project has the potential to provide avenues for improvement for current and future actions deployed in "Hérault Department". It aims to identify current issues linked to the integration of new sustainability indicators into tourism management, while proposing viable solutions to continue moving towards sustainable and responsible tourism practice.

## SIGLES ET ABREVIATIONS

**ADT** : Agence de Développement Touristique

**HT** : Hérault Tourisme

**OT** : Office de Tourisme

**SDDTD** : Schéma Départementale pour un tourisme durable et responsable

**CNIS** : le Conseil National de l'Information Statistique

**ODD** : objectifs de développement durable

**UNWTO**: World Tourism Organization a UN Specialized Agency/

**ONU** : Organisation des Nations Unies

**OMT** : l'Organisation Mondiale du Tourisme

**ICP** : Indicateur clé de performance

**CNIS** : Conseil National de l'Information Statistique

**WTTC**: World Travel & Tourism Council. Traduction en français : Conseil Mondial du voyage et du Tourisme

**RIST** : Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme

**PNUE** : Le Programme des Nations unies pour l'environnement

**SF-MST**: Statistique Framework for Measuring the Sustainability of Tourism. Traduction en français : Cadre statistique commun pour mesurer l'impact et les contributions du tourisme sur le développement durable.

**ETIS** : European Tourism Indicators System/ système européen d'indicateurs du tourisme

**CETD** : Charte Européenne du Tourisme Durable

**IFEN** : l'Institut Français de l'Environnement

**CRIDEAU** : le Centre de Recherches Interdisciplinaires en Droit de l'Environnement, de l'Aménagement et de l'Urbanisme

**CNRS** : Centre national de la recherche scientifique

**INRA** : Institut National de Recherche pour l'Agriculture

**ATD** : Réseaux d'Acteurs du Tourisme Durable

**GES** : gaz à effet de serre

**DD** : Développement Durable

**RSE** : Responsabilité Sociale et Environnementale

**FTO** : France Tourisme Observation (mieux connu comme Data Hub)

**FNHPA** : Fédération Nationale d'hôtellerie de Plein Air

**GSTC** : Global Sustainable Tourism Council

**SIT** : système d'information touristique

**GDT** : Groupe de destinations touristiques

**L'INSEE** : L'institut national de statistique et des études économiques

**SDES** : Le service des données et études statistiques

**OGD** : Organismes de Gestion des Destinations

**CRT** : Comité Régional de Tourisme

**CCI** : Chambre de commerce et de l'industrie

**CDT** : Comité Départemental de Tourisme

**DRT** : Direction Régional de Tourisme

**AFIT** : l'Agence française pour l'ingénierie touristique

**T&H** : Marque nationale Tourisme et Handicap

**UNAT** : Union Nationale des Associations du Tourisme qui fédère et représente l'ensemble des acteurs du tourisme et des vacances qui sont présents dans le champ de l'économie sociale et solidaire.

**ANCV** : Agence Nationale des Chèques Vacances

**VACAF** : Aide aux vacances pour votre séjour en famille ou pour vos enfants

**AMNT** : Application des marques nationales du tourisme

**S.W.O.T.** : des sigles en anglais et traduits au français "Strengths" (Forces), "Weaknesses" (Faiblesses), "Opportunities" (Opportunités), "Threats" (Menaces).

**SITE 34** : plateforme informatique qui rassemble les informations et les données des professionnels de tourisme qui exercent une activité dans l'Hérault, pilotée par les Offices de Tourisme, déployée et gérée par Hérault Tourisme. La mise à jour des données se fait directement par les professionnels lors de la collecte annuelle lancée par le service de l'ADT gestionnaire de la plateforme.

**RSE** : Démarche de "responsabilité sociétale des entreprises"

**MICE** : des termes en anglais "Meeting, Incentive, Convention, Exhibitions" traduit au français comme « industrie des réunions professionnelles ».

**QV** : qualité de vie

**QVR** : qualité de vie des résidents

**PIB** : Produit intérieur brut

**CR** : Compte rendu

**c.a.d.** : C'est-à-dire

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>10</b>
<b>AVANT-PROPOS.....</b>	<b>13</b>
<b>PARTIE I – LE CADRE THÉORIQUE.....</b>	<b>15</b>
<b>1 LE TOURISME DURABLE ET LE RÔLE DES INDICATEURS .....</b>	<b>15</b>
1.1 LES PRINCIPES DU TOURISME DURABLE .....	15
1.2 L'ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE FACE AU DÉVELOPPEMENT DURABLE .....	18
1.3 LES INDICATEURS COMME INSTRUMENTS DE MESURE INDISPENSABLES.....	20
<b>2 PRÉSENTATION DES INDICATEURS POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME.....</b>	<b>22</b>
2.1 LES INDICATEURS DE DURABILITÉ ET LEUR APPLICATION AU TOURISME .....	22
2.2 SYNTHÈSE ET ANALYSE DES INITIATIVES EXISTANTES POUR ÉVALUER LE TOURISME DURABLE/RESPONSABLE .....	23
<b>3 INTÉGRATION DES INDICATEURS DE DURABILITÉ DANS LA POLITIQUE TOURISTIQUE FRANÇAISE .....</b>	<b>34</b>
3.1 LES SOURCES DE DONNÉES : D'OÙ PROVIENNENT LES ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES POUR L'ÉVALUATION ? .....	36
3.2 LA DÉFINITION ET LE PARTAGE D'INDICATEURS DU TOURISME RESPONSABLE, UNE DÉMARCHE COLLABORATIVE.....	39
<b>4 LES LABELS ET MARQUES, DES INDICATEURS FIABLES ET PÉRENNES POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME DANS L'HÉRAULT ? .....</b>	<b>47</b>
4.1 LES DÉMARCHES DE LABELLISATION .....	48
<b>PARTIE II. LES ORIENTATIONS ET INDICATEURS DU TOURISME DURABLE DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>51</b>
<b>5 LE TOURISME DURABLE DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>51</b>
5.1 L'HÉRAULT COMME DESTINATION TOURISTIQUE .....	51
5.2 LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME DANS L'HÉRAULT.....	53
5.3 LES DÉFIS À RELEVER .....	55
<b>6 LA STRATÉGIE DU DÉPARTEMENT DE L'HÉRAULT EN FAVEUR DU TOURISME DURABLE .....</b>	<b>56</b>

6.1	LES ENJEUX DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DURABLE 2022-2026 .....	56
6.2	L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (ADT) DE L'HÉRAULT .....	59
6.3	LES ACTIONS RÉALISÉES ET EN COURS POUR RELEVER LES DÉFIS .....	61
6.4	PRÉSENTATION DE 3 LABELS SOUTENUS ET PORTÉS PAR L'HÉRAULT .....	67
<b>PARTIE III - ANALYSE, RECOMMANDATIONS ET OUVERTURE .....</b>		<b>78</b>
<b>7</b>	<b>ANALYSE DE 3 LABELS COMME INDICATEURS POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>78</b>
7.1	LE LABEL CLEF VERTE, POUR LA GESTION ÉCO RESPONSABLE .....	79
7.2	LE LABEL ACCUEIL VÉLO, POUR DÉVELOPPER LES MOBILITÉS DOUCES.....	81
7.3	LA MARQUE TOURISME & HANDICAP, POUR FAVORISER L'INTÉGRATION SOCIALE.....	83
7.4	NOS CONSTATS APRÈS L'ANALYSE DES 3 LABELS ET MARQUES.....	84
<b>8</b>	<b>RECOMMANDATIONS POUR AMÉLIORER L'UTILISATION DE CES LABELS COMME INDICATEURS DE DURABILITÉ .....</b>	<b>89</b>
8.1	SE DOTER D'INDICATEURS ET D'OUTILS APPROPRIÉS.....	89
8.2	LA COMMUNICATION AVEC DES INDICATEURS POUR FACILITER LE PILOTAGE ET LA PRISE DE DÉCISIONS.....	95
8.3	AUTRES PERSPECTIVES AUTOUR DES LABELS .....	96
<b>9</b>	<b>OUVERTURE SUR L'INTÉGRATION DE NOUVEAUX CRITÈRES/INDICATEURS DE DURABILITÉ POUR L'HÉRAULT .....</b>	<b>98</b>
9.1	L'IDENTIFICATION D'OFFRES DURABLES NON LABELLISÉES.....	98
9.2	IMPULSER LE VOLET SOCIAL PAR L'ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE VIE DES RÉSIDENTS.	101
<b>10</b>	<b>SYNTHÈSE DES LIMITES ET DES POINTS À APPROFONDIR .....</b>	<b>110</b>
10.1	MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES INDICATEURS .....	110
10.2	MOINS COMPTER POUR MIEUX ÉVALUER.....	111
10.3	ANTICIPER LA CONSTRUCTION D'INDICATEURS.....	112
10.4	CRÉER DES INDICATEURS D'INTERFACE ENTRE LES INTERFACES .....	113
<b>CONCLUSION.....</b>		<b>116</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>		<b>121</b>
<b>ANNEXES .....</b>		<b>136</b>

# INTRODUCTION

La planification touristique suscite un débat en raison de la diversité des contextes touristiques et institutionnels, qui entraînent un développement aux impacts variés et des incertitudes inévitables. En réponse aux défis environnementaux, sociaux et économiques auxquels nous sommes confrontés depuis plusieurs années, la durabilité est devenue une préoccupation majeure dans le domaine du tourisme, tant pour les destinations que pour les acteurs impliqués.

Dans un contexte, d'événements climatiques extrêmes et de crises inédites (sanitaire, économique, politique, humanitaire...) à niveau mondial, l'intégration du concept de développement durable est venue ajouter de nouvelles questions, obligeant les méthodes d'évaluation à se renouveler afin de mettre en place des pratiques de qui préservent et améliorent les ressources. Il existe ainsi un besoin général de normalisation et de reconnaissance de l'importance des indicateurs pour permettre une évaluation cohérente et efficace des pratiques responsables dans tous les secteurs dont l'industrie touristique.

Les indicateurs jouent un rôle crucial dans l'amélioration des démarches, en résumant et en simplifiant les informations. Leur utilisation constitue ainsi un révélateur des enjeux fondamentaux et permet la prise de décisions éclairées.

À cette fin, divers programmes et guides ont été proposés à l'échelle internationale et européenne pour aider les territoires et les acteurs du tourisme à adopter le concept du développement durable et à évaluer leurs actions vers l'atteinte des objectifs généraux. Toutefois, malgré ces nombreuses initiatives, il n'existe pas encore de consensus sur les indicateurs à utiliser pour mesurer le tourisme durable.

La France n'est pas l'exception, la recherche d'indicateurs de durabilité, fait l'objet d'une attention particulière dans la stratégie menée à l'échelle nationale, régionale et départementale. Ainsi, dans la recherche d'indices et de marqueurs, figurent les démarches de labellisation comme une option tangible pour mesurer l'impact et la durabilité de l'offre touristique.

Ces distinctifs se présentent comme des outils opérationnels de cadrage qui facilitent l'adoption d'une démarche écoresponsable par l'adoption de bonnes pratiques, par le suivi des impacts de l'activité, des efforts et des progrès des pratiques mises en œuvre par les acteurs concernés.



Toutefois, la question posée est de savoir si le déploiement et le suivi de ces démarches de labellisation représentent des indicateurs pertinents, fiables, et pérennes pour évaluer et mesurer le degré de durabilité des territoires dont, le Département de l'Hérault.

### *Le contexte de l'étude : mission de stage à l'ADT de l'Hérault.*

L'Hérault, 4ème destination touristique française, a les atouts nécessaires pour attirer la clientèle touristique tant étrangère que française. La maîtrise des impacts liés à l'activité s'avère ainsi cruciale pour préserver ses richesses naturelles et culturelles et pour trouver l'équilibre entre les volets environnemental, économique et social du territoire. Cette nécessité s'est vue accrue par la crise sanitaire de la COVID-19 pour affronter la crise économique importante qui a suivi.

Le Département de l'Hérault, appuyé par l'expertise de l'Agence de Développement Touristique (Hérault Tourisme), a adopté de longue date une stratégie globale pour développer une pratique du tourisme plus durable et responsable. Pour cela, il met en œuvre des actions d'évaluation et soutient certaines démarches écoresponsables afin d'améliorer la qualification de l'offre touristique du territoire. Ces démarches sont impulsées de manière plus ou moins importante selon la priorité des enjeux définis et inscrits dans le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028, des moyens financiers, humains et techniques déployés par le Département, de l'acceptation et de l'engagement des acteurs concernés.

C'est dans cette voie qu'une série de nouveaux indicateurs de durabilité ont été identifiés pour être suivis par l'Observatoire d'Hérault Tourisme depuis l'année 2022. Ainsi, l'Observatoire de l'Hérault s'appuie principalement sur des démarches de labellisation pour évaluer le niveau atteint par rapport aux objectifs fixés. Ces indicateurs font aujourd'hui partie intégrante de la communication du progrès du territoire en termes de durabilité.

Dans le cadre de ma mission de stage de 6 mois au sein du pôle « Transition Durable » à Hérault Tourisme, j'ai eu l'opportunité de participer d'une manière directe ou indirecte aux processus d'évaluation et de labellisation des offres notamment par l'accompagnement des professionnels pour l'obtention de l'écolabel Clef Verte, premier label de tourisme durable destiné aux hébergeurs et aux restaurateurs implantés dans le territoire. C'est grâce à cette expérience de terrain que nous allons étudier trois démarches de qualification développées et portées par le Département de l'Hérault que sont : le label Clef Verte, le label Accueil vélo et la marque Tourisme & Handicap, pour essayer de répondre à la question générale suivante :

*Comment utiliser les labels comme des indicateurs fiables, pérennes et utiles pour mesurer la durabilité du tourisme dans l'Hérault ?*

Notre étude est composée de trois parties. Les deux premières parties développent le cadre théorique et le contexte général dans lequel s'inscrit notre sujet d'étude, la troisième partie tente de répondre plus précisément à la problématique.

Dans un premier temps, nous aborderons la réflexion actuelle sur les indicateurs de tourisme durable, en présentant leur définition, leur importance, leur pertinence et leur implication dans le développement d'une activité touristique plus respectueuse de l'environnement et socialement responsable. Compte-tenu du nombre conséquent d'informations existantes, il est apparu nécessaire d'effectuer un recensement et une synthèse des initiatives réalisées.

Dans un deuxième temps, nous présenterons la problématique et la stratégie adoptée dans l'Hérault pour tenter d'y répondre. Entre ces centaines d'indicateurs et face à la complexité de trouver ceux qui pourraient être les plus adaptés pour le territoire héraultais, nous nous attacherons à analyser les démarches de labellisation qui font l'objet d'un déploiement et d'un accompagnement renforcés par l'Hérault : le label Accueil vélo, le label Clef Verte et la marque Tourisme & Handicap.

Ainsi, nous présenterons leurs enjeux, le processus d'obtention et de suivi et leur progrès afin d'évaluer leur pertinence en tant qu'indicateurs de durabilité de l'activité touristique du département.

Dans la troisième partie, nous analyserons le processus de développement et de suivi des labels et des marques éco-responsables impulsés par l'Hérault dans l'objectif de faire des recommandations d'amélioration. Enfin, nous les mettrons en perspective avec d'autres approches et indicateurs complémentaires, pour permettre à la destination Hérault d'évaluer différemment ses actions vers une pratique du tourisme durable et plus responsable.

## AVANT-PROPOS

Le concept de développement durable étant très vaste, aborder la thématique des indicateurs de durabilité pour le mesurer ne pouvait s'imaginer sans réaliser tout d'abord une recherche documentaire conséquente et recenser ainsi les informations sur les initiatives existantes à l'international, en Europe et en France.

Parallèlement, un travail de recherche d'information sur les démarches de labellisation a été effectué sur le terrain dans le cadre de notre période de stage de 6 mois dans l'ADT de l'Hérault, auprès des personnes clés du pôle Transition Durable : (tutrice de stage), la directrice, la coordinatrice du pôle "Mobilités décarbonées", référente du label Accueil vélo la coordinatrice du pôle "Tourisme pour tous" référente des marques nationales Tourisme et Handicap et "destination pour tous".

Pour synthétiser et analyser l'information recueillie relative aux labels et marques de durabilité soutenus et portés par l'Hérault, nous avons utilisé la méthode d'analyse S.W.O.T. afin de comprendre les points forts et les points d'amélioration de chacune de ces démarches.

Afin d'obtenir des informations spécifiques sur les indicateurs appliqués au tourisme à l'échelle régionale et départementale, nous avons interviewé deux experts de l'Observation touristique : la Coordinatrice du pôle Observation et Veille stratégique d'Hérault Tourisme et le Chef du Pôle Observatoire et Ingénierie du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine.

Ces échanges ont permis de mieux comprendre la démarche, les questionnements et les contraintes auxquels ces deux territoires français sont confrontés face à l'évaluation de l'activité touristique et à la définition/application des indicateurs du tourisme durable.

Pour prendre de la hauteur, il nous a paru pertinent de se rapprocher de la fédération ADN Tourisme qui est en contact avec les professionnels de l'ensemble des territoires français. Nous avons ainsi interviewé le Chargé de mission afin d'obtenir des informations sur l'avancement de l'étude menée par le Groupe de Travail, créé spécifiquement pour avancer sur la définition des indicateurs de tourisme durable à l'échelle nationale.

Dans l'intérêt d'élargir le périmètre et d'obtenir une opinion externe à la France sur l'adoption des indicateurs de durabilité, nous avons recueilli l'avis du chercheur, professionnel du tourisme et référent de l'Observatoire de la Région de Chorotega de l'Universidad Nacional de Costa

Rica, en tant que pays de l'Amérique centrale précurseur sur la mise en place des démarches de certification écologiques et de l'adoption des pratiques de tourisme éco responsables.

Enfin, pour dégager des recommandations et des perspectives d'application d'indicateurs de durabilité complémentaires et utiles pour l'Hérault, nous sommes partis des différentes pistes et des exemples dégagés de nos recherches documentaires, des entretiens des professionnels que nous avons interviewés, des échanges avec le personnel de Hérault Tourisme et de notre propre expérience de terrain acquise grâce au stage réalisé au pôle Transition durable de Hérault Tourisme.

*NB : Ce document contient des informations confidentielles et est destiné à l'usage exclusif du destinataire. Toute diffusion non autorisée est strictement interdite.*

# PARTIE I – Le cadre théorique

## 1 Le tourisme durable et le rôle des indicateurs

### 1.1 Les principes du tourisme durable

Après la forte période de croissance des 30 Glorieuses, la fin du 20e siècle a été marquée par des catastrophes environnementales de plus en plus graves. Les exemples ne manquent pas, tels que l'aggravation de l'effet de serre, l'explosion démographique, l'impact grave des pollutions, les catastrophes industrielles ou bien l'écart de plus en plus important entre pays riches au nord et pays pauvres au sud.

L'apparition du concept du Développement Durable dans le rapport de 1987 « Notre avenir à tous » dit « Rapport de Brundtland », est une des résultantes du discours présidé 3 ans plus tôt par la Norvégienne Gro Harlem Brundtland lors de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, pour le compte des Nations Unies : « *Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* »<sup>1</sup>. Depuis, il a entraîné de nombreux débats et des réflexions autour de grandes interrogations écologiques.

Le concept de Développement Durable conjugue trois paramètres ou piliers fondamentaux considérés comme essentiels : l'équité sociale, la prudence environnementale et l'efficacité économique.

Ensemble, ces objectifs visent à garantir un développement équilibré et durable, qui prend en compte les besoins économiques, sociaux et environnementaux des générations actuelles et futures.

Cette prise de conscience écologique des politiques internationales et des gouvernements s'est renforcée à travers différents sommets dont : la Conférence des Nations Unies sur l'environnement humain (Stockholm, 1972), ceux de Rio de Janeiro en 1992, de New York en 2000, Johannesburg en 2002, Paris en 2015... Ils ont eu pour conséquence l'émergence de l'idée partagée d'une croissance verte, la prise de décision de mesures concrètes et la création

---

<sup>1</sup> Geo.fr. Le rapport Brundtland pour le développement durable [En ligne]. Disponible sur : <https://www.geo.fr/environnement/le-rapport-brundtland-pour-le-developpement-durable-170566>

de lois et réglementations importantes traduisant ce changement politique en matière environnementale. Grâce à ces Sommets, les États présents ont adopté « l'Agenda 21 », où le développement durable devient une affaire des acteurs citoyens. Il contient ainsi une grande liste de recommandations sur la gestion de l'environnement et sur l'amélioration des droits de l'homme pour lutter contre les conséquences néfastes de la globalisation.

Plus récemment, le sommet sur le développement durable des Nations Unies (New York, 2015) a marqué l'adoption officielle de l'Agenda 2030 pour le développement durable. Il comprend 17 objectifs de développement durable (ODD) visant à éradiquer la pauvreté, à protéger la planète et à garantir la prospérité pour tous.

Enfin le Sommet Action Climat des Nations Unies (New York, 2019) a été organisé pour accélérer les actions en faveur du climat et renforcer l'ambition de l'Accord de Paris de 2015.

En Europe, **le Green Deal ou Pacte Vert** (en français) est une initiative lancée en décembre 2019 par la Commission européenne, visant à faire de l'Europe le premier continent neutre en termes d'émissions de carbone en 2050. Il s'inscrit dans le cadre des engagements pris par l'Union européenne dans le cadre de l'Accord de Paris sur le climat, qui vise à limiter le réchauffement climatique à moins de 2 degrés Celsius par rapport aux niveaux préindustriels.

Le Green Deal, ou Pacte Vert en France, vise à mobiliser des ressources financières et politiques pour accélérer la transition écologique, créer de nouveaux emplois verts et renforcer la résilience de l'économie face aux défis environnementaux. L'ambition est de transformer l'ensemble de l'économie européenne de manière à la rendre durable et respectueuse de l'environnement. En France, plusieurs régions françaises ont déjà adhéré au Pacte Vert telles que : la Bretagne, la Nouvelle-Aquitaine, la Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'Occitanie.

Le terme de Tourisme durable a émergé dans les années 1980 et a été défini comme « *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* »<sup>2</sup>. Les principes du tourisme durable ont été définis en 1995 par le Comité 21 et actualisés en 2004 par le Comité de développement durable du tourisme de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

---

<sup>2</sup> UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency [en ligne] Disponible sur : <https://www.unwto.org/>

Schématiquement, ces trois piliers sont représentés comme suit :

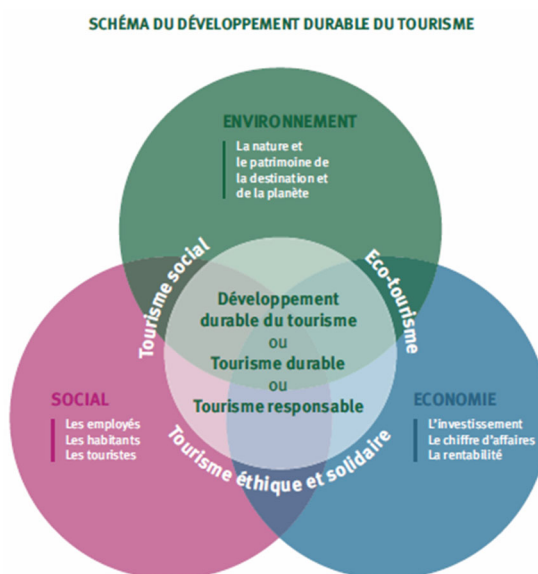


Figure 1 : Schéma du développement durable du Tourisme<sup>3</sup>.

Le concept de développement durable du tourisme peut être identifié comme « *l'objectif d'atteindre un équilibre entre la satisfaction des touristes, les avantages économiques, la préservation de l'environnement et la satisfaction de la communauté dans le domaine du patrimoine, en fonction des conditions et des circonstances de chaque région* » (Karima & Dr. Arab, 2028 : 57)<sup>4</sup>.

Cet équilibre entre les 3 piliers du développement durable est à l'origine d'une situation fragile où le tourisme peut avoir des effets positifs tels que: l'épanouissement que l'activité engendre sur la santé physique et mentale de l'être humain, la création d'emplois, les revenus économiques directs, le partage des cultures...mais qui peut aussi bien produire des effets négatifs tels que la détérioration d'écosystèmes fragiles, une pression sur les communautés d'accueil et la raréfaction des ressources naturelles.

Trouver et maintenir un équilibre entre les 3 piliers du développement durable est donc essentiel pour pouvoir garantir la durabilité de l'activité touristique dans les territoires, préserver ses ressources et assurer le bien-être de ses habitants.

<sup>3</sup> Source : [www.tourisme-durable.org](http://www.tourisme-durable.org)

<sup>4</sup> Karima & Dr. Arab. "Le tourisme et le développement durable", Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce [en ligne].2016, N°33. pp.17, p.53- 68.

## 1.2 L'évaluation de la performance face au développement durable

Suite à la Révolution industrielle et la Révolution numérique, l'actualité a mis en évidence l'importance accordée par les sociétés à la croissance et à l'évaluation de la performance.

L'évaluation est « *l'action de déterminer la valeur ou la quantité de la valeur établie de quelque chose* »<sup>5</sup>. Une démarche d'évaluation est ainsi un processus systématique et structuré utilisé pour évaluer ou estimer la valeur, la qualité, l'efficacité, les performances ou les impacts d'un objet, d'un projet ou d'une initiative donnée. Quelles que soient la ou les méthode(s) choisie(s), on retrouve toujours les grandes étapes clés suivantes <sup>6</sup>:

1. cadrer,
2. structurer,
3. observer,
4. analyser,
5. juger et diffuser.

La performance est définie comme « *le résultat obtenu par quelqu'un dans un domaine précis* »<sup>7</sup>. D'après Issor, même si le terme performance est utilisé dans tous les domaines, « *la performance est un concept complexe et multidimensionnel qui intègre différentes dimensions pour la définir et différents indicateurs de mesure car elle reste une affaire de perception et tous les acteurs n'ont pas la même perception de la performance... Ainsi pour l'évaluer, il est nécessaire d'effectuer des mesures au niveau de toutes ses dimensions et s'appuyer sur ses facteurs déterminants pour l'améliorer* » (Issor, 2017 : 102)<sup>8</sup>.

Dans le domaine de la gestion d'entreprise, d'après la définition proposée par le professeur en management Stéphane Jacquet, la performance correspond à « *la capacité à agir de manière optimale selon une variété de critères afin d'obtenir un résultat* » (Jacquet, 2011 : 2)<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup> Cf. à la définition du dictionnaire Larousse. [en ligne]

<sup>6</sup> AVISE.ORG (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). "Les étapes d'une démarche d'évaluation".

<sup>7</sup> Cf. à la définition du dictionnaire Larousse [en ligne]

<sup>8</sup> ISSOR Zineb. « La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions ». Publication Projectics / Proyéctica / Projectique [en ligne]. Vol.17 N°2. 2017, pp.17, p.93-103.

<sup>9</sup> JACQUET Stéphane. "Management de la performance : des concepts aux outils". Université de Toulon [en ligne]. 2011, pp.18, p.2-4.



D'après toutes ces définitions, on déduit que la performance englobe à la fois le résultat obtenu et les actions qui permettent de l'atteindre. Toutefois, en matière de développement durable, la dynamique de mesure et d'évaluation de la performance est plus complexe car :

- Le développement durable questionne la relation entre croissance, développement et amélioration du bien-être.
- Les objectifs définis sont l'expression de finalités qui se déclinent parfois de façon imprécise et non mesurable.
- Le développement durable oblige à se poser la question sur ce que les sociétés actuelles doivent prendre en compte pour le bien-être des générations futures, alors que ces dernières ne sont pas encore présentes.

Face aux conflits de logique entre les piliers économique, environnemental et social, et bien que la notion de performance ne semble pas la plus adaptée à évoquer quand on parle de développement durable, l'évaluation est pourtant nécessaire car elle permet de garantir l'efficacité des moyens mis en œuvre pour atteindre l'objectif visé : à savoir trouver l'équilibre entre les trois piliers du développement.

Dans le cas du tourisme, il s'agit d'évaluer la pérennité de l'activité au regard de deux types d'objectifs, ceux relatifs à :

- **Des priorités internes** aux entreprises ou aux destinations (par exemple, limiter l'impact que sa propre activité engendre sur les ressources naturelles). Cela suppose d'avoir une bonne connaissance préalable des enjeux en termes d'environnement et de développement à l'échelle du territoire.
- **Des priorités externes** soit, la participation des entreprises ou des territoires et les effets de leur activité sur les objectifs globaux et sur la gestion planétaire des ressources communes dont le tourisme est par essence même à l'origine (de mobilités émettrices des GES, de consommation d'eau et d'énergies, de conflits sociaux et culturels...).

Privilégier l'un de deux objectifs déséquilibrerait la démarche. Par exemple, si on ne privilégie que les priorités internes des entreprises ou territoires, on n'aboutirait qu'à des évaluations locales sans rapport les unes avec les autres et sans référence à un projet commun, essence même du développement durable.

En revanche, si on ne privilégiait que les priorités externes (intérêts mondiaux), on s'exposerait alors à un désintérêt des acteurs rendant ainsi difficilement appropriable la notion du développement durable à l'échelle locale (Dubois & Céron, 2000)<sup>10</sup>

### 1.3 Les indicateurs comme instruments de mesure indispensables

**S'appuyer sur des indicateurs concrets devient essentiel pour évaluer le niveau atteint conformément aux objectifs prédéfinis.**

Pour une meilleure compréhension, il est pertinent de définir d'abord certains termes associés, souvent confondus ou employés de façon inappropriée :

- **Les critères** indiquent ce qu'il conviendrait de faire.
- **L'indicateur** précise comment s'y prendre et/ou si l'objectif est atteint.

De manière générale, l'indicateur est une variable qui peut prendre différentes valeurs ou états en fonction des circonstances. Il se distingue de la donnée de base par sa capacité à porter une signification qui dépasse la simple valeur quantitative fournie (Dubois & Céron, 2000)<sup>11</sup>.

Dans le domaine du management, un Indicateur clé de performance (ICP) se définit comme un type de mesure visant à évaluer l'efficacité ou l'efficience lors de la réalisation des critères (Steffens, 2015 :10)<sup>12</sup>.

**La définition et l'identification des indicateurs est intrinsèquement reliée à la méthode S.M.A.R.T.** (méthode SMARTER en français), proposée en 1981 par le professeur américain en management George T. Doran<sup>13</sup>, puis développée et popularisée par différentes personnes et organisations au fil du temps.

Ce concept, utilisé principalement dans le domaine du management et dans la gestion de projets, vient de l'acronyme du mot « SMART » qui signifie "intelligent" en anglais. Il fait

---

<sup>10</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. "Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement". Revue Espaces [en ligne]. 2000, N° 67, pp.17, p.30-46.

<sup>11</sup> Idem

<sup>12</sup> STEFFENS Guillaume. "Les critères smart pour atteindre son objectif : la méthode intelligente du manager". Namur : 50 minutes [en ligne]. 2015, pp.62, p.9-27.

<sup>13</sup> T. DORAN, Georges. "There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives" publié dans le Management review. 1981, vol.70, Issue 11, p.198. pp.30

référence aux 5 notions essentielles permettant de définir les spécificités d'un indicateur concret, et plus généralement les 5 notions à garder à l'esprit lors de la fixation d'objectifs, afin de valider leur pertinence (Steffens, 2015 :15-27)<sup>14</sup>.

Dans l'ordre, ces notions sont (en anglais/ français) :

- S : Specific/ Spécifique
- M : Measurable/ Mesurable
- A : Assignable/ Acceptable
- R : Realistic/ Réaliste
- T : Time-related/ Temporel ou déterminé dans le temps

Comme mentionné ci-dessus, **l'évaluation s'appuie sur la mesure comme outil opérationnel par le biais d'indicateurs à des fins de suivi, de comparaison et de pilotage des politiques et comme facilitateur des arbitrages.**

Les enjeux liés aux indicateurs de développement durable sont principalement de :

- **contribuer à l'amélioration des méthodes d'évaluation** : le développement durable aborde continuellement de nouvelles questions, ce qui nécessite un renouvellement des approches évaluatives,
- **témoigner de la volonté de rendre concrète la notion de développement durable**, qui risque parfois d'être confuse ou abstraite dans les débats théoriques ou les discours idéologiques.

Compte-tenu des enjeux exposés dans la partie précédente, **la construction d'indicateurs de développement durable devient un véritable exercice d'équilibriste entre objectifs internes et externes.**

**Ils jouent ainsi un rôle d'outil de décloisonnement et de dialogue entre les différents acteurs impliqués et révèlent également la nécessité d'améliorer les systèmes d'information.**

---

<sup>14</sup> STEFFENS Guillaume. "Les critères smart pour atteindre son objectif : la méthode intelligente du manager". Namur : 50 minutes [en ligne]. 2015, pp. 62, p.9-27.

## 2 Présentation des indicateurs pour évaluer la durabilité du tourisme

### 2.1 Les indicateurs de durabilité et leur application au tourisme

Ces dernières années, l'importance des indicateurs dans le domaine de l'environnement et du développement durable a été reconnue et amplifiée dans tous les secteurs.

Suite aux différents Sommets sur le développement durable des Nations Unies, notamment celui de 2015 à New York, la commission statistique des Nations Unies a validé en mars 2017 une liste de plus de 200 indicateurs qui servent de référence pour évaluer la mise en œuvre des Objectifs de développement durable (ODD) à l'échelle mondiale. Cette liste a été révisée en 2020 pour atteindre aujourd'hui 17 d'objectifs<sup>15</sup>.

Chaque année, le Secrétaire général de l'ONU produit un rapport annuel de suivi et d'examen des ODD au niveau mondial, tandis que les États membres sont encouragés à se les approprier, à développer leurs propres ensembles d'indicateurs, tout en s'appuyant sur le cadre mondial des indicateurs de suivi des ODD, et à élaborer leurs propres rapports nationaux.

En France, le Conseil National de l'Information Statistique (CNIS) a nommé un groupe de travail, composé de plus de 100 participants issus de divers horizons tels que la société civile, (ils sont tous des parties prenantes) les services ministériels et les services statistiques, afin d'entreprendre cette démarche d'appropriation et de déclinaison des indicateurs de suivi des ODD.

Ce groupe de travail a proposé un tableau de bord comprenant 98 indicateurs clés, adaptés aux priorités et spécificités nationales, basés sur des données statistiques. Ce tableau de bord national complète le suivi mondial des ODD composé de 231 indicateurs que la France continuera à remonter auprès des agences des Nations Unies pour alimenter les rapports internationaux. La définition des nouveaux indicateurs bénéficie d'une méthodologie robuste et publique, et leur durabilité est assurée jusqu'en 2030<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> INSEE. "Indicateurs pour le suivi national des objectifs de développement durable" [en ligne].

<sup>16</sup> L'Agenda 2030 en France. "Objectifs de développement durable : 98 indicateurs de suivi pour la France" [en ligne].

Dans le secteur du tourisme, où les données statistiques restent relativement faibles et limitées par rapport à d'autres secteurs (comme par exemple l'industrie), l'identification d'indicateurs adaptés s'est aussi révélée indispensable. En effet, depuis la naissance du concept de développement durable, de nombreux organismes et territoires ont travaillé et travaillent encore à l'élaboration de systèmes de mesure, tant au niveau international, européen et national pour disposer d'un cadre commun de la durabilité du tourisme permettant de :

- **fournir une base d'information pour avoir une meilleure connaissance de l'impact de l'activité,**
- **renforcer encore davantage la crédibilité, la capacité à se comparer et la portée des divers programmes de mesure et de suivi du tourisme durable,**
- **faciliter le dialogue entre les différents secteurs**
- **favoriser la prise de décision dans une optique à la fois globale et pertinente au niveau local.**

## 2.2 Synthèse et analyse des initiatives existantes pour évaluer le tourisme durable/responsable

Grâce au soutien de la Division de statistique de l'ONU, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a lancé l'initiative visant à élaborer un cadre statistique international dont son objectif principal est de mesurer le rôle du tourisme dans le développement durable, tout en couvrant les trois dimensions : économique, environnementale et sociale.

Depuis, des organisations internationales comme le World Travel & Tourism Council (WTTC)<sup>17</sup>, européennes telles que la Commission européenne ainsi que les services de l'État et les collectivités locales, inspirés par cette première initiative, cherchent à mesurer le progrès des destinations touristiques vers la durabilité.

Ainsi, plusieurs programmes et initiatives ont été publiés, avec l'objectif principal d'aider les acteurs du tourisme à intégrer les principes du développement durable, à évaluer l'activité, à communiquer et à partager leurs résultats. De nombreux guides et démarches d'évaluation sont apparus par la suite à toutes les échelles afin d'introduire, d'actualiser et de faciliter l'intégration d'indicateurs de durabilité par les destinations et les politiques touristiques.

---

<sup>17</sup> Traduction en français : Conseil Mondial du voyage et du Tourisme

Fort de ce constat, nous avons donc synthétisé une liste non exhaustive des principaux programmes et initiatives, guides et outils les plus largement répandus, qui incluent de manière subtile ou directe une méthodologie ou un cadre permettant d'évaluer la durabilité du tourisme. L'ensemble des informations recueillies à partir de nos recherches documentaires a été compilé dans un tableau récapitulatif<sup>18</sup> dont nous présenterons ci-dessous la synthèse des éléments les plus remarquables :

### A l'échelle internationale

- Le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) créé par l'Assemblée générale des Nations Unies en 1972 a publié en 2005 un guide intitulé “ **Guide pour l'établissement des Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008**” (**RIST 2008**). Ce guide a été créé pour aider les pays à harmoniser leurs méthodes de collecte de données, facilitant ainsi la comparaison fiable des statistiques du tourisme à l'échelle internationale et une meilleure compréhension des effets du tourisme dans le monde<sup>19</sup>. Ce guide fournit des conseils pratiques et propose des indicateurs permettant :
  - de mesurer l'impact environnemental, économique et social du tourisme,
  - de présenter ou communiquer ces informations aux parties prenantes,
  - de soumettre à l'OMT des informations à incorporer dans la base de données statistiques internationales nommée « Compendium des statistiques du tourisme ».
  
- Le Programme One planet piloté par l'Organisation Mondiale du Tourisme a créé en 2015 un cadre statistique commun pour mesurer l'impact et les contributions du tourisme sur le développement durable nommé **SF-MST (Statistique Framework for Measuring the Sustainability of Tourism)**<sup>20</sup> ou “Cadre statistique pour mesurer la durabilité du tourisme” en français, afin de réduire à 2030 les impacts du secteur du tourisme sur l'économie, l'environnement, la société et la gouvernance.

---

<sup>18</sup> Cf. au tableau de synthèse des programmes et initiatives en annexe 1

<sup>19</sup> Nations Unies/UNWTO. “International recommendations for tourism statistics 2008” [en ligne]. Library of Congress ISBN. New York, 2010. Series M No. 83/Rev.1, pp.145.

<sup>20</sup> UNWTO (World Tourism Organization). “Statistique Framework for Measuring the Sustainability of Tourism” [en ligne]. 2012, pp.104.

La série d'indicateurs de durabilité et les outils de mesure spécifique déterminés par l'OMT, sont résumés dans le tableau suivant (Dubois et Céron, 2000 : 9) <sup>21</sup>:

*Tableau 1 : Tableau d'indicateurs fondamentaux du Tourisme durable de l'OMT*

### Les indicateurs fondamentaux du tourisme durable de l'OMT

INDICATEUR	OUTILS DE MESURE SPÉCIFIQUES
PROTECTION DU SITE	Catégorie de protection du site d'après l'indice de l'UICN
PRESSION	Nombre de touristes visitant le site (par an/mois d'affluence maximum)
INTENSITÉ D'UTILISATION	Intensité d'utilisation en période de pointe (personnes /hectare)
IMPACT SOCIAL	Ratio touristes/résidents (en période de pointe et au fil du temps)
MAÎTRISE DU DÉVELOPPEMENT	Existence d'une procédure d'étude de l'environnement ou de véritables contrôles de l'aménagement du site et de la densité d'utilisation
GESTION DES DÉCHETS	Pourcentage de traitement des eaux usées du site (des indicateurs supplémentaires peuvent comprendre les limites structurelles d'autres capacités d'infrastructure sur le site comme l'approvisionnement en eau)
PROCESSUS DE PLANIFICATION	Existence d'un plan méthodique pour la région de la destination touristique (avec une composante tourisme)
ÉCOSYSTEMES FRAGILES	Nombre d'espèces rares ou en voie de disparition
SATISFACTION DES CONSOMMATEURS	Degré de satisfaction des visiteurs (d'après un questionnaire)
SATISFACTION DE LA POPULATION LOCALE	Degré de satisfaction de la population locale (d'après un questionnaire)
CONTRIBUTION DU TOURISME À L'ÉCONOMIE LOCALE	Proportion de l'ensemble de l'activité économique due au seul tourisme
<b>INDICES COMPOSITES</b>	
CAPACITÉ DE CHARGE	Outil de mesure composite d'alerte précoce relatif aux facteurs clés influant sur la capacité du site de supporter différents niveaux de tourisme
PERTURBATION DU SITE	Outil de mesure composite des niveaux d'impact sur le site (à savoir sur ses particularités naturelles et culturelles sous l'effet des contraintes cumulées du tourisme et d'autres secteurs)
INTÉRÊT	Outil de mesure qualitatif des particularités du site qui le rendent attrayant pour le tourisme et qui peuvent changer avec le temps

### A l'échelle Européenne

- La Commission européenne a publié en 2013 une stratégie pour un tourisme européen durable nommée **ETIS** (European Tourism Indicators System/ système européen d'indicateurs du tourisme) ou "**Boîte à outils du système européen d'indicateurs du**

<sup>21</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. "Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement". Revue Espaces [en ligne]. 2000, N° 67, pp.17

**tourisme pour la gestion durable des destinations**<sup>22</sup> en français. Ce guide préconise l'utilisation d'indicateurs de durabilité pour évaluer la performance des destinations touristiques, ainsi que des lignes directrices pour encourager une conduite responsable dans le secteur du tourisme.

- **La Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD)** publiée par la Commission Européenne en 2019 a été créée pour encourager les destinations touristiques à adopter une approche durable. Ce document a été le déclencheur de la recherche d'outils opérationnels et d'indicateurs pour décliner et adapter les 17 ODD afin de faciliter le passage à l'action. Mieux connu comme **Green Deal**, ce Pacte Vert (en français) inclut des mesures pour : réduire les émissions de gaz à effet de serre afin d'atteindre la neutralité en 2050, promouvoir les énergies renouvelables, encourager l'efficacité énergétique, stimuler l'innovation verte, protéger la biodiversité et renforcer la résilience climatique.

## En France

- A l'issue du sommet de Rio de Janeiro en 1992, l'ONU a confié à la France la mission d'élaborer des indicateurs pertinents du développement durable. C'est ainsi que l'Institut Français de l'Environnement (IFEN) a fait le déchiffrement du contenu du Sommet et a publié l'ouvrage intitulé « **les indicateurs de développement durable, méthodes et perspectives** » qui présente une liste provisoire des indicateurs de développement durable à l'aide de fiches applicables à tous les secteurs, en milieu local et régional.
- Quelques années plus tard, l'Université de Limoges, le Centre de Recherches Interdisciplinaires en Droit de l'Environnement, de l'Aménagement et de l'Urbanisme (CRIDEAU), en collaboration avec le CNRS/INRA et un groupe de travail réuni par l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (AFIT), a publié le « **Guide d'évaluation du tourisme durable dans les destinations** ». Cet ouvrage tente de marier la prise en compte des enjeux globaux avec un point de vue plus local et plus sectoriel en évaluant les priorités internes et externes au territoire. Les enjeux globaux abordés dans ce Guide sont : la contribution du tourisme à la gestion de l'eau, à la pollution de l'air, la sensibilité aux crises et facteurs de fragilité de la destination à long terme, la distribution

---

<sup>22</sup> Union européenne. « Boîte à outils du système européen d'indicateurs du tourisme pour la gestion durable des destinations » [en ligne]. Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2017. pp.30



des revenus dans l'économie locale, la diversité économique. Ce travail s'est concrétisé par la publication de l'ouvrage de l'IFEN "Tourisme, Environnement, Territoires : les Indicateurs" (Dubois en Céron, 2004 :5)<sup>23</sup>.

- **L'Agenda 21** du tourisme publié en 2021, destiné à toutes les régions et départements français, propose un plan d'actions pour la protection de l'environnement, la lutte contre la pauvreté, la promotion de l'équité sociale, la participation citoyenne, et la coordination des politiques de développement à tous les niveaux. Ce plan intègre des indicateurs de mesure de la durabilité du tourisme.
- La même année, le Réseau d'Acteurs du Tourisme Durable (ATD) a publié le guide intitulé « **Mesurer autrement sa performance touristique-2021** ». Ce guide présente la méthode permettant d'obtenir les données nécessaires permettant de mesurer la performance d'une destination autour de dix thématiques choisies parmi les indicateurs du Développement Durable les plus fréquemment utilisés dans les divers guides internationaux et nationaux. Ces indicateurs tournent autour des émissions de gaz à effet de serre (GES), de la consommation de l'eau, de la consommation de l'énergie, de la production des déchets, de la part des sols artificialisés (enjeu de biodiversité), des mobilités douces, de la satisfaction des acteurs (professionnels, habitants, visiteurs), de la formation des professionnels au DD et RSE, de l'accessibilité pour tous et des retombées économiques<sup>24</sup>.

Plus récemment plusieurs régions et acteurs ont développé des outils opérationnels et des tableaux de bord expérimentaux leur permettant de mesurer et d'avancer vers l'objectif de durabilité fixé par le gouvernement français. Citons par exemple :

- **L'Affichage environnemental pour les hôtels et les campings :**

La loi de transition énergétique pour la croissance verte a introduit une exigence de transparence pour permettre aux consommateurs d'obtenir des informations claires et fiables sur les impacts environnementaux des produits et services qui leur sont proposés. Dans ce cadre, le dispositif d'affichage environnemental officiel est porté par le Ministère de la Transition Écologique et est géré par l'ADEME, offrant aux entreprises la possibilité de s'y engager de manière volontaire et encadrée. Cette approche vise à

---

<sup>23</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. "Guide d'évaluation du tourisme durable dans les destinations "[en ligne]. Pulim. Limoges, 2004, pp.150

<sup>24</sup> ADN Tourisme et ATD (Acteurs du tourisme durable). Guide « Mesurer autrement sa performance touristique » [en ligne]. ATD- Acteurs du Tourisme Durable Association Loi 1901. Montreuil 2021, pp.32

garantir la cohérence des calculs et la comparabilité des résultats entre les produits d'une même famille<sup>25</sup>.

Dans le secteur touristique, l'affichage environnemental a été mis en place pour les hôtels, mais son application à l'hôtellerie de plein air n'a été expérimentée qu'en 2019, financée d'abord par le programme européen CO-EVOLVE puis par l'ADEME en Occitanie, en partenariat avec la FNHPA et Hérault Tourisme. Cette expérimentation a permis de construire un référentiel spécifique au secteur. Cependant, cette démarche n'a pas abouti en raison de la révision des priorités de financement par le gouvernement français, qui a choisi de favoriser l'industrie textile à la place.<sup>26</sup>

- **Le guide d'indicateurs de destination des montagnes<sup>27</sup>**, lancé en mai 2023, a été construit sous l'initiative de la Convention Alpine et de ses pays membres et par le bureau d'études Butterfly Tourism. Ce guide opérationnel contient 23 enjeux et 52 indicateurs déclinés à partir du guide Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Ce guide, dont l'utilité a déjà été prouvée ailleurs, est applicable plus spécifiquement pour guider le développement durable dans les stations de montagne. Un appel à projet a été ouvert pour tester ce guide sur 15 territoires touchés par les Alpes françaises, en proposant en échange un accompagnement personnalisé de juin à décembre pour le mettre en œuvre.
  
- **Le calculateur carbone de la Région de la Nouvelle-Aquitaine.**  
En avril 2023 la Région Nouvelle-Aquitaine a lancé son propre outil soutenu par l'ADEME pour mesurer et calculer les émissions de GES liées à l'activité touristique dans son territoire (déplacements pour arriver à destination et in situ). Cet outil expérimental, qui s'appuie sur la méthode de calcul proposée par l'ADEME, est basé sur des données régionales obtenues via une enquête adressée à la clientèle entre 2019 et 2020. Ce calculateur permet de faire une déclinaison au niveau des départements, grands bassins touristiques et EPCI, ainsi que de certaines filières touristiques régionales. Dans le futur, il pourra désormais *“être partagé avec l'ensemble des territoires et acteurs touristiques (infra régionaux et nationaux), afin de contribuer à une*

---

<sup>25</sup> Butterfly Tourism. Département de l'Hérault. Communiqué de presse : Au salon SETT le Département présente une expérimentation inédite [En ligne]. 2021. pp.4.

<sup>26</sup> Bien que l'affichage environnemental pour l'hôtellerie de plein air n'ait pas été déployé à l'échelle nationale, la démarche a été adoptée par une quinzaine de structures auditées dans l'Hérault. Le CRT Occitanie continue à promouvoir l'initiative, notamment dans les hôtels pour qui l'ADEME propose une prise en charge de jusqu'à 70% des frais d'accompagnement et de contrôle nécessaires pour obtenir l'étiquette environnementale. Disponible sur : <https://pro.tourisme-occitanie.com/>

<sup>27</sup> Convention Alpine. Guide “Mesurer la durabilité touristique des destinations de montagne dans les Alpes”. Secrétariat permanent de la Convention alpine. France, 2021. pp.48.

*harmonisation des méthodes de collecte des données et de mesure des émissions de GES à l'échelle nationale, et de renforcer ainsi l'engagement global de la filière dans la lutte contre le changement climatique*<sup>28</sup>.

En complément de ce sujet, nous avons pu échanger avec le responsable du pôle Observatoire et ingénierie du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine. Le compte-rendu de l'entretien est disponible en annexe <sup>29</sup>.

A propos de l'extension possible de l'outil à l'ensemble des territoires, le responsable de l'Observatoire du CRT Nouvelle-Aquitaine reste sceptique étant donné que la méthode initiée par l'ADEME a été remise en question par le Ministère de l'environnement car elle ne prend pas encore en compte le cycle de vie des transports. Il a aussi précisé que pour le Ministère de l'environnement *"la méthodologie de calcul des GES doit être similaire à la comptabilité publique, ce qui ferait varier les résultats d'une année à l'autre, auquel cas cette méthodologie ne pourra jamais être régionalisée"*<sup>30</sup>.

Toutefois, grâce aux premiers résultats du calculateur, il a été possible d'attribuer déjà 1,5 M de tonnes de GES à l'activité touristique de la Nouvelle-Aquitaine. Le calculateur est prévu d'être affiné dans les prochains mois et la base des données (enquête clientèle) sera renouvelée tous les cinq ans.

## Nos constats

Suite au recensement et à la découverte des nombreux programmes et initiatives nous pouvons dégager les constats suivants :

- Un grand intérêt est porté par les politiques, territoires, les OGD<sup>31</sup> et acteurs de toutes les échelles et horizons, pour adopter les principes et objectifs du développement durable et pour évaluer leur progrès.
- Malgré l'objectif commun de simplification et d'homogénéisation de la démarche, on constate la multiplication et l'apparition d'initiatives et des programmes sur une période relativement courte par rapport à l'ancienneté de la pratique touristique.

---

<sup>28</sup> CRT de la Nouvelle-Aquitaine. "Empreinte carbone : lancement d'un calculateur des émissions de gaz à effet de serre du tourisme néo-aquitain" [en ligne].

<sup>29</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 4

<sup>30</sup> Idem

<sup>31</sup> Organismes de Gestion des Destinations

- L'année 2020 a accéléré ce phénomène, lié notamment à la crise sanitaire de la COVID-19. La proposition d'outils opérationnels s'est multipliée et s'est étendue.
- La plupart des programmes et des guides permettent d'aborder les trois piliers du développement durable toutefois, une priorité forte est donnée aux impacts de l'activité touristique sur l'environnement et sur l'économie. L'évaluation des impacts sur le volet social reste minoritaire ou bien l'approche sociale se focalise sur les aspects d'accessibilité à l'offre.
- La plupart des indicateurs proposés par les outils opérationnels sont de type quantitatif.
- Le Programme Planet One a été le précurseur dans l'intégration d'indicateurs qui abordent les trois aspects du DD en doublant le nombre d'indicateurs à plus d'une centaine (année 2015).
- L'Agenda 2030, deux ans plus tard, est venu à nouveau compléter et doubler encore la liste de ces indicateurs pour aborder l'ensemble des ODD.
- Au niveau de l'Europe, le guide ETIS a été le premier outil lancé pour aider les destinations touristiques européennes à mesurer leurs performances en matière de durabilité de manière commune et comparable ; toutefois, cet outil de gestion volontaire ne fixe pas de valeurs minimales à atteindre, rendant compliqué sa déclinaison et son application à l'échelle locale.
- L'intérêt de se comparer entre territoires reste très important dans la plupart des démarches. La définition d'indicateurs de durabilité adaptés et homogènes est difficile à obtenir compte-tenu de la diversité des territoires et de leur contexte.
- Quelques initiatives proposées en France avant 2018 ont servi à préparer le terrain pour affronter au mieux la crise liée à la COVID-19. Le Plan France Relance du gouvernement lancé en 2021 a impulsé le déploiement de programmes et d'initiatives (au-delà de la sphère nationale) aux échelons régionaux et départementaux. Toutefois, l'approche présentée par les guides publiés reste très générale, sans proposer d'indicateurs applicables et concrets.

- Des initiatives innovantes émergent à l'échelle régionale et locale en fonction des besoins des territoires, des moyens humains et techniques mis en place et des données disponibles. Ces démarches restent pourtant isolées et difficilement étendues à l'ensemble des territoires.

Nos constats rejoignent les réflexions critiques de Ghislain DUBOIS et de Jean Paul CERON sur les indicateurs existants, dans l'une de leurs premières publications (Dubois et Céron, 2000)<sup>32</sup>. En effet, après avoir analysé les différentes démarches et initiatives, ils sont arrivés à dégager les principaux points suivants :

**UNE ÉVOLUTION DISCRÈTE** : la seule évolution des initiatives à travers le temps concerne le passage des indicateurs économiques et environnementaux classiques à des essais de démarches d'ensemble qui intègrent en plus le thème social dans une approche qui se veut plus cohérente.

**UNE CONTRADICTION DES OBJECTIFS POUR ÉVALUER LE TOURISME** : les recherches et démarches autour des indicateurs de durabilité du tourisme se partagent entre travaux universitaires (à l'échelle locale) et travaux d'organismes gouvernementaux ou internationaux (à l'échelle globale). Or, les travaux universitaires s'inscrivent dans la plupart de cas dans un cadre géré par des organismes et institutions gouvernementales et internationales. Donc la légitimité de l'approche locale peut être remise en question. Il existe également un manque d'équilibre entre l'approche globale et l'approche locale à cause de la tension entre les contraintes externes (l'environnement) et les priorités internes (développement économique).

**DES DIFFICULTÉS DE MISE EN OEUVRE** : La stratégie d'évaluation adoptée dépend et est limitée par les données disponibles, ce qui rend souvent les indicateurs "anecdotiques, critiquables et irréalistes" (Dubois et Céron, 2000 :3)<sup>33</sup>. En effet, le recueil de certaines données s'avère souvent mission impossible, même dans un pays avec des outils statistiques développés. Même constat pour le calcul de la proportion de l'activité économique due au seul tourisme, qui soulève des difficultés irréfutables.

---

<sup>32</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. "Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement". Revue Espaces [en ligne]. 2000, N° 67, pp.17, p.30-46

<sup>33</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. "Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement". Revue Espaces [en ligne]. 2000, N° 67, pp.17, p.30-46

**DIVERSITÉ D'APPROCHES ET MANQUE DE COORDINATION DES INITIATIVES** : cette diversité est due pour deux grandes raisons :

- Premièrement, car *“le choix des indicateurs de DD est lié aux multiples visions que celui qui les construit adopte”*.
- Deuxièmement, car *“ce choix dépend du niveau spatial auquel on s’insère”* (échelle mondiale, nationale, régionale..).

Pour illustrer ces propos, DUBOIS et CERON<sup>34</sup> évoquent les trois approches différentes utilisées pour construire des indicateurs de durabilité pour le tourisme, soit :

**a) Une stratégie par type de destination, à l'échelle mondiale :**

La stratégie utilisée par l'OMT est d'aborder d'une part les principes fondamentaux du développement durable (objectif externe) et de proposer d'autre part des indicateurs propres à chaque type de destination : zones en littoral, parcs, montagne... (objectif internes)

Les indicateurs généraux proposés par l'OMT sont un ensemble de mesures pratiques, économiques et sociales afin de connaître les conditions et les effets du développement de l'activité touristique et pour éviter les problèmes de durabilité. Pour ces indicateurs, l'Organisation de Coopération et Développement Économiques (OECD) recommande l'utilisation d'indicateurs de la pression, de l'état, et de la réponse qui comprennent l'évaluation de l'état de l'environnement et les pressions exercées sur lui. Ces indicateurs généraux de durabilité sont résumés sur le tableau suivant (Karima & Dr. Arab, 2016 : 65-67)<sup>35</sup>:

---

<sup>34</sup> Idem

<sup>35</sup> Karima & Dr. Arab. Article “Le tourisme et le développement durable”, Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce [en ligne].2016, N°33. pp.17, p.53- 68.

Tableau 2 : Synthèse d'indicateurs de durabilité de l'OMT (COOPER, Chris. 1994)<sup>36</sup>

Indicateur	Mesures spécifiques	Le domaine du DD
La pression	Nombre de touristes visitant le site (le lieu) (en année / mois de pointe)	Environnemental
Densité d'utilisation	L'intensité d'utilisation en période de pointe (personnes / hectare)	Environnemental
Influence sociale	La proportion de visiteurs / local (période de pointe)	Social
Gestion des déchets	Les limites de l'infrastructure sur le site tels que l'énergie de décharge, l'eau	Environnemental
Processus de la planification	L'existence d'un programme régional organisé	Planification
Les systèmes écologiques sensibles	nombre d'espèces rares / en voie de disparition	Environnemental
Satisfaction de client	Degré de satisfaction des touristes, des visiteurs	Economique
La satisfaction locale	Degré de la satisfaction des citoyens locaux	Social
La contribution dans les revenus	La proportion de l'activité économique totale générée par le tourisme	Economique

#### b) Une stratégie par secteur, à l'échelle européenne :

Pour l'élaboration du guide ETIS, la Commission européenne s'est vue confrontée à l'impossibilité d'élaborer une batterie d'indicateurs homogènes à l'échelle nationale, permettant d'assurer des comparaisons d'un pays à l'autre avec des spécificités et des contextes très différents. Pour construire ses indicateurs, l'ETIS a visé donc les grandes entreprises (hôtels, tour-opérateurs, autorités locales) et les destinations touristiques de taille importante, comme modèles d'évaluation sur le terrain. En effet, ils sont partis du principe qu'une fois les mesures fiables dans ces secteurs, il sera plus facile de les étendre à d'autres secteurs. Le risque de cette approche est *“de passer à côté d'enjeux non perceptibles à l'échelle de l'entreprise ou de la destination touristique”* (Dubois et Céron, 2000)<sup>37</sup>. L'exemple le plus récurrent de ce risque est de ne pas évaluer les concentrations spatiales et saisonnières produites à l'échelle nationale.

<sup>36</sup> Karima & Dr. Arab. Article “Le tourisme et le développement durable”, Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce [en ligne].2016, N°33. pp.17, p.65-66.

<sup>37</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. “Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement”. Revue Espaces [en ligne]. 2000, N° 67, pp.17, p.30-46

- c) **Une stratégie nationale et territoriale, à l'échelle française** : le guide de l'IFEN combine une approche nationale en faisant un état des lieux sur les relations du tourisme et l'environnement et une approche par territoire et par grands types de destination (littoral, montagne, campagne, ville...). Par exemple, les indicateurs chiffrés proposés permettent d'identifier les régions dans lesquelles le tourisme exerce une pression importante sur le patrimoine naturel, la contribution positive du tourisme à l'assainissement du littoral, le rôle de l'activité touristique dans l'artificialisation des zones naturelles, ou bien les territoires où s'exercent actuellement les pressions touristiques... Ces données à l'échelle nationale, même si parfois limitées et difficiles à obtenir, sont nécessaires pour appuyer les politiques de tourisme durable, comme nous l'aborderons dans la partie suivante.

### **3 Intégration des indicateurs de durabilité dans la politique touristique française**

Suivant le raisonnement de Claudine OFFREDI, « *Si l'évaluation a besoin d'indicateurs, ces derniers ne résument pas l'évaluation* » (Offredi, 2004 : 5)<sup>38</sup>. Une démarche d'évaluation est motivée par des objectifs et des questions évaluatives précises déterminées par les acteurs. Elle comporte donc une dimension collective impliquant les parties prenantes du projet<sup>39</sup>. **Le défi de l'évaluation du développement durable réside alors dans la nécessité d'incorporer de manière constante une analyse objective et critique des indicateurs choisis, afin de garantir la représentation des valeurs et des exigences partagées par les parties prenantes.**

Comme dit dans la première partie, **l'utilisation des indicateurs doit permettre de révéler les enjeux fondamentaux et participer à la prise de décisions éclairées.** Une preuve marquante de ce constat est que le terme d'évaluation de performance est de plus en plus utilisé au sein des organisations publiques. Ces dernières adoptent ainsi les indicateurs couramment utilisés par le secteur privé dans l'objectif d'accroître leur efficacité.

Bien que dans la gouvernance des territoires, la question de durabilité suscite un intérêt croissant et que les normes environnementales soient de plus en plus intégrées dans la gestion

---

<sup>38</sup> OFFREDI, Claudine. "La dynamique de l'évaluation face au développement durable". La librairie des humanités, Harmattan. Limoges, 2004. pp.324, p.15

<sup>39</sup>AVISE.ORG (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). "Les étapes d'une démarche d'évaluation" [en ligne].



quotidienne des entreprises et des collectivités, leur application dans le secteur touristique a pris du retard<sup>40</sup>.

Les raisons de ce retard sont multiples comme la difficulté de sortir d'une analyse où les intérêts économiques prédominent par rapport aux autres facteurs. Cependant, la problématique la plus fréquemment constatée, et qui perturbe le processus décisionnel à toutes les échelles, est celle des opinions trop divergentes sur les politiques de développement touristique et sur la gouvernance du secteur.

La pandémie liée à la COVID-19 en 2019 a servi d'accélérateur et a incité le gouvernement français à mettre le développement durable au cœur des réflexions et du plan d'action créé en réponse aux conséquences dévastatrices de la crise économique qui a fait suite.

C'est ainsi que le gouvernement français a annoncé en septembre 2020 le plan de relance économique appelé **France Relance**, qui intègre les principes du Green Deal. Pour rappel, son objectif principal est de soutenir la reprise économique du pays en investissant dans différents secteurs, dont le tourisme, et favoriser ainsi la remise du secteur.

Ce plan démontre l'engagement du gouvernement français pour la relance du secteur touristique qui a été durement touché par la crise de la COVID-19 :

- en investissant dans les infrastructures,
- en encourageant le tourisme local et durable,
- en soutenant financièrement les acteurs du secteur
- et en favorisant l'innovation.

Le gouvernement français aspire à faire du tourisme un vecteur essentiel de la reprise économique, tout en préservant les richesses culturelles et naturelles de la France.

En complément, le gouvernement français a annoncé en novembre 2021, **Le Plan Destination France, visant à renforcer et à redynamiser le secteur touristique en sortie de crise, tout en répondant aux défis structurels et en anticipant les nouvelles tendances du tourisme**. Doté d'un budget de 1,9 milliard d'euros, ce plan de reconquête a pour ambition de conforter la France en tant que première destination touristique mondiale et de devenir leader en matière de tourisme durable.

---

<sup>40</sup> Climate Consulting [En ligne]. Tourisme durable : définition, enjeux et exemples [en ligne].

Les ambitions du Plan Destination France reposent sur 20 mesures qui sont intégrées dans la feuille de route 2022-2024 d'Atout France au service de la compétitivité et de l'attractivité de la destination France. Ci-dessous le schéma de synthèse des étapes clés de la feuille de route construite par Atout France<sup>41</sup> :

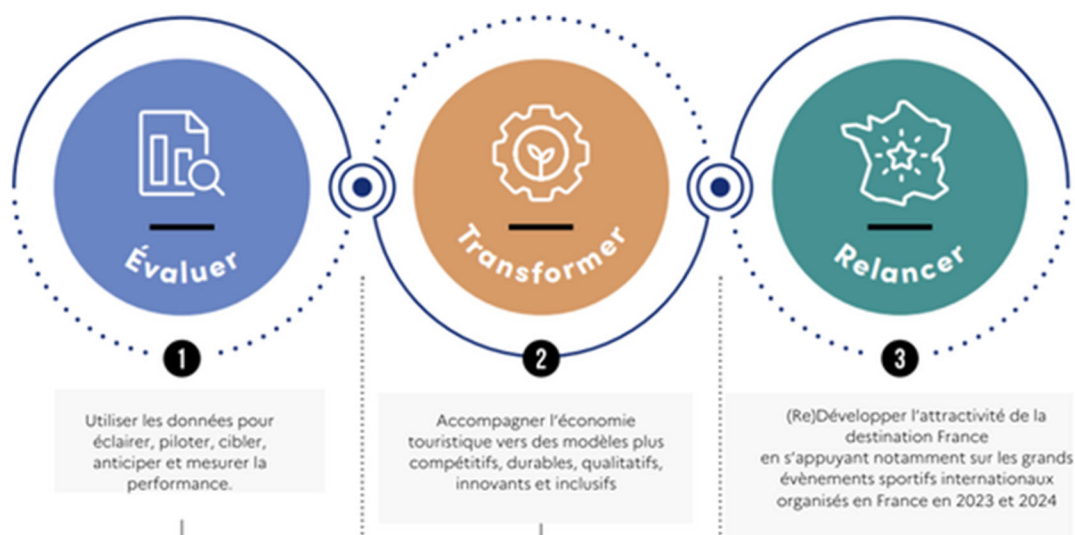


Figure 2 : Feuille de route d'Atout France. Site web [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

### 3.1 Les sources de données : d'où proviennent les éléments nécessaires pour l'évaluation ?

Comme nous avons pu le constater dans la synthèse et l'analyse des initiatives existantes pour mesurer le tourisme durable/responsable (cf. au point 2.2 ci-dessus), la stratégie adoptée par la politique touristique en France pousse les acteurs locaux à réaliser un effort de collecte de données de plus en plus en phase avec les enjeux de développement durable.

Elle reste toutefois pleinement consciente de la difficulté de l'exercice et que les données ne seront pas disponibles sur tous les territoires.

Pour recueillir et collecter les données liées au tourisme en France, les sources existantes sont de plusieurs ordres :

<sup>41</sup> Atout France. Plan Destination France 2022 [En ligne].

## Les sources nationales

Un premier type de source provient de l'utilisation des vastes données nationales englobant à la fois les territoires et les entreprises. Ces bases de données sont alimentées de manière permanente et évolutive par les acteurs et territoires de toutes les échelles afin d'améliorer la qualité de l'information partagée. Les sources les plus connues et utilisées au niveau national sont :

- **L'institut national de statistique et des études économiques (INSEE)** : sous la direction générale du ministère de l'Économie et des Finances, il a pour mission de collecter, analyser et diffuser des informations sur l'économie et la société française sur l'ensemble de son territoire.<sup>42</sup>
- **Le service des données et études statistiques (SDES)**<sup>43</sup>: a pour mission d'organiser le système d'observation socio-économique et statistique en matière de logement, de construction, de transports, d'énergie, d'environnement et de développement durable, en liaison avec les institutions nationales, européennes et internationales intéressées.
- **Le SIT (système d'information touristique)** : dispositif promu à l'échelle européenne en participant au Groupe de destinations touristiques (GDT), il est piloté par la Commission européenne afin de créer un standard unique de partage de données touristiques en Europe. Les territoires partagent leurs données via un tableau de bord qui alimente cette base de données territoriales.
- **DATA Tourisme**<sup>44</sup> est la plateforme nationale d'ouverture des données d'information touristique publique en accès libre (open data), anciennement porté par la Direction Générale des entreprises, elle est désormais pilotée par ADN Tourisme depuis 2020. La phase expérimentale a été finalisée en 2022 avec l'ajout de nouveaux services et l'amélioration de la qualité des données. Prochainement, il est prévu un enrichissement des données d'itinéraires, « sport et activités de loisirs » et « accessibilité », et de faciliter le partage en open data, de renforcer la communication et de faire adhérer de nouveaux partenaires au partage des données.

---

<sup>42</sup> INSEE. Indicateurs pour le suivi national des objectifs de développement durable [En ligne]. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2654964#documentation-sommaire>

<sup>43</sup> Données et études statistiques. Disponible sur : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr>

<sup>44</sup> DATA tourisme. La plateforme nationale Open Data du tourisme en France [en ligne]

- **Flux vision**<sup>45</sup> : dispositif créé en 2022 en partenariat entre ADN Tourisme et Orange, donnant accès aux données nationales sur la fréquentation et la mobilité des français via un tableau de bord des données optimisé. L'accès aux données est payant. Prochainement, Flux vision mènera une expérimentation sur les indicateurs de mesure pour évaluer l'impact carbone des mobilités imputables au tourisme.
- **Le Data Hub France Tourisme Observation (FTO)**, est l'Observatoire spécifique de la filière Tourisme soutenu par le Plan Destination France, porté par le Gouvernement français et déployé par Atout France. Il a pour mission d'éclairer, de piloter, de cibler, d'anticiper et de mesurer la performance du secteur touristique à l'échelle nationale, territoriale et par marché. Ce Data Hub créé en 2023 permettra à la filière d'être indépendante, performante et souveraine par le biais d'indicateurs conjoncturels et prédictifs à partir de données hétérogènes co-produites avec les acteurs publics et privés du tourisme français (ADN Tourisme, INSEE, Banque de France, ministères, filières...). L'information est actualisée en ligne et accessible aux adhérents.

Une première expérimentation de recueil et de partage des données via FTO a démarré en 2022 avec la création d'un baromètre pour la FNHPA<sup>46</sup> en collaboration avec la Commission d'Observation d'ADN Tourisme, Orange et Atout France. FTO prévoit de produire prochainement les indicateurs du tableau de bord du Tourisme durable, mesure clé du Plan Destination France<sup>47</sup>.

- **RDNA et BRBO**. On s'appuie sur les informations compilées par ces sources de statistiques de la location de courte durée en France pour connaître la fréquentation dans les hébergements saisonniers loués via les plateformes de réservation type Airbnb, Abritel, Homeway...
- Les **enquêtes spécifiques** au tourisme effectuées par des organismes ou institutions telles que l'INSEE, Atout France, CCI... Certaines enquêtes sont conçues exclusivement pour fournir des données au niveau national et difficilement applicables au niveau régional et infra régional, car les méthodes et les champs explorés peuvent ne pas coïncider exactement. (Dubois et Céron, 2004 : 12)<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> Flux Vision | Orange Business [en ligne].

<sup>46</sup> Fédération Nationale d'hôtellerie de Plein Air

<sup>47</sup> Présentation du Data Hub en février 2023. Disponible sur : Atout France [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

<sup>48</sup> DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. Guide d'évaluation du tourisme durable dans les destinations [en ligne]. Pulim. Limoges, 2004, pp.150. p.12

- Les **données fournies par les socioprofessionnels** ou des entreprises de taille importante implantées partout en France qui partagent en toute transparence les résultats de leurs pratiques et chiffres en matière environnementale. Citons par exemple, la FNHPA, les Gîtes de France, les Chaînes hôtelières...

### Les sources régionales

- On entend ici les statistiques, bases de données et résultats des enquêtes effectués par les organismes et institutions du tourisme à l'échelle régionale tels que les CRT, CDT<sup>49</sup>, DRT<sup>50</sup>... Les informations trouvées varient d'un territoire à l'autre en fonction de leurs besoins. Toutefois, la méthodologie employée pour obtenir certaines données telles que la fréquentation touristique par les flux, s'est harmonisée afin de se comparer entre territoires.

### Les sources locales

- Elles regroupent les enquêtes adressées aux socioprofessionnels, aux résidents ou à la clientèle locale, ainsi que les entretiens avec les acteurs du tourisme dits "experts" du développement d'un territoire spécifique.

## 3.2 La définition et le partage d'indicateurs du tourisme responsable, une démarche collaborative.

### Un besoin partagé par les échelons régional et départemental

Lors de nos recherches documentaires et des entretiens réalisés auprès des responsables de l'Observatoire de l'Hérault<sup>51</sup> et du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine<sup>52</sup>, nous avons identifié certains dysfonctionnements et difficultés rencontrés à l'échelle départementale et régionale, qui freinent la construction et le suivi d'indicateurs de durabilité d'une manière aisée et pérenne.

---

<sup>49</sup> Comités Départementaux de Tourisme

<sup>50</sup> Direction Régional de Tourisme

<sup>51</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 5

<sup>52</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 4

Premièrement, en termes généraux, il existe en France un manque de définition, de qualification et de reconnaissance des métiers de l'Observation qui se traduit souvent par un cumul de responsabilités et de tâches plutôt que d'une vraie expertise. Côté le CRT de la Nouvelle-Aquitaine, *“la problématique majeure de la statistique appliquée au tourisme est qu'il n'y a pas de spécialistes de l'observation, d'où qu'il manque de la rigueur scientifique, présente dans d'autres secteurs ou disciplines comme l'industrie”*. Pour l'ADT de l'Hérault en revanche il s'agit d'un problème de moyens mis à disposition étant donné que toute nouvelle donnée à observer s'ajoute au reste *“ce qui peut entraîner des problèmes de charge de travail et de frustration”*. *On souhaiterait parfois aller plus loin dans l'observation mais malheureusement les moyens matériels et humains ne sont pas extensibles”*.

Deuxièmement, il existe un déficit en termes d'observation en raison de la difficulté d'obtenir des données structurelles, fiables et comparables :

- Soit, elles proviennent de sources qui partagent les chiffres gratuitement mais qui sont souvent publiées en retard et/ou incomplètes.
- Soit, elles proviennent de sources payantes, qui ne communiquent pas sur la méthode employée pour obtenir les chiffres, décrédibilisant ainsi les résultats. Les données obtenues des enquêtes sont certes plus fiables, toutefois, elles sont coûteuses et donc accessibles uniquement pour les territoires ayant les moyens économiques pour les financer.

Par conséquent, il est impossible à l'heure de comparer les chiffres entre territoires.

Comme précisé par la Coordinatrice du pôle Observation et Veille stratégique de l'Hérault, à cette contrainte s'ajoute le manque de connaissances techniques nécessaires pour décrypter et comprendre les données partagées par certains fournisseurs non touristiques : *“les sources sont diffuses et appartiennent à des secteurs d'activité qui ne sont pas des partenaires habituels et qui ne parlent pas le même langage. Il doit donc avoir un temps d'acculturation et de connaissance des uns et des autres”*.

Une autre difficulté constatée est l'absence d'une méthodologie homogène, que ce soit pour traiter les données issues des “big data”<sup>53</sup> ou pour adopter aux échelles territoriales (régionale,

---

<sup>53</sup> Big data : il s'agit des grandes sources de données à l'échelle nationale, européenne et internationale

départementale et communale), les indicateurs globaux proposés à l'échelle mondiale et nationale. En effet, les méthodes varient d'un acteur à l'autre et d'un territoire à l'autre.

A ce titre, le responsable de l'Observatoire du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine pense que *“les indicateurs ne sont pas souvent bien appliqués principalement car il n'existe pas une méthode commune et parce que chaque territoire travaille de façon individuelle”*. Hérault Tourisme partage cette vision et considère que pour sortir des chiffres, il est nécessaire de définir la méthode de calcul utilisée. *“pour pouvoir se comparer la seule manière est d'avoir une même méthode, prendre les mêmes indicateurs et les mêmes sources de données, autrement c'est impossible”*.

Concernant les indicateurs de durabilité, l'exercice est d'autant plus compliqué que la méthode pour arriver à évaluer la part du tourisme à partir de données générales n'est à l'heure actuelle ni claire, ni consensuelle. Les avis des deux professionnels coïncident sur le fait que l'impact des émissions de GES liées aux transports ainsi que la consommation des énergies attribuées à l'activité touristique est impossible à mesurer de manière fiable en l'état actuel. Tel qu'évoqué la Coordinatrice du pôle Observation d'Harault Tourisme, *“relever les données sur les consommations d'électricité, du gaz, peut paraître facile mais quand on doit se focaliser sur la part du tourisme, cela devient plus compliqué à calculer. On sait établir des ratios à la nuitée mais on risque de ne pas être exhaustif”*.

Dans ce flou des données et des méthodes, l'identification d'offres durables via les labels représente un outil à portée de main pour mesurer la prise en compte du développement durable dans un territoire, même si ce n'est pas la solution unique. Par exemple, le Département de l'Hérault essaie d'aller au-delà en intégrant d'autres indicateurs tels que l'engagement des professionnels sur son territoire. Toutefois, la méthode et les critères sont propres à l'Hérault et ne pourront être que difficilement transposables à d'autres territoires. A ce titre, le CRT de la Région Nouvelle Aquitaine reste prudent pour le moment en ne comptabilisant que les structures et territoires porteurs des labels et des marques reconnus au niveau national pour communiquer des chiffres.

Enfin, les deux professionnels de l'observation partagent le besoin d'arriver à une mutualisation des données et des méthodes pour permettre ainsi de dégager des indicateurs homogènes et évaluer la durabilité du tourisme de manière fiable, applicable à tous les échelons. Pour atteindre cet objectif, un pilotage à l'échelle nationale s'avère impératif. Toutefois, la participation de tous les acteurs du tourisme (Observatoires, OT, ADT, CRT, élus,

professionnels...) et la collaboration des institutions et organismes fournisseurs des données reste et restera toujours indispensable.

## La réflexion en cours à l'échelle nationale

En réponse à la demande exprimée par les professionnels du tourisme sur la nécessité d'œuvrer à une meilleure efficacité de l'observation touristique et faciliter ainsi les prises de décision, ADN Tourisme<sup>54</sup> a créé en mars 2021 un **Groupe de travail** composé de 13 représentants des CRT, OT, ADT afin de mettre en perspective et de mutualiser les indicateurs, les méthodes et les sources des données à l'échelle nationale. Cette initiative permettra également de répondre à l'objectif de "repenser et élargir la mesure de l'activité touristique", élément inscrit dans la mesure 10 du manifeste d'ADN pour un tourisme responsable, publié en mars 2021.

La mission de ce groupe d'acteurs des trois échelons est de travailler autour d'indicateurs du tourisme durable et responsable afin d'identifier, à partir de l'existant, une liste homogène qui sera mise à disposition des membres du réseau d'ADN Tourisme. Chaque territoire pourra ainsi utiliser cette liste pour compléter les indicateurs "classiques" suivis et se comparer avec d'autres territoires en suivant la même méthode et à partir des données obtenues de sources fiables et gratuites.

Une première restitution destinée aux membres d'ADN Tourisme sur l'avancement de ce travail a eu lieu le 4 juillet 2023 lors d'un webinaire auquel nous avons pu participer. Le compte-rendu du webinaire, rédigé à partir de notre prise de notes, est disponible en annexe<sup>55</sup>.

En complément du webinaire, nous avons discuté avec le chargé d'études à ADN Tourisme et animateur du Groupe de travail pour en savoir davantage notamment sur la méthodologie employée par le Groupe de travail pour arriver à choisir les indicateurs de durabilité qui ont été retenus. Le compte-rendu de l'entretien du 12 juillet figure en Annexe<sup>56</sup>.

Les informations recueillies grâce à ces deux sources nous ont amené à identifier plusieurs points majeurs dans l'initiative prise par ADN Tourisme pour la construction d'une liste

---

<sup>54</sup> La Fédération d'ADN Tourisme est née en 2020 du regroupement des trois fédérations d'acteurs du tourisme : Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions.

<sup>55</sup> Cf. CR du webinaire en annexe 2

<sup>56</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 3



commune d'indicateurs du Tourisme durable à niveau national. Ces éléments sont résumés et regroupés par grands items :

### *L'enjeu :*

L'intérêt principal exprimé par les professionnels membres d'ADN Tourisme est mixte. D'un côté, l'objectif recherché est d'avoir les outils pour se comparer en tant que territoires concurrentiels. D'un autre côté, l'objectif reste d'avancer ensemble vers l'objectif commun de rendre la destination France durable.

### *Les objectifs :*

L'objectif principal de ce dispositif est d'identifier, d'analyser et de mettre à disposition des membres du réseau d'ADN Tourisme une liste commune d'indicateurs et de sources fiables pour obtenir les données. La liste des sources de données sera complétée, mise à jour régulièrement, stockée et partagée via la plateforme ADN'Co qui est destinée aux membres de la fédération.

ADN Tourisme n'a pas vocation à traiter ou à interpréter les indicateurs par territoire, ni à faire le calcul à l'échelle nationale. Comme précisé par le chargé d'études, *"ce travail appartient à chaque territoire qui sera libre de choisir les indicateurs qui s'adaptent au mieux à son contexte et à ses besoins"*<sup>57</sup>.

### *La méthodologie employée :*

Le groupe de travail a effectué la recherche d'indicateurs à partir d'un benchmark de l'existant dans toutes les sources et guides disponibles à l'échelle internationale, européenne, nationale et régionale. Le choix des indicateurs dépendait de l'obtention des données qui doivent répondre aux 3 conditions suivantes :

1. être disponibles en open data ou facilement récupérable,
2. toucher toutes les filières,
3. être applicables à tous les échelons (régional, départemental et local).

Aussi, les données obtenues devaient être complètes et provenir de sources fiables.

---

<sup>57</sup> Idem

Chaque indicateur a été testé aux trois échelons pour vérifier qu'ils sont facilement applicables. Dans le cas contraire, ils ont été écartés et effacés de la liste des indicateurs retenus.

### *La forme du tableau de bord :*

Les 3 piliers du développement durable ont été abordés soit pour rappel au niveau des dimensions environnementale, sociale et économique. Le tableau de bord contiendra, pour chacune des trois dimensions, deux types d'indicateurs :

- *Des indicateurs de base*, qui répondent à l'ensemble des conditions établies pour l'obtention de données.
- *Des indicateurs complémentaires*, qui sont proposés quand l'obtention des données ne répond pas au moins à une des conditions émises. Par exemple, car il s'agit de sources payantes ou parce qu'elles ne peuvent pas être adaptées à toutes les filières/ échelles (exemple : le label flocon vert applicable seulement dans les régions montagneuses où on trouve de la neige).

### *L'avancement de la démarche (à juillet 2023) :*

Le tableau ci-dessous résume l'avancement de la démarche menée par le Groupe de travail d'ADN Tourisme à la date de la première restitution qui a eu lieu le 4 juillet 2023.

*Tableau 3 : Etat d'avancement du Groupe de travail d'ADN Tourisme sur les indicateurs de tourisme durable*

	Dimension environnementale	Dimension sociale	Dimension économique
% d'avancement	100%	50%	0%
Total d'indicateurs analysés	43	27 ( <i>travail en cours</i> )	<i>Travail en cours</i>
Total d'indicateurs retenus	21 indicateurs de base + 12 indicateurs complémentaires	9 indicateurs de base + 12 indicateurs complémentaires	<i>Travail en cours</i>

Comme nous pouvons constater, le travail d'ADN Tourisme n'est pas encore terminé. La liste d'indicateurs reste à compléter sur les volets social et économique, et un travail de compilation de l'outil (tableau de bord et sources) devra être effectué avant de pouvoir le partager à l'ensemble de ses membres.

## La liste d'indicateurs retenus et les sources des données :

Le tableau ci-dessous résume l'information présentée par le Groupe de travail lors du webinaire du 4 juillet 2023.

Tableau 4: Synthèse de la restitution du Groupe de travail d'ADN Tourisme le 4/07/23

	Sous dimension	Indicateurs de base	Indicateurs complémentaires	Sources de données
dimension Environnementale	Hébergements	Évolution annuelle du Nb. de labellisés par rapport à N-1 (cf. labels retenus)	Part des hébergements éco labellisés au regard du Nb.total d'hébergements marchands du territoire	Structures gestionnaires des <b>5 labels retenus<sup>58</sup></b> : <b>gîtes panda, écogîtes, Ecolabel, Clef Verte, partir écolo.</b>
	Restaurants	Évolution annuelle du Nb. de labellisés par rapport à N-1 (cf. labels retenus)	Part des restaurants éco labellisés au regard du Nb. total des restaurants marchands du territoire	Structures gestionnaires des <b>2 labels retenus</b> : <b>éco label, Greenfood</b>
	Destinations responsables	Évolution annuelle du Nb. de labellisés par rapport à N-1 (cf. labels retenus)	Aucun	Structures gestionnaires des <b>3 labels retenus</b> : <b>Pavillon bleu, Passeport vert, Villes et villages fleuris (niveau 4 fleures)</b>
	Sites naturels protégés	Évolution à N-1 des sites labellisés (cf. labels retenus)	*Superficie totale annuelle des sites protégés *Évolution annuelle de la superficie totale des sites	<b>le label Réseau des grands sites de France</b> et INPN (inventaire national du patrimoine naturel)
	Qualité des sites de baignade	Suivi de la qualité de l'eau (bonne et pas bonne) à N-1	Aucun	Agence de l'eau
	Consommation énergétique et ressources naturelles	Nb. des bornes de recharge de VL électriques installés dans le territoire (échelle régionale et département) évolution à N-1	Évolution de la consommation électrique (et gaz) des activités touristiques - <i>en test</i>	Gireve (privé) et données de l' Agence ORE à venir (data accessibles à l'échelle régionale et peut-être départementale)
	Impact carbone, mobilités et qualité de l'air	km des voies cyclables en site "propre" <sup>59</sup> et en site partagé <sup>60</sup>	Taux de cyclabilité annuel dans un territoire (compteurs)	Vélo & territoire <b>Label Accueil vélo</b>
	Dimen	Relation habitants/tourisme	Nombre de résidences secondaires louées (Évolution N-1)	ressenti des habitants et part des habitants qui soutient le tourisme

<sup>58</sup> Soulignés **en couleur** les labels et marques nationales retenues par le Groupe de travail pour une identification plus rapide.

<sup>59</sup> voies en site propre = usage vélo uniquement

<sup>60</sup> voie en site partagé = visage mixte (vélo, piétonne, voiture, bus...)

Tourisme inclusif	Évolution à N-1 des sites labellisés Tourisme & Handicap	Évolution à N-1 des sites avec la marque destination pour tous	Marques Tourisme & Handicap, Destination pour tous
Tourisme social	Nb. des structures acceptant de chèques vacances (Evolution N-1)	Montant des Chèques vacances proposés, Nb des structures émettrices, répartition des touristes d'un territoire par PCS.	ANCV KANTAR (données payants)
Tourisme de proximité	<i>travail en cours</i>	<i>travail en cours</i>	KANTAR / Business
Ressources humaines	Répartition des indépendants H/F travaillant dans le tourisme	Aucun	URSSAF
Tourisme solidaire	engagement de la destination à travers l'offre en hébergements solidaires labellisés	Aucun	UNAT

## Nos conclusions sur la démarche en construction en France

En conclusion de nos discussions avec les responsables de l'Observatoire du Département de l'Hérault, de l'Observatoire du CRT de la région Nouvelle-Aquitaine et du travail initié par ADN Tourisme, **nous retenons que l'exercice est loin d'être facile**. En effet, **aboutir à une liste commune d'indicateurs qui puissent être facilement accessibles pour tous les acteurs et à toutes les échelles, s'avère un travail laborieux et de taille**.

**La problématique majeure provient des sources et de la difficulté d'obtenir les données** car elles sont soit, payantes, incomplètes, peu fiables, pas homogènes, soit, toutes ces contraintes ensemble. C'est pour cette raison que certains indicateurs destinés à mesurer des impacts majeurs sur l'environnement tels que les émissions de GES, la consommation d'eau et d'énergie liées au tourisme, ne sont pas pour le moment adoptés de manière homogène. En effet, les données obtenues présentent des disparités importantes ou bien elles ne sont disponibles qu'à l'échelle nationale et régionale.

Par ailleurs, **on favorise l'utilisation de données quantitatives aux données qualitatives** car le seul moyen d'obtenir ces dernières est par la voie d'enquêtes payantes ou d'entretiens qui amèneraient à des résultats partiels, excluant ainsi les territoires ou acteurs qui n'ont pas les moyens humains ni financiers pour les financer.

Au vu de la difficulté d'avoir des données observables qui proviennent d'une source vérifiable et fiable, **les acteurs du tourisme s'appuient sur des démarches de labellisation pour mesurer le degré de durabilité des territoires au niveau régional et local**. C'est ainsi que le groupe de travail d'ADN Tourisme a retenu en grande partie des labels et des marques nationales connus pour jouer le rôle d'indicateurs et mesurer ainsi la durabilité du tourisme en France (ils représentent ainsi 43% du total des indicateurs de base retenus).

Le référent d'ADN Tourisme justifie ce choix :

- d'une part car **les labels prennent en compte (même partiellement) les engagements et les principes du développement durable**
- et d'autre part, car **ils sont représentatifs en nombre au niveau national**.

Ainsi, après avoir décortiqué et analysé les différentes démarches et grilles, les structures porteuses des labels retenus, répondent à cette double exigence et aux objectifs de qualité fixés par ADN Tourisme à savoir, **des données fiables, accessibles et vérifiables**.

Enfin, il est important de préciser que la démarche initiée au niveau national ne vient que de commencer et qu'il s'agit d'une démarche participative et incitative. Mais la publication d'un tableau de bord commun qui liste une série d'indicateurs de durabilité avec des sources de données accessibles à tous, ne garantira pas ce qu'on fera après, car *“chaque territoire doit utiliser et traiter l'information comme ça lui semble le plus approprié selon son contexte et besoins”*.

## **4 Les labels et marques, des indicateurs fiables et pérennes pour évaluer la durabilité du tourisme dans l'Hérault ?**

Compte tenu de mon expérience acquise grâce au stage réalisé au sein du pôle Transition durable à Hérault Tourisme, complétée par les informations recueillies lors des divers échanges avec les professionnels, il nous a paru intéressant de choisir comme sujet du mémoire un thème d'actualité qui consiste dans **“la difficulté de mesurer le tourisme responsable et de trouver les indicateurs adéquats pour le faire”**.

Puisqu'il est impensable d'aborder ce sujet de manière globale car les indicateurs de durabilité doivent tenir compte des spécificités d'un territoire, pour essayer de répondre à la problématique générale nous avons opté pour l'étude du seul territoire de l'Hérault. Nous avons ainsi accès

aux données et aux expériences de terrain acquises à travers notre mission de stage à Hérault Tourisme. Aussi, quelques questions secondaires seront abordées dans les parties suivantes :

- Quelle est la pertinence d'utiliser les labels en tant qu'indicateurs pour évaluer l'offre touristique durable/responsable dans la destination Hérault ?
- Quels outils et actions pourraient être adoptés par l'ADT de l'Hérault pour améliorer le suivi des démarches de labellisation de tourisme durable/responsable portées et soutenues actuellement par l'Hérault ?
- Quels indicateurs complémentaires pourraient être adoptés pour accroître et pérenniser les démarches de labellisation de l'offre touristique dans l'Hérault et d'évaluer ainsi le progrès vers l'atteinte des objectifs de durabilité internes et externes ?
- Le choix d'autres indicateurs de durabilité permettrait d'élargir le spectre et de raccrocher l'activité touristique de l'Hérault à d'autres objectifs globaux du développement durable ?

Pour introduire cette problématique, nous allons d'abord présenter l'enjeu des démarches de labellisation de l'offre touristique et leur contribution pour mesurer le degré de durabilité d'un territoire.

## 4.1 Les démarches de labellisation

Le terme de label est un emprunt du mot anglais "label", qui signifie marque ou étiquette. « *Le label doit être réservé à des dispositifs visant à offrir à leurs cibles une garantie objective de conformité à des caractéristiques établies dans un référentiel ou cahier des charges* »<sup>61</sup>. C'est pourquoi le terme "label" est couramment employé (même à tort) pour se référer d'une manière globale à tout processus de certification, de marquage et de distinction d'un objet et/ou d'un service.

Toute démarche de labellisation intéresse d'une part, les professionnels en tant que distinction de qualité, permettant de répondre aux demandes parfois spécifiques des touristes, et d'autre part, les clients potentiels en tant que critère de choix et garantie de qualité.

---

<sup>61</sup> Ministère de l'économie des finances. Première publication de référence sur la notion de label public [en ligne].

Le déploiement de démarches d'évaluation et de labellisation marque l'intérêt, le dynamisme et la politique du développement d'un territoire. En effet, les labels participent à la qualité de l'image d'une destination. De plus, ils fédèrent et renforcent la collaboration entre la collectivité territoriale et ses acteurs locaux ainsi que les visiteurs du lieu.

D'une manière générale, à l'origine d'un label il y a une ou des associations juridiques qui rassemblent un nombre d'acteurs motivés autour d'un objectif ou d'un projet commun, avec une passion partagée pour la qualité et le respect d'un cahier de charges, reconnus pour leur utilité auprès de l'ensemble des usagers.

Dans l'écosystème des labels, les acteurs qui interviennent peuvent être classés dans trois familles et présentent des intérêts divers<sup>62</sup> :

- **les techniciens**, qui sont les décideurs ou les animateurs du label. Ils s'intéressent principalement à la stratégie, à la rentabilité du label et à son apport dans la politique touristique.
- **les socioprofessionnels ou les établissements**, qui sont les bénéficiaires du label. Ils se préoccupent avant tout des retombées économiques liées à la labellisation en termes de coût global,
- **les consommateurs**, ceux à qui s'adresse le label. Ils attendent que les promesses annoncées par le label soient respectées et tenues.

Quand la famille d'acteurs travaille et avance en conciliant les intérêts de tous et dans la même direction, on présage que le système de labellisation opère et se maintient favorablement.

La crise de la COVID et les nouveaux enjeux environnementaux sont venus altérer le système des labellisations, par des évolutions sociétales importantes dans le secteur touristique et par les nouvelles attentes des consommateurs en matière de développement durable. Il est apparu indispensable d'opérer une remise en question afin de s'adapter à un marché mouvant et de remettre au cœur des labels la mesure environnementale comme une priorité<sup>63</sup>.

De plus, le développement durable est un effort constant. C'est pourquoi, les labels éco responsables ne peuvent pas être une fin en soi, mais des outils d'une amélioration continuent

---

<sup>62</sup> Mercorelli, Alexia. Les labels touristiques, un écosystème complexe. Dossier : Très grande satisfaction client. Espaces. 2022 N°369, pp. 139, p.63-64.

<sup>63</sup> Mercorelli, Alexia. Les labels touristiques, un écosystème complexe. Dossier : Très grande satisfaction client. Espaces. 2022 N°369, pp. 139, p.65.

de l'offre qui peuvent faire évoluer les pratiques. Il est donc important pour les professionnels et les territoires de s'inscrire dans une démarche globale et pérenne afin d'atteindre l'objectif souhaité.

Par ailleurs, ces démarches préparent les professionnels à maintenir une veille continue des exigences réglementaires en termes de développement durable. Parmi les évolutions réglementaires les plus récentes en France applicables au secteur du tourisme nous pouvons citer : la Loi climat et résilience (2021), le décret tertiaire (2019) issu de la Loi ELAN (2018) visant la réduction progressive de la consommation d'énergie des bâtiments à usage tertiaire > à 1000m<sup>2</sup>, la Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC) avec l'obligation du tri à la source des biodéchets (2020), etc.

Face au nombre important de labels et aux connaissances limitées de certains professionnels sur les différentes démarches applicables à leur activité, plusieurs documents et guides pratiques sont proposés et diffusés en France par des organismes et des institutions à toutes les échelles (CRTL, ADEME, ATD, ADN Tourisme...). Ces outils permettent aux professionnels et aux territoires de découvrir les informations sur les principaux labels et démarches de qualité appliqués au tourisme, présents dans le pays.

Le document le plus récemment publié est **le Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable** disponible en libre téléchargement sur le site d'ADN Tourisme. La première version de ce guide édité par ADN Tourisme en partenariat avec l'ATD a été présenté et diffusé en 2022 afin d'éclairer le public, notamment les professionnels du tourisme, *“dans la compréhension et le choix des démarches de labellisation, selon les spécificités de leurs activités et leur niveau de maturité par rapport aux enjeux du développement durable”*<sup>64</sup>.

Ce guide présente un catalogue des principaux labels, certifications et démarches de qualité applicables au secteur touristique en France d'une manière synthétique, claire, structurée et de facile appréhension. Un aspect intéressant de ce document est l'analyse des critères et niveaux d'exigences des démarches au regard des ODD de l'ONU. Ce guide est prévu d'être mis à jour et diffusé régulièrement sur le site d'ADN Tourisme.

---

<sup>64</sup> ADN Tourisme, ATD. Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable [en ligne]. 2022. pp. 191, p. 15.



## Partie II. Les orientations et Indicateurs du tourisme durable dans l'Hérault

### 5 Le tourisme durable dans l'Hérault

#### 5.1 L'Hérault comme destination touristique

Le département de l'Hérault, situé à l'est de la région Occitanie, est la quatrième destination touristique française. Il compte 342 communes et présente plusieurs spécificités qui en font une destination touristique attrayante pour la clientèle (étrangère et française) amatrice de la nature, de la culture, de la gastronomie et des activités de plein air.

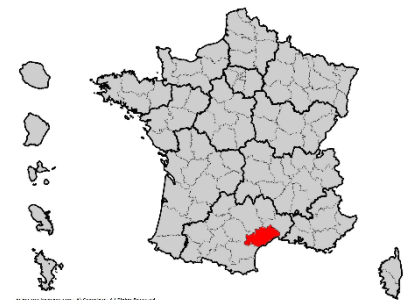


Figure 3 : L'Hérault.

Figure 4: Carte du Département de l'Hérault<sup>65</sup>.

Le territoire dispose d'une bonne accessibilité aérienne grâce à la présence des deux aéroports de taille internationale Montpellier - Méditerranée et Béziers-Cap d'Agde. Concernant l'accessibilité terrestre, le littoral est principalement bien desservi par le réseau ferroviaire (21 gares dont 6 le long du littoral cumulent 98% du trafic), et par l'infrastructure autoroutière et routière.

<sup>65</sup> Sources. Figure 4 : [www.evasion-online.com](http://www.evasion-online.com), Figure 3 : faites-vos-bagages © <https://www.actualitix.com/carte-herault.html>

Le territoire héraultais propose une palette d'offres touristiques variées (balnéaire, urbaine, œnotourisme, activités de pleine nature...) grâce à la richesse de son patrimoine naturel et culturel et à son climat méditerranéen.



Figure 5 : Via ferrata (OT CEVMED) et Kitesurf au Cap D'Agde<sup>66</sup>



Figure 6: Vignobles Faugerois (Pays du Micola) et Joutes à Sète (C. Gauthier)<sup>67</sup>



Figure 7: Village Minerve (E.Brendle)<sup>68</sup>

<sup>66</sup> Source : Archives de l'ADT Hérault®

<sup>67</sup> Idem

<sup>68</sup> Idem

En ce qui concerne la typologie des visiteurs de la destination Hérault, on retrouve majoritairement :

- Les touristes, pour une part importante, qui occupent temporairement un hébergement de vacances marchand ou non-marchand sur une des communes du territoire héraultais. Ils viennent surtout en période estivale en famille ou entre amis pour profiter principalement de l'offre touristique du littoral, de l'offre culturelle dans les plus grandes villes de Montpellier, Béziers et Sète et/ou des festivals et festivités proposées.
- Les excursionnistes et intéressés par les activités et sports de pleine nature qui se déplacent dans le territoire ou bien qui séjournent plusieurs jours dans une commune stratégique près du territoire ou de l'activité de leur intérêt.
- Les curistes, qui effectuent une cure dans une des stations thermales, principalement à Balaruc-Les-Bains qui est la première station thermale en France. Le public cible est pour la plupart des seniors en solo ou en couple mais ils peuvent être accompagnés par la famille ou des amis.
- Les voyageurs d'affaires qui arrivent pour participer à l'un des salons, événements, festivals, expositions... qui sont organisés dans les métropoles tout au long de l'année.
- Les habitants résidents permanents ou temporaires du territoire et qui bénéficient des activités de loisirs et des manifestations proposées dans le territoire ainsi que de l'offre culturelle et de nature.

## 5.2 Les chiffres clés du Tourisme dans l'Hérault

Hérault Tourisme a opté depuis plusieurs années pour une stratégie marketing partagée avec les acteurs touristiques de l'Hérault. L'objectif visé est d'avoir une meilleure coordination et une mutualisation des moyens. Pour cela, il s'appuie de l'outil Flux Vision Tourisme afin d'avoir une connaissance plus détaillée de la clientèle touristique et un impact plus efficace de ses actions.

D'après les derniers chiffres publiés par l'Observatoire d'Hérault Tourisme<sup>69</sup>, l'année 2022 a été une année très fructueuse pour la destination Hérault. Avec 54,8 millions de nuitées touristiques

---

<sup>69</sup> ADT de l'Hérault. Rapport d'activité 2022.

(+20% par rapport à 2019), la fréquentation touristique du département représente 30% de celle de la région Occitanie en le plaçant ainsi en première position.

Il est à noter que la fréquentation des visiteurs est plutôt concentrée durant l'été (près de 50%), suivie du printemps (25%), de l'automne (15%) et de l'hiver (10%) et que l'origine des clientèles accueillies est majoritairement française soit 64,5% de la fréquentation totale. En tête de la clientèle étrangère se trouve la Suisse (52%), suivie de l'Espagne (14%) et des Pays-Bas (6,5%).

L'Hérault compte avec une capacité d'accueil touristique remarquable avec 948 000 lits dont 77% correspondent à une offre dans le secteur non marchand (lits en résidences secondaires). L'offre en hébergements marchands du département de l'Hérault est majoritairement concentrée sur ses 100 km linéaires de littoral (66%), puis en ville (19%) et enfin en espace rural (15%)<sup>70</sup>.

Avec 10 millions de nuitées, l'Hôtellerie de plein air occupe une place très importante et est un poids lourd de l'économie touristique départementale : elle est au 1er rang des départements français pour la fréquentation en campings et 2ème en capacité d'accueil (54% de l'offre totale), derrière la Vendée. Ci-dessous le graphique de la répartition de l'offre touristique dans le Département :

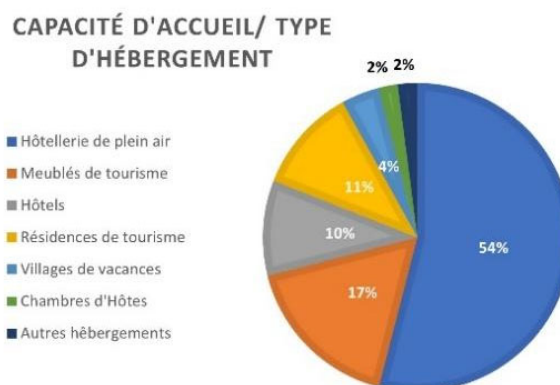


Figure 8: Capacité d'accueil touristique de l'Hérault par typologie d'hébergements<sup>71</sup>.

En termes d'emplois, 32 400 emplois touristiques en moyenne annuelle ont été créés en 2022, ce qui représente près de 10% de l'emploi marchand en Hérault dont 4 emplois sur 10 se trouvent dans le secteur de l'hébergement et de la restauration.

<sup>70</sup> ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault ; 2022.

<sup>71</sup> Source : SDDTD 2022-2028



### 5.3 Les défis à relever

Malgré ses nombreux atouts et son attractivité touristique, le territoire de l'Hérault présente aussi des faiblesses à améliorer et des menaces auxquelles il doit faire face.

Parmi les faiblesses du territoire, la concentration des flux dans le littoral et dans la ville de Montpellier durant la saison estivale est l'un des défis majeurs à relever, ceci afin de concilier la sur fréquentation touristique et la maîtrise des impacts de l'activité sur le milieu naturel et sur les résidents. De plus, hors littoral, le territoire héraultais est mal desservi par les mobilités douces, ce qui accroît la dépendance à la voiture comme moyen de transport, utilisée à hauteur de 85% par les touristes.

D'autres secteurs et pratiques présentent des dysfonctionnements et des menaces qui méritent une attention particulière et sur lesquels la politique et les acteurs du territoire doivent se focaliser et redoubler d'efforts. Nous noterons ainsi pour l'exemple :

- Une offre élevée de résidences secondaires de petite taille, vieillissantes et énergivores.
- La raréfaction des ressources en eau qui impactent directement les activités aquatiques proposées par les professionnels.
- Une offre culturelle peu structurée.
- Une raréfaction des ressources alimentaires.
- Une offre de restauration qualifiée concentrée sur le littoral et les grandes villes.
- Une gestion de flux insuffisante dans certains des sites touristiques les plus fréquentés.
- La dégradation d'espaces naturels et une forte pression sur la biodiversité.
- Une offre d'activités nautiques pas assez organisée.

Par ailleurs, le territoire héraultais est en première ligne face aux effets du changement climatique : fragilisation des ressources en eau, modification des écosystèmes, aggravation des risques naturels, multiplication des vagues de chaleur et d'épisodes cévenols <sup>72</sup>. En effet, ses 100 km linéaires de littoral qui concentrent la majorité de l'activité humaine, économique et 80% de l'offre touristique, est en situation vulnérable et menacée à court et à moyen terme car le réchauffement climatique risque de rendre l'ensemble du territoire difficilement viable en haute saison.

---

<sup>72</sup> ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault ; 2022.

En effet, le dernier rapport de synthèse du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) publié en mars 2023 estime que, quels que soient les scénarios d'émission, le réchauffement de la planète atteindra 1,5 °C dès le début des années 2030<sup>73</sup>.

Enfin, l'enchaînement de grandes crises récentes (la pandémie de coronavirus, la crise climatique et environnementale, la crise géopolitique, la guerre russo-ukrainienne et la crise économique mondiale) a des conséquences très marquées sur le secteur touristique et constitue un accélérateur des changements et des tendances.

Dans le Département de l'Hérault, ce contexte évolutif a donné la place à une prise de conscience plus marquée des enjeux liés au changement climatique pour le secteur du tourisme et un intérêt croissant pour les démarches de tourisme responsable. Au vu de ces défis, l'Hérault a mis en place une stratégie que nous allons résumer par la suite.

## **6 La stratégie du Département de l'Hérault en faveur du tourisme durable**

### **6.1 Les enjeux du Schéma Départemental du Tourisme Durable 2022-2026**

La stratégie principale du Département de l'Hérault est de faire de son territoire, un territoire pilote en matière de tourisme responsable et durable. Depuis plusieurs années, le Département a entrepris une transformation de son offre touristique littorale en se diversifiant vers des filières multiples telles que l'œnotourisme, les loisirs en pleine nature et les Grands Sites.

Le Département de l'Hérault a pour mission d'accompagner les acteurs du territoire dans la mise en œuvre de nouvelles actions concrètes qui contribuent à la proposition d'une offre touristique exemplaire tout en respectant l'environnement et l'être humain.

Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028 de l'Hérault (SDDTD) est venu renforcer et consolider les réussites du schéma précédent en déclinant de nouvelles actions pour proposer une offre touristique de qualité, respectueuse de

---

<sup>73</sup> Publication du 6e rapport de synthèse du GIEC. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.ecologie.gouv.fr/publication-du-6e-rapport-synthese-du-giec>

l'environnement et de l'être humain. Il repose sur quatre principes clés : la transition, l'efficacité, la résilience et la transformation<sup>74</sup>

1. La transition : Gérer la transition entre deux modèles d'économie touristique et accompagner les acteurs dans ce processus. S'adapter aux nouveaux défis touristiques tels que le changement climatique et les attentes émergentes.
2. L'efficacité : Accompagner la transformation du secteur touristique afin de maximiser les impacts positifs tels que les retombées économiques et les emplois, tout en limitant les impacts négatifs tels que les conflits d'usages et la pression foncière.
3. La résilience : Consolider la résilience du territoire face aux effets du changement climatique en adoptant une approche de sobriété.
4. La transformation : Transformer les outils et la gouvernance touristique pour les aligner sur les nouveaux enjeux de durabilité.

Le SDDTD 2022-2028 est structuré autour de 4 axes stratégiques majeures. Pour atteindre ces objectifs, un plan d'action de seize fiches concrètes ont été élaborées dont, ci-dessous un extrait :

*Axe A : S'adapter aux évolutions climatiques et aux enjeux environnementaux.*

- Sensibiliser les acteurs du tourisme aux impacts du changement climatique,
- Encourager les entreprises touristiques à réaliser un bilan carbone et à communiquer sur leur empreinte environnementale.
- Mener des actions de sensibilisation, d'information et de formation pour les acteurs du tourisme, notamment par le biais de labels et de campagnes de communication.
- Promouvoir l'économie circulaire et les achats locaux.
- Assurer une gestion optimisée de la ressource en eau pour éviter les conflits entre habitants et touristes.

*Axe B : Décarboner les mobilités touristiques et organiser les flux.*

- Renforcer les infrastructures liées à la pratique du vélo à travers le plan "Hérault Vélo" en maillant davantage la région, en créant des circuits sur les sites touristiques les plus fréquentés et en favorisant le transport multimodal.
- Favoriser le covoiturage et soutenir le rôle du train dans les déplacements régionaux.

---

<sup>74</sup> ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault, 2022.

- Mettre en place des outils pédagogiques et des chartes pour sensibiliser les prestataires touristiques et les hébergeurs aux pratiques éco-responsables, tout en respectant les milieux naturels et les sites.

*Axe C : Renforcer les filières concurrentielles et promouvoir un marketing responsable.*

- Renforcer l'œnotourisme et continuer à accompagner les Grands Sites de France.
- Promouvoir le territoire au niveau international grâce au projet Géo parc Terres d'Hérault et à la valorisation du patrimoine géologique.
- Améliorer la visibilité numérique de l'offre touristique.
- Favoriser la mise en réseau des acteurs du tourisme culturel et structurer l'offre culturelle pour enrichir les programmes et prolonger la durée des séjours.

*Axe D : Adapter la gouvernance aux nouveaux défis.*

- Encourager la participation active des habitants et favoriser les rencontres entre touristes et habitants.
- Renforcer les outils d'évaluation en utilisant des indicateurs adaptés pour mieux analyser la fréquentation touristique et les flux, afin de piloter l'activité de manière précise.
- Élargir la gouvernance en intégrant les acteurs de l'environnement, de la biodiversité et du secteur social pour prendre des décisions éclairées.

En mettant en œuvre ces actions, l'Hérault vise à devenir un exemple en matière de tourisme responsable et durable, en préservant son patrimoine naturel et culturel, en améliorant les retombées économiques et en offrant des expériences touristiques de qualité tout en limitant les impacts négatifs sur l'environnement et sur les communautés locales.

Notons plus particulièrement dans les parties en gras ci-dessus l'importance accordée aux labels et aux indicateurs, sujet du présent mémoire.

Comme évoqué dans les Parties I et II ci-dessus, il **existe en effet un besoin partagé par les acteurs du tourisme de tous les niveaux d'évaluer les actions menées permettant de prendre des décisions éclairées pour atteindre l'objectif commun** de rendre la pratique du tourisme durable et responsable en France.



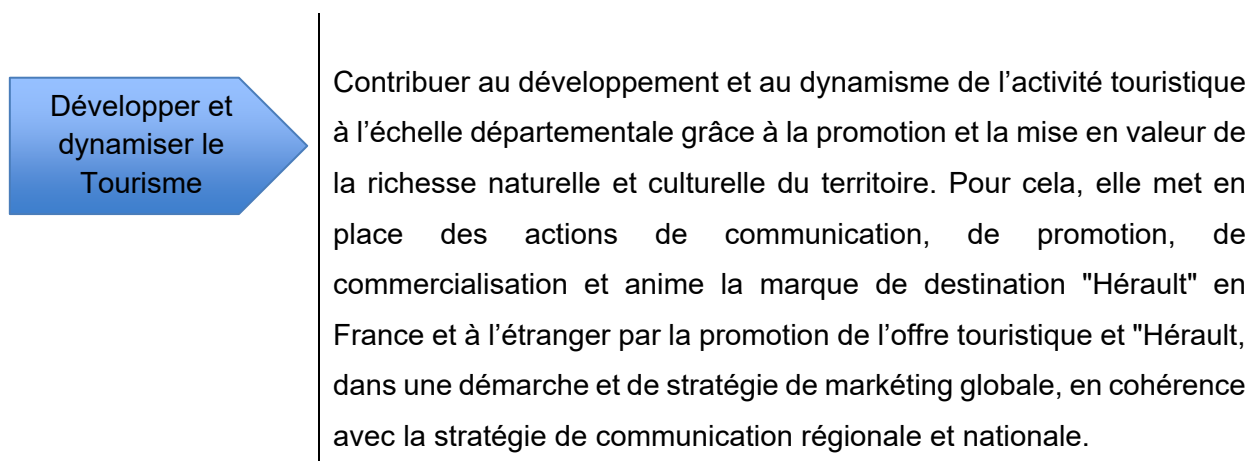
Et justement, le Département de l'Hérault a bien intégré cet objectif dans son nouveau Schéma. Il a ainsi prévu d'évaluer ses actions menées ce qui lui permettra de driver sa stratégie et de prendre des décisions éclairées.

Cette action globale et transversale est intégrée dans l'Axe D - Fiche action 15 : *“Renforcer les outils d'évaluation en utilisant des indicateurs adaptés pour mieux analyser la fréquentation touristique et les flux, afin de piloter l'activité de manière précise”*. Il est néanmoins à noter que l'objectif premier fixé actuellement pour les outils d'évaluation est l'analyse de la fréquentation et des flux pour mieux piloter l'activité. On ne parle pas de l'utilisation des indicateurs pour mesurer le progrès des actions durables. Cette action est toutefois prévue d'être renforcée par des actions de sensibilisation et d'accompagnement des acteurs du tourisme aux impacts du changement climatique notamment par le biais des labels et des campagnes d'information en vue d'une meilleure adaptation aux évolutions (Cf. Axe A du SDDTD)<sup>75</sup>.

A ce titre, des actions qui permettront de répondre à ces enjeux importants sont déjà menées par l'Observatoire et par le pôle Transition Durable de l'ADT, que nous présenterons en suivant.

## 6.2 L'agence de Développement Touristique (ADT) de l'Hérault

L'Agence de développement touristique (ADT) de l'Hérault est une association à but non lucratif, selon l'article 1 de loi de 1901, au service du Conseil départemental de l'Hérault. Elle exerce sa compétence dans le cadre de l'article L111-1 du Code du Tourisme, confirmé par la loi NOTRe<sup>76</sup> L'Agence de développement touristique de l'Hérault connue plus largement sous le nom de « Hérault Tourisme », a pour missions de :



<sup>75</sup> ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault, 2022.

<sup>76</sup> Ministères Écologie Énergie Territoires. Loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) [En ligne].

<p>Conseiller et accompagner</p>	<p>En tant que pilote de la transition durable, Hérault Tourisme est chargé de conseiller, de soutenir et d'accompagner les porteurs de projet de sites et des territoires avec l'objectif de développer une offre touristique de qualité, respectueuse de l'environnement et adaptée aux attentes des touristes et des résidents du territoire.</p> <p>Il assiste également pour l'instruction d'aides financières et participe à l'élaboration des schémas sectoriels : PDESI (Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires), schéma du nautisme, etc...<sup>77</sup> et à la qualification de l'offre sur le terrain (classement, labellisation, certification de sites et des territoires).</p>
<p>Observer et partager</p>	<p><b>L'Observatoire d'Hérault Tourisme analyse les potentialités et les tendances du tourisme grâce à la collecte, le traitement et le partage des données du territoire permettant de guider la stratégie touristique à adopter par le Département.</b></p>
<p>Contribuer et co-construire</p>	<p>L'ADT travaille en étroite collaboration avec les professionnels du tourisme et avec les têtes de réseaux à l'échelle régionale (CRTL Occitanie, Région, l'ADEME...), à l'échelle locale (les Communauté de communes, les Offices de tourisme, les Parcs Naturels et Régionaux, les vignobles, Gîtes de France, les Offices de Tourisme, la Fédération d'hôtellerie de plein air, ...) et avec l'ensemble de socio-professionnels qui exercent une activité touristique dans le Département.</p> <p>Il est membre du réseau national des Agence de développement touristique/Comité de développement touristique, ADN Tourisme. Il travaille également en association avec d'autres destinations pour les projets communs tels que les sites touristiques majeurs, le réseau Oxygène (réseau sportif) ou des institutionnels comme les chambres consulaires et l'association nationale Tourisme et Handicap, cette dernière en tant que pilote référent et administrateur dans l'Hérault.</p>
<p>Animer et fédérer</p>	<p>Hérault Tourisme est chargé de l'animation des relais des offices de tourisme, de la gestion et de l'animation des sites touristiques départementaux et de leur mise en réseau (parcs naturels, musées et monuments historiques, opérations Grands sites de France...).</p>

<sup>77</sup> ADT 34 - Hérault Tourisme Pro [En ligne]

	De plus, les équipes de l'ADT ont été fortement impliquées et aux côtés du Conseil Départemental pour construire le contenu du Schéma (SDDTD 2022-2028) et définir les orientations touristiques stratégiques de l'Hérault pour les 5 ans à venir.
S'engager dans des stratégies globales	Hérault Tourisme s'inscrit dans une recherche d'intelligence collective pour accompagner les stratégies territoriales et pour se coordonner à différentes échelles aux côtés d'Atout France, du CRTL d'Occitanie et d'un ensemble de partenaires (ADT d'Occitanie, ADN Tourisme, ATD), grâce à la signature en 2023 de quatre contrats de destination : « Montpellier », « Canal de midi » et « Littoral d'Occitanie » qui ont pour vocation de développer sur 3 ans une offre dédiée (hors saison) auprès d'une clientèle internationale <sup>78</sup> .

### 6.3 Les actions réalisées et en cours pour relever les défis

#### L'organisation de l'ADT

Afin de répondre aux objectifs fixés par le Schéma Départemental pour un Tourisme Durable et responsable (SDDTD 2022-2028) voté en novembre 2022 et face à la nécessité de formaliser une méthode de travail adaptée, l'Agence de développement touristique de l'Hérault a récemment modifié son organisation interne et par conséquent son organigramme.

A partir de 2023, Hérault Tourisme est passé d'une structure organisationnelle pyramidale composée de 3 pôles distincts (le pôle Direction Générale, le pôle Ingénierie et Développement et le pôle Marketing et Communication), à une organisation matricielle où plusieurs pôles coexistent et convergent dans un conseil stratégique. Une autonomie est ainsi octroyée aux différents savoir-faire via les coordinateurs de pôle et avec un arbitrage au niveau décisionnel par la Direction. Ce sont désormais des compétences, qui sont mises à disposition en fonction des besoins et des projets, qui travaillent en synergie pour atteindre l'objectif commun.

Cette nouvelle organisation permettra de croiser les compétences de chacun de ses collaborateurs et de travailler en équipe et de manière transversale en faveur de l'intégration d'une approche durable du tourisme.

<sup>78</sup> Rapport d'activité 2022, Hérault Tourisme.

Ci-dessous le nouvel organigramme adopté au sein de l'ADT de l'Hérault.



Figure 9: Organigramme de l'ADT de l'Hérault 2023<sup>79</sup>.

## La transition de l'Hérault vers le durable

Le Département de l'Hérault s'est engagé depuis quelques années dans la mise en œuvre de politiques en faveur du développement durable. Cette conscience d'un accompagnement différent de l'économie touristique a interrogé également le fonctionnement propre de l'ADT de l'Hérault ainsi que la mise en cohérence de ses actions avec les nouveaux objectifs du SDDTD 2022-2028. Dans cette optique, en 2022, Hérault Tourisme s'est essentiellement centré sur des actions visant à encourager la transition écologique durable du territoire, à renforcer son engagement RSE<sup>80</sup> en interne et à mettre en place les premières actions.

Dans la nouvelle organisation de l'ADT le pôle Ingénierie et Développement de Hérault Tourisme est devenu le pôle « Transition durable » qui a pour objectif d'accompagner et de conseiller les porteurs de projets et les professionnels dans leur stratégie de développement touristique, la transition durable, sociale /numérique de leur activité et de qualification de leur offre. Elle assure également un rôle de coordination des réseaux des Offices de Tourisme, des collectivités et des réseaux professionnels pour structurer les filières prioritaires que sont :

<sup>79</sup> Source : Hérault Tourisme

<sup>80</sup> Responsabilité sociale des entreprises

l'hébergement-restauration, l'œnotourisme, les loisirs de pleine nature, l'itinérance, le cyclotourisme, les grands sites et le tourisme pour tous.

Ci-dessous une liste (non exhaustive) d'actions principales réalisées par Hérault Tourisme en 2022, inscrites dans son rapport d'activités <sup>81</sup> :

- Sur le marketing : une forte campagne marketing a été déployée qui repose sur une production de contenus éditoriaux sous forme expérientielle et des reportages en mode multimédia diffusés sur le site web de Hérault Tourisme et sur les réseaux sociaux. Cette campagne a pour but de promouvoir principalement le patrimoine et la culture et mettre en lumière une offre touristique « hors saison » et « hors littoral », afin de mieux répartir et étaler dans le temps les flux dans le territoire héraultais, ainsi que l'outdoor<sup>82</sup> actif tel que les itinéraires/parcours randonnée.
- Sur l'offre touristique : L'ADT accompagne les socioprofessionnels du tourisme sur la qualification et vers la transition digitale et durable en travaillant en totale synergie avec tous les services du Département et des collectivités territoriales. En 2022 cette mission s'est recentrée principalement sur des actions visant à encourager la transition écologique des activités. Ainsi plusieurs outils d'accompagnement ont été mis en œuvre. Nous pouvons citer :
  - l'accompagnement du cabinet François consultants (FTC) pour échanger des expériences et des bonnes pratiques auprès de 20 professionnels,
  - la poursuite du déploiement et communication du Fond de Tourisme durable piloté par l'ADEME,
  - la participation au pilotage de la démarche expérimentale « Affichage environnementale » portée par le Département en partenariat avec l'ADEME et la Fédération d'hôtellerie de plein air sur 13 campings.
  - Concernant les labels, Hérault Tourisme a renouvelé les partenariats et mis à disposition des moyens humains, techniques et financiers pour continuer à communiquer, et à accompagner les professionnels du territoire vers l'engagement des labels Clef Verte, Qualité Tourisme Occitanie Sud de France, Accueil vélo, Tourisme & Handicap et Destination pour tous. Certains des labels mentionnés ci-dessus seront présentés plus en détail à la fin de la Partie II du mémoire.

---

<sup>81</sup> ADT de l'Hérault. Rapport d'activité 2022.

<sup>82</sup> Terme anglais « Outdoor » traduit en français comme « à l'extérieur ».

- Sur l'itinérance et le cyclotourisme : Hérault Tourisme valorise le « slow tourisme » en développant des itinéraires accessibles tels que la voie verte Passa País et des circuits pour les cyclistes. Nous pouvons également évoquer le déploiement du label Accueil vélo qui a eu une progression de 29% en 2022 par rapport à l'année précédente avec 215 structures labellisées. Par ailleurs, près de 500 itinéraires ont été digitalisés et leurs carnets de route valorisés sur le web et les applications spécialisées (rando, cyclo, VTT, trail, Routes de vins, circuits routiers, moto, accessibles).
- Sur l'offre accessible, la mission « Accessibilité, Tourisme-Handicap » de l'ADT consiste à sensibiliser et accompagner les professionnels et les territoires dans l'adoption et la promotion du tourisme inclusif, solidaire et accessible à tous. Hérault Tourisme est chargée du déploiement des marques nationales « Tourisme et Handicap » et « Destination pour tous ». En 2023, nous retrouvons 186 sites marqués Tourisme et Handicap ou distingués Hérault Destination accessible<sup>83</sup>.
- Sur la valorisation du patrimoine, Hérault Tourisme accompagne les gestionnaires des « Grand sites de France » à la bonne gestion et à la mise en valeur des offres touristiques, grâce au développement et la promotion des itinéraires doux, l'observation des flux et grâce la gestion de la fréquentation (3 sites sont actuellement labellisés et 3 en cours de labellisation). Pour favoriser la transition écologique et le slow tourisme entre les territoires à forte valeur patrimoniale, Hérault Tourisme, en partenariat avec Aude Tourisme et les trois Grandes sites labellisés, a piloté depuis 2019 et publié en 2023 le carnet de route « Escapade nature sans voiture » entre les trois « Grands sites de France » en projet de labellisation soit, Canal du Midi-Béziers, Cité de Minerve-Gorges de la Cesse et du Brian, Cité de Carcassonne. Cette dernière publication vient compléter les deux séjours « Escapades » réalisés entre les 3 grands sites du cœur de l'Hérault.

## Les indicateurs de durabilité suivis par l'Observatoire

L'année 2022 a été une première pour Hérault Tourisme dans le recensement et dans la communication des actions et des démarches d'engagement des professionnels du département en matière de durabilité.

---

<sup>83</sup> Cette distinction créée par Hérault Tourisme comprend les sites et établissements accessibles aux personnes à mobilité réduite, non labellisées.

Comme expliqué par la Coordinatrice du pôle Observation<sup>84</sup>, **la réflexion sur les indicateurs du tourisme durable a été menée par la direction de Hérault tourisme en 2022 avec l'idée de mettre la notion du durable au cœur de l'action et avec des indicateurs spécifiques.** Pour mémoire, l'année 2020 a été focalisée sur la mesure de l'impact du COVID sur l'activité touristique. La relance du secteur en 2021 a permis de concrétiser le besoin de mesurer la durabilité de l'activité touristique en plus des indicateurs généraux.

Aujourd'hui, **Hérault Tourisme suit entre 30 et 40 indicateurs de l'offre durable en plus des indicateurs classiques** (fréquentation, recettes, flux...). Ci-dessous les chiffres clé issus des indicateurs clé du Tourisme durable, publiés par l'Observatoire d'Hérault Tourisme dans l'édition 2022<sup>85</sup>.

Sources : Hérault Tourisme / INSEE DSN 2018 / Atout France 2019 / Conseil départemental de l'Hérault / Aéroports / VNF

## POUR UN TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE

### DES SITES DE QUALITÉ, PRÉSERVÉS ET ACCESSIBLES

- 2 Grands Sites de France et 3 Opérations Grand Site
- 1 Parc Naturel Régional
- 63 domaines départementaux et espaces naturels ouverts au public
- 19 sites naturels acquis par le Conservatoire du Littoral
- 53 plages et ports labellisés « Pavillon bleu »
- 5 stations vertes
- 3 territoires labellisés « Destination pour tous »
- 99 équipements et 4 plages accessibles et labellisés « Tourisme Handicap »

### UNE OFFRE DE MOBILITÉS DOUCES ET ALTERNATIVES

- 22 gares ferroviaires qui accueillent 8 millions de voyageurs
- 180 itinéraires, 3 200 kms de sentiers de randonnée balisés, 22 œnorandos
- 514 kms de réseau vert
- 6 itinéraires cyclables nationaux qui représentent 1 000 kms, 29 boucles cyclotouristiques et 158 boucles VTT
- 200 kms de voies vertes
- 2 voies navigables, dont le Canal du Midi, inscrit au patrimoine mondial de L'UNESCO
- 190 sites équipés de bornes de recharge pour véhicules électriques

### DES PROFESSIONNELS ENGAGÉS

- 42 établissements labellisés Clef Verte et 1 hébergement bénéficiant de l'Ecolabel Européen
- 30 hôtels et 13 campings ayant opté pour l'affichage environnemental
- 40 écogites
- 6 Offices de Tourisme engagés dans une démarche RSE (Responsabilité sociétale des entreprises)
- 180 professionnels labellisés « Accueil Vélo »
- 93 prestataires de loisirs ayant mis en place des actions concrètes de développement durable
- 40 professionnels accompagnés dans le cadre du Fond Tourisme Durable

Source : Hérault Tourisme 2021

Figure 10: Chiffres clé du Tourisme responsable dans l'Hérault en 2021. Source : ADT de l'Hérault

Pour arriver à obtenir ces chiffres un gros travail a été effectué par l'Observatoire en collaboration de toute l'équipe d'Hérault Tourisme. La méthodologie utilisée a été détaillée par la responsable de l'Observatoire de l'ADT de l'Hérault lors de l'entretien que nous avons fait le 15 juin<sup>86</sup>, dont voici une synthèse ci-dessous.

<sup>84</sup> Cf. CR de l'entretien en Annexe 5

<sup>85</sup> ADT de l'Hérault. Chiffres clés Tourisme et loisirs en Hérault 2022 [En ligne]. pp.88.

<sup>86</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 5

**Pour choisir les indicateurs, l'Observatoire est parti du postulat qu'ils doivent être faciles d'accès, comparables avec d'autres territoires et inscrits dans le temps.** Premièrement un recensement exhaustif a été effectué de toutes les sources possibles : le Département, le conservatoire du littoral, les associations et auprès des organismes gestionnaires des labels. Un sondage a été effectué parallèlement dans les données départementales sur les sites protégés et des espaces naturels sensibles au-delà des PNR et sur l'observatoire du littoral.

Une fois ce repérage de sources effectué, l'étape suivante a été de vérifier la disponibilité des données. Pour cela, l'Observatoire s'est appuyé du stagiaire de M2 TDDT de l'année dernière qui a aidé à construire un tableau de synthèse des indicateurs du tourisme responsable en Hérault avec les sources des données dûment structurées sur quatre volets : environnemental, social, mobilités et offres durables<sup>87</sup>. Ce tableau de bord continue à être actualisé annuellement par l'Observatoire d'Hérault Tourisme.

**C'est grâce à cette première démarche que l'ensemble de labels, marques et démarches environnementales présents dans le territoire ont été recensés en priorité en tant qu'indicateurs de durabilité de l'Hérault.** Toutefois, un choix a dû être effectué par la Direction du pôle transition Durable d'Hérault Tourisme, pour arriver à garder uniquement les plus significatifs en nombre de structures/professionnels et provenant des sources fiables. Concernant l'offre des professionnels, ont été retenus les labels : Clef Verte, éco gîtes, Bienvenus à la ferme, Valeurs Parc, Accueil vélo, Tourisme & Handicap.

Le rapport de synthèse de l'exercice de recensement et de sélection des pratiques durables dans l'Hérault établi par le stagiaire en Master 2 à Hérault Tourisme en 2022, figure en Annexe<sup>88</sup>.

Au regard des chiffres clé du Tourisme responsable en 2021 et du contenu de la liste d'indicateurs du tourisme responsable suivis par l'Observatoire de l'Hérault, **on remarque que les labels et les marques occupent une place prépondérante. Toutefois, sont-ils efficaces, utiles et pérennes ?** Nous allons étudier la question au travers de l'analyse de 3

---

<sup>87</sup> Offre durable : cette classification proposée par Hérault Tourisme comprend les offres et professionnels engagés dans la transition et qui ne sont pas labellisés pour rendre les chiffres du tourisme durable le plus représentatifs possibles de l'engagement. Cela concerne les établissements (hôtels et campings) qui ont opté pour l'affichage environnemental, les pro accompagnés dans le cadre du Fond de Tourisme durable...A noter que les données obtenues ne relèvent que du déclaratif des professionnels, c.a.d. les critères de choix sont divers et non vérifiés par un organisme ou par une institution.

<sup>88</sup> Cf. Rapport de synthèse des démarches durables en Hérault en annexe 6



labels soutenus et portés par le Département de l'Hérault : Clef verte, Accueil vélo, Tourisme handicap.

## 6.4 Présentation de 3 labels soutenus et portés par le Département de l'Hérault

L'Axe 1 - Action 2 du Schéma Départemental pour un Tourisme Durable et responsable 2022-2028 de l'Hérault propose d'accompagner la transition écologique et énergétique des acteurs professionnels. L'objectif visé par cette action est de réduire l'impact environnemental des activités touristiques en amenant le plus grand nombre de professionnels vers des démarches de gestion écoresponsable et ou de développement durable : labels, certification, engagement RSE...

Le rôle d'Hérault Tourisme est de sensibiliser, d'informer/former et d'accompagner les professionnels dans ces démarches en lien avec les partenaires territoriaux (OT, l'ADEME, le CRT...).

Pour mettre en œuvre cet accompagnement, Hérault Tourisme s'appuie, entre autres, des organismes et des associations porteuses des labels ou démarches de certification reconnus au plan national et international, dont principalement :

- Le label Clef Verte, pour la gestion éco responsable (filiale hébergeurs et restaurants uniquement)
- Le label Accueil Vélo, pour développer les mobilités douces (label multi filières)
- La marque Tourisme & Handicap, pour favoriser l'accessibilité et l'intégration social (label multi filières)

Pour présenter ces labels et marques nous allons aborder les points qui nous semblent les plus importants au regard de l'objectif fixé et selon les données dont nous disposons, soit :

- Quel est le public concerné ?
- Quels sont les acteurs impliqués ?
- Quels sont les critères à respecter ?
- Quelles sont les étapes à suivre pour adhérer et/ou pour renouveler ?
- Quelle est la durée et le coût d'adhésion/ renouvellement ?

- Quel est l'accompagnement proposé par le Département de l'Hérault et/ou autres partenaires aux professionnels qui souhaitent être labellisés ?
- Quels sont les moyens humains, techniques déployés par l'Hérault ?
- En quoi la démarche participe au développement durable et aux objectifs visés par le SDDTD 2022-2024 ?
- Quelles sont les actions envisagées à mener par Hérault Tourisme pour améliorer la démarche ?
- Quels sont les indicateurs liés à ces démarches suivis par Hérault Tourisme ?

### Le label Clef Verte



Le label Clef Verte (Green Key) créé en 1994 au Danemark, est le premier label international de tourisme durable pour les hébergements et pour les restaurants<sup>89</sup>. Il offre une garantie de qualité et d'éco-responsabilité pour les établissements engagés en les aidant à intégrer une démarche environnementale performante dans leurs pratiques quotidiennes. En plus, il permet de valoriser les efforts des professionnels engagés dans cette démarche d'amélioration continue et de fédérer ses équipes autour d'un objectif qui a du sens.

#### ❖ **Les professionnels concernés :**

Le label Clef Verte est adressé aux professionnels gestionnaires de tout type d'hébergement touristique : hôtel, chambre d'hôtes, gîtes, villages de vacances, résidences touristiques, et campings, ainsi qu'aux établissements de restauration classique.

#### ❖ **Les acteurs impliqués :**

Green key s'appuie sur des organismes et des associations de chaque pays pour la bonne gestion et le développement du label. En France, le label Clef Verte est déployé par le réseau FEE (Fondation pour l'Education à l'Environnement) et piloté par l'association TERAGIR aidé par les acteurs institutionnels du tourisme dans les territoires (ADT, CRT...), en charge du déploiement de la démarche de labellisation et de l'accompagnement des professionnels à l'échelle nationale.

---

<sup>89</sup> Le label Clef Verte. Présentation de l'écolabel Clef Verte [en ligne].

D'autres groupes d'experts de l'environnement et du tourisme collaborent dans le processus d'amélioration et/ou l'attribution du label tels que : Atout France, le Ministère de l'Economie et des Finances, la FNHPA, l'ATD, ADN Tourisme...

Des conventions de partenariat ont été également signées avec certaines chaînes et des professionnels engagés tels que : Best western, Groupe Radisson, Accor hôtels, Appart'city. A compter de 2023, ce sont les auditeurs des CCI qui réalisent les audits sur terrain, après avoir été formés par TERAGIR.

#### ❖ **Les prérequis :**

Ceux qui souhaitent adhérer au label doivent être reconnus et enregistrés en tant que professionnels qui exercent l'activité touristique.

#### ❖ **Les critères à respecter :**

Les grilles qui contiennent une centaine de critères sont établies et revues tous les 4 ans. Elles sont adaptées aux différents types d'établissements autour de 7 grandes thématiques (politique environnementale, gestion des ressources et des énergies, gestion des déchets, sensibilisation des clients, achats responsables et cadre de vie).

Pour devenir lauréat du label Clef Verte, les établissements candidats doivent répondre à une soixantaine de critères impératifs qui constituent le socle de qualité du label. Les critères conseillés représentent les axes de progrès et facilitent l'adoption de nouvelles actions durables.

#### ❖ **Le processus de labellisation :**

Pour candidater au label Clef Verte, le professionnel doit :

- créer un compte sur le site web de Clef Verte à tout moment de l'année.
- faire un autodiagnostic en répondant au questionnaire en ligne.
- Remplir l'ensemble des onglets du dossier et joindre les pièces justificatives demandées
- Envoyer le dossier en ligne selon les dates du calendrier de la procédure. La campagne du label est ouverte à compter du mi-janvier chaque année. Clôture de réception des dossiers le 15 avril.

Les candidats sont ensuite soumis à un processus d'évaluation rigoureux qui inclut un audit sur site et le passage de chaque dossier en jury qui se réunit une fois par an en octobre/novembre, permettant ainsi de garantir la conformité aux critères exigés.

❖ **La durée, le coût et le renouvellement du label :**

Si le dossier du professionnel réunit tous les critères, il devient lauréat du label pour un an, après paiement des frais. L'établissement est soumis à des frais de participation annuels et à des frais d'audit les années concernées (année N, N+1...puis tous les 3 ans) pour pouvoir obtenir et pour renouveler le label Clef Verte. Les coûts varient en fonction de la typologie et de la taille de votre établissement.

Pour demander le renouvellement du label, il suffit de mettre à jour chaque année le dossier créé sur le site Clef Verte lors de la demande d'adhésion. Le dossier doit être complété et validé en ligne en respectant le calendrier de candidature.

❖ **La stratégie de l'ADT de l'Hérault pour le déploiement du label**

Le label Clef Verte étant le plus accessible et le plus attractif pour les professionnels, Hérault Tourisme a mis en place depuis plusieurs années un partenariat avec l'association TERAGIR. L'objectif de ce partenariat est de favoriser le déploiement du label dans l'Hérault via, d'une part une présence et un soutien renforcé de Clef Verte et d'autre part, une implication d'Hérault Tourisme dans la mobilisation des professionnels et leur accompagnement.

❖ **Les indicateurs de performance suivi par Hérault Tourisme :**

- **Le nombre total de structures/professionnels labellisés Clef Verte dans le territoire.** En 2023 un total de 53 établissements sont lauréats du label Clef Verte dans le département de l'Hérault ce qui le place troisième département en nombre de labellisés et en tête en nombre de nouveaux labellisés au niveau national et régional.

Tableau 5: Synthèse de la stratégie de l'Hérault en faveur du déploiement du label Clef Verte<sup>90</sup>

Moyens humains et techniques déployés	Aide financière	Objectif SDDTD 2022-2028	Actions menées/à mener
Convention de partenariat annuelle avec TERAGIR + Un stagiaire à plein temps durant 6 mois chaque année.	Depuis 2021 aide financière du Département sur la prise en charge de 50% des frais d'audit l'année d'adhésion et N+1.	Axe A - Action 2 : Accompagner la transition écologique et énergétique des acteurs professionnels et qualifier l'offre.  Objectif : 150 établissements labellisés au minimum soit, 15 à 20 nouveaux labellisés par an  Optimal : 25 à 30 / par an	Dans le cadre de la nouvelle organisation, mise en place d'un accompagnement annualisé par un service dédié à l'accompagnement des professionnels. + Proposition d'une aide financière renforcée pour la prise en charge de 100% des frais d'audit N et N+1 par le Département (échanges en cours)

## Le label Accueil Vélo



Le label Accueil Vélo est une marque nationale française impulsée par l'Etat créée en 2011 par l'association France Vélo Tourisme en partenariat avec le Comité régional du tourisme Centre - Val de Loire.

Ce label vise à promouvoir les mobilités douces en France et à inciter les professionnels du tourisme à s'adapter aux besoins de ce type de public.

Le label Accueil Vélo, est donc un outil de distinction et de valorisation pour montrer l'engagement des professionnels et pour garantir un accueil de qualité et des services adaptés pour les touristes à vélo le long des itinéraires cyclables.

Les établissements qui obtiennent le label Accueil Vélo peuvent utiliser le logo du label pour rendre visible et promouvoir leur établissement auprès des cyclistes via l'annuaire en ligne créé afin d'aider les cyclistes à identifier les établissements qui sont adaptés à leurs besoins<sup>91</sup>.

<sup>90</sup> Source : Hérault Tourisme

<sup>91</sup> Les services Accueil Vélo - France Vélo Tourisme [En ligne]. Disponible sur : <https://www.francevelotourisme.com/accueil-velo>

### ❖ **Les professionnels concernés :**

Le label Accueil vélo s'adresse aux professionnels gestionnaires des établissements de tourisme : hébergeurs, restaurateurs, loueurs/réparateurs de vélo, OT et sites touristiques.

### ❖ **Les acteurs impliqués :**

L'association France Vélo Tourisme porte la diffusion de la marque Accueil Vélo sur l'ensemble du territoire national, elle est chargée d'établir et d'actualiser les grilles de critères et le règlement d'usage. Les institutionnels du tourisme (ADT, OT...) peuvent devenir "référents qualité" pour déployer la marque dans leur territoire, après d'avoir suivi une formation.

### ❖ **Les prérequis :**

Pour accéder au label, les professionnels doivent répondre aux conditions d'entrée suivantes :

- Être situé à moins de 5 Km d'un itinéraire cyclable balisé et sécurisé.
- Pour les loueurs de vélo, disposer d'un parc de 20 vélos minimum
- Pour les réparateurs de vélo, être titulaire d'un certificat de qualification professionnelle
- Pour les hébergeurs, être classé lorsqu'il existe un classement (labellisé pour les autres types d'hébergement : chambres d'hôtes...)
- Pour les sites touristiques, proposer un accueil physique et être ouvert au minimum 45 jours/an (aux mois de juillet et août)

### ❖ **Les critères à respecter :**

Pour obtenir le label Accueil Vélo, les établissements doivent répondre à certains critères obligatoires selon la grille pour chaque catégorie de prestataire, notamment :

- Offrir un espace de stockage sécurisé pour les vélos et leurs bagages.
- Proposer l'information adaptée aux cyclistes, tels que des cartes de vélo routes et des informations sur les itinéraires cyclables locaux.
- Mettre à disposition des outils de réparation pour les vélos et des informations sur les associations ou établissements qui proposent la réparation.
- Offrir des services et des équipements pour le confort des cyclistes, tels que : la possibilité de laver ou de faire laver leurs tenues sportives, des prises électriques pour

recharger les batteries des vélos à assistance électrique et/ou les systèmes numériques de navigation. En plus de mettre à disposition des consignes ou d'un espace sécurisé/surveillé pour déposer leurs bagages durant le temps de visite ou de séjour

❖ **Le processus de labellisation :**

Pour adhérer au label, le professionnel doit adresser sa demande écrite par courrier postal ou par mail à son référent qualité territoriale, qui sera chargé d'instruire le dossier. Une visite de contrôle sur site est programmée pour vérifier le respect des critères. Les dossiers sont présentés en Commission d'attribution qui se réunit plusieurs fois par an.

❖ **La durée, le coût et le renouvellement du label :**

Si le dossier du professionnel réunit tous les critères, il se voit attribuer le label pour 3 ans après paiement des frais d'adhésion de 200 €/ 3 ans. Le label est renouvelable sur demande après une nouvelle visite de contrôle conforme, à l'exception des Offices de tourisme et des sites touristiques qui ne seront pas revisités et du paiement des frais correspondants.

❖ **La stratégie de l'ADT de l'Hérault pour le déploiement du label**

Le label Accueil vélo est déployé par l'ADT de l'Hérault depuis 2016 avec le réseau d'OT. L'institution valorise le « slow tourisme » en développant des itinéraires accessibles telles que la voie verte Passa País et des circuits pour les cyclistes. En 2022, elle a développé des services dédiés à l'itinérance et au vélotourisme avec notamment une production et une diffusion de fiches bonnes pratiques pour les professionnels indiquant : « vélo + train – mode d'emploi » ou encore « Aller à la plage à vélo ». Elle a également développé des services de transport de bagages, vélos et personnes dans l'arrière-pays héraultais.

Le tableau ci-dessous résume les moyens mis en œuvre, l'objectif visé et les actions menées et à mener par l'ADT pour continuer à impulser le label Accueil vélo dans son territoire.

Tableau 6: Synthèse de la stratégie de l'Hérault en faveur du déploiement du label Accueil vélo<sup>92</sup>

Moyens humains et techniques déployés	Aide financière	Objectif SDDTD 2022-2028	Actions menées/à mener
<p>1 référent Vélo tourisme qui anime le dispositif (commissions d'attribution AV, animation de réseau, webinaires...)</p> <p>+ 10% ETP complémentaire dans équipes</p> <p>accompagnement des pros pour la réalisation des visites relevant de l'ADT</p> <p>+ Partenariats avec les OT pour réalisation d'une partie des visites de contrôle</p>	<p>Dans l'Hérault pour impulser et amplifier le déploiement en accord avec les OT, le Département prend en charge les frais de 200€</p>	<p>Axe B - Action 4 : accélérer le développement des mobilités touristiques cyclables et l'intermodalité avec les transports communs.</p> <p>Objectif : atteindre les 300 pros labellisés soit, de 20 à 30 par an.</p>	<p>Poursuite des actions de sensibilisation /mobilisation des pros</p> <p>Elargissement/ animation des partenariats OT</p> <p>Animation du réseau des labellisés :</p> <p>Formations/ ateliers/séminaires (tendances clientèles, bonnes pratiques, nouveaux services...)</p>

❖ **Les indicateurs de performance suivi par Hérault Tourisme :**

- **Le nombre total de structures/professionnels labellisés Accueil vélo dans le territoire.** L'Hérault compte avec 230 labellisés en 2023.
- **Le pourcentage d'établissements labellisés par typologie.** En 2023, 50% des professionnels labellisés Accueil vélo sont des hébergeurs.

**La marque Tourisme & Handicap (T&H)**



La marque Tourisme et Handicap est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme qui s'engage dans une démarche de qualité ciblée sur l'accessibilité aux loisirs et aux vacances pour tous<sup>93</sup>.

L'objectif de cette marque est de garantir une autonomie pour les personnes ayant des besoins spécifiques (auditif, mental, moteur ou visuel) et donc de valoriser un tourisme pour tous. Cette marque nationale est une démarche volontaire qui permet aux établissements touristiques de se démarquer de la concurrence en offrant des services de qualité, adaptés à

<sup>92</sup> Source : Hérault Tourisme

<sup>93</sup> Tourisme & Handicap : le tourisme pour Tous | Tourisme & Handicap [En ligne].



une clientèle spécifique. Ainsi, les personnes en situation de handicap peuvent trouver facilement les établissements touristiques partout en France qui s'adaptent à leurs besoins (selon type et degré de handicap) à travers le site internet national Tourisme & Handicap<sup>94</sup>. De plus, elle contribue à lutter contre les discriminations et favorise l'inclusion des personnes en situation de handicap dans la société.

❖ **Les professionnels concernés :**

Tout professionnel du tourisme et prestataire de services touristiques qui souhaitent répondre aux attentes et aux besoins des touristes durant leur séjour. Soit, des hébergements, des restaurants, des lieux de visite, des activités de loisir, de culture ou des activités sportives ainsi que les offices de tourisme.

❖ **Les acteurs impliqués :**

La marque Tourisme & Handicap est gérée par le Ministère de l'Economie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique. Pour son déploiement sur l'ensemble du territoire français elle s'appuie localement sur les collectivités territoriales et départementales tels que les Comités départementaux du tourisme et les agences de développement touristique via le réseau ADN Tourisme. Pour la réalisation des visites d'évaluation des établissements d'autres est effectué par un binôme formé par un représentant du secteur touristique et par un représentant d'associations des personnes handicapés, préalablement formés et habilités.

❖ **Les prérequis :**

Les structures demandeuses de la marque doivent répondre à l'ensemble des exigences inscrites dans la Loi et de la réglementation d'accessibilité en vigueur.

❖ **Les critères à respecter :**

Un établissement touristique est labellisé à condition qu'il réponde aux différents critères exposés sur le cahier des charges établi par la marque selon le type d'établissement et qu'il soit soumis à un contrôle régulier par des évaluateurs. Pour pouvoir être marqué T&H, le gestionnaire de l'établissement doit respecter la totalité des critères réglementaires et à minima

---

<sup>94</sup> Idem

75% des critères de confort d'usage. Afin d'améliorer le cadre du tourisme accessible en France, l'attribution de la marque porte au minimum sur 2 pictogrammes.

#### ❖ **Le processus de labellisation :**

La candidature, le suivi et l'attribution de la marque T&H se fait 100% en ligne. Les prestataires intéressés doivent s'inscrire sur l'application de gestion des marques nationales du tourisme (AMTH) <sup>95</sup> pour déposer leur candidature. Pour connaître le niveau d'accessibilité de son établissement, le candidat peut remplir la fiche d'autoévaluation disponible gratuitement.

Puis, le professionnel est orienté vers l'organisme local de son territoire, chargé de la gestion de la marque, de proposer un accompagnement technique, de programmer la visite d'évaluation sur site et d'inscrire l'établissement sur le répertoire des structures labellisées, le cas échéant. Les dossiers de candidatures sont instruits par les partenaires locaux avant de passer en Commission Territoriale composée de différents acteurs (du tourisme, associatifs, institutionnels, service de l'Etat), qui statue sur l'attribution de la marque et les pictogrammes octroyés entre auditif, mental, moteur et visuel.

#### ❖ **La durée, le coût et le renouvellement du label :**

Le label Tourisme & Handicap est attribué pour une durée de 5 ans, renouvelables. La démarche de labellisation est entièrement gratuite toutefois, les travaux ou adaptations nécessaires pour répondre à l'ensemble de critères issus des remarques et recommandations formulées par l'évaluateur restent entièrement à la charge du demandeur.

#### ❖ **La stratégie de l'ADT de l'Hérault pour le déploiement du label T&H :**

Depuis 2010, l'ADT est référente et administratrice de l'association Tourisme et Handicap dans l'Hérault. Avec le changement d'organisation au sein de l'ADT, la mission Accessibilité Tourisme et Handicap, est devenue un pôle indépendant nommé « Tourisme pour tous » qui aborde désormais l'accessibilité des établissements et services touristiques et le tourisme social<sup>96</sup>, pour permettre d'agir en faveur d'un tourisme accessible, inclusif et solidaire pour tous les publics. L'intégration du volet social a pour but de faciliter l'accès aux vacances pour les

---

<sup>95</sup> Application des marques nationales de tourisme ; <https://marques-tourisme.entreprises.gouv.fr/>

<sup>96</sup> En France, le secteur du tourisme social et solidaire rassemble une grande diversité d'acteurs, qui agissent pour concilier départ en vacances pour tous, respect des territoires d'accueil. Avise.org. (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). Le secteur du tourisme social et solidaire en France [En ligne]

personnes n'ayant pas les moyens financiers ou étant isolés, grâce à la mise en place d'aides (familles, jeunes, seniors, femmes isolées).

Le tableau ci-dessous résume les moyens mis en œuvre, l'objectif visé et les actions menées et à mener par l'ADT pour continuer à impulser la marque T&H dans son territoire.

Tableau 7: Synthèse de la stratégie de l'Hérault en faveur du déploiement de la marque Tourisme et Handicap<sup>97</sup>

Moyens humains et techniques déployés	Aide financière	Objectif SDDTD 2022-2028	Actions menées/à mener
<p>Une responsable de Pôle à 60% ETP</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p>Une personne chargée à 100% de la démarche d'accompagnement et de labellisation, soit 60% ETP sur les visites d'évaluation. Le reste sur la production de contenus et d'animation.</p>	<p>La démarche et les frais de marquage sont gratuits pour les professionnels.</p> <p>Toutefois, le Département peut apporter une aide financière pour réaliser des travaux de conformité parfois coûteux afin de répondre aux critères de la marque.</p>	<p>Axe C - Action 11 : Agir en faveur d'un tourisme inclusif et accessible à tous les publics (social, handicap...).</p> <p>Objectif : atteindre les 200 structures marquées.</p>	<p>La mission principale est de rendre le maximum de sites et services touristiques accessibles dans l'Hérault.</p> <p>Réflexion en cours pour optimiser la méthode et mutualiser des moyens dans le cadre de partenariats avec les OT qui pourraient réaliser des visites moyennant encadrement et formation.</p>

❖ **Les indicateurs de performance suivi par Hérault Tourisme :**

- **Le nombre total de structures/professionnels porteurs de la marque T&H dans le territoire.** En 2023 un total de 106 établissements et structures touristiques sont porteurs de la marque T&H dans le département de l'Hérault.

La partie 2 a pu montrer que le département de l'Hérault s'inscrit dans les schémas présentés dans la partie 1 en présentant des indicateurs qui tournent autour des labels. Ainsi, l'Observatoire mis en place, grâce à une base de données fiable et accessible, permet de connaître label après label, le nombre de structures certifiées. Ces chiffres sont parlants et faciles à communiquer, mais les études s'arrêtent là et permettent difficilement avec ces seuls chiffres bruts de prendre des décisions éclairées. C'est pourquoi Dans la Partie 3, nous poursuivrons avec l'analyse de ces démarches de labellisation pour essayer de répondre aux questions suivantes :

<sup>97</sup> Source : Hérault Tourisme

- Quelles sont les clés de réussite ?
- Quels sont les principaux freins et difficultés rencontrés ?
- Quelles sont les opportunités ?
- Quelles sont les menaces ?
- Quelle est l'efficacité des indicateurs mis en place et suivis par l'Hérault ?

Ensuite, nous proposerons des outils et des indicateurs complémentaires qui pourraient être mis en place pour améliorer le suivi de ces démarches de labellisation en vue d'adapter la stratégie de développement du Département de l'Hérault vers une pratique du tourisme plus durable et responsable.

## **Partie III - Analyse, recommandations et ouverture**

### **7 Analyse de 3 labels comme indicateurs pour évaluer la durabilité du Tourisme dans l'Hérault**

Dans le cadre de mon stage à l'Hérault Tourisme j'ai été chargée principalement de la promotion et du suivi de la démarche de labellisation Clef Verte destinée aux hébergeurs et restaurateurs. Parallèlement, j'ai eu l'opportunité de m'informer/former sur les autres démarches de qualité portées par l'équipe des pôles Transition durable et Tourisme social : le label Accueil vélo et la marque Tourisme et Handicap.

Suite à la proposition des personnes référentes des labels, j'ai participé à la visite de contrôle du musée du jouet et des objets anciens à Bédarieux, candidat au label Accueil vélo et à la marque T&H, et également à la dernière Commission d'attribution du label Accueil vélo qui a eu lieu début juillet.

Grâce à cette participation, j'ai pu aborder les questions de réglementation et des critères des cahiers des charges, voir comment se déroulait l'observation et le contrôle de ces critères par les évaluateurs ainsi que les contraintes qui étaient imposées au prestataire pour être labellisé.

Ces expériences diverses m'ont doté des connaissances globales nécessaires pour découvrir le processus de labellisation de ces trois étiquettes connues du tourisme responsable en France, de relever leurs points forts mais aussi de constater certains dysfonctionnements et

axes d'amélioration. Ces informations ont été analysées en appliquant la méthode S.W.O.T ou A.F.O.M. en français<sup>98</sup> et sont résumées et commentées dans cette partie.

## 7.1 Le label Clef Verte, pour la gestion éco responsable

Tableau 8: Analyse A.F.O.M. du label Clef Verte

<u>ATOUTS/FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
<p>1. <b>Notoriété internationale</b> : label présent dans 5 continents et 60 pays.</p> <p>2. <b>Démarche bien ancrée en France, label connu par un grand nombre de professionnels (1077 lauréats en 2023).</b></p> <p>3. Premier label de tourisme durable adapté pour toutes les typologies d'hébergements et pour les restaurants.</p> <p>4. <b>Processus de vérification moins lourd et à un coût moindre</b></p> <p>5. <b>Anticipation des évolutions réglementaires.</b> Accent donné sur les critères de gestion de l'eau, des énergies et des déchets.</p> <p>6. Outils simples et conseils pratiques proposés qui permettent de <b>progresser en autonomie.</b></p>	<p>1. Les critères liés aux émissions des GES et adaptation au changement climatiques restent conseillés et réduits.</p> <p>2. La prise en compte des aspects socio-économiques et du patrimoine du territoire est limitée</p> <p>3. <b>Démarche lourde à mettre en place pour les structures de petite taille</b> (chambres d'hôtes, meublés, gîtes, restaurants...)</p> <p>4. <b>Calendrier de labellisation trop restreint et long</b></p> <p>5. <b>Démarche de renouvellement du label lourde</b> à effectuer annuellement en suivant la même procédure d'adhésion</p> <p>6. Promotion et mise en valeur modérées des établissements labellisés.</p> <p>7. TERAGIR gère la base de données des professionnels à échelle nationale et macro.</p>
<u>OPPORTUNITES</u>	<u>MENACES</u>
<p>1. <b>L'offre hébergement est la plus représentative en nombre d'établissements dans l'Hérault</b></p> <p>2. Label reconnu par l'ADEME et retenu par le Groupe de travail d'ADN Tourisme en tant qu'indicateur du tourisme responsable</p> <p>3. <b>L'épidémie de la COVID-19 a accéléré la prise de conscience des voyageurs sur les aspects de DD</b> durant leurs vacances.</p> <p>4. Aide financière proposée par l'ADEME pour financer certains travaux d'amélioration énergétique et d'autres postes via le FTD.</p> <p>5. <b>Soutien financier du Département de l'Hérault</b> prenant en charge une partie des frais d'audit du label pour motiver les professionnels héraultais à s'engager.</p> <p>6. <b>L'organisation des JO en France en 2024 impulsera les professionnels à rejoindre les labels écoresponsables</b> pour répondre aux exigences de la clientèle étrangère</p>	<p>1. <b>Perte régulière de lauréats.</b></p> <p>2. <b>Désintérêt des professionnels d'engager des travaux parfois coûteux vs. bénéfice financier moindre</b></p> <p>2. Nombre réduit de restaurants lauréats après 3 ans de création de la gille dédiée (17 lauréats au total en 2023 en France).</p> <p>3. <b>Concurrence d'autres labels</b> (Ecolabel, écogîtes, écotable...)</p> <p>4. <b>Crise financière mondiale</b></p> <p>5. Endurcissement de la réglementation qui oblige aux professionnels à faire des choix des dépenses et d'investissements selon les priorités.</p>



Le label Clef Verte est bien accepté en France par les institutions nationales et les professionnels, principalement grâce à sa notoriété internationale qui lui permet de toucher et être reconnu par la majorité des clients.

Les informations sur le label et sur les critères exigés sont faciles d'accès grâce à la plateforme et à l'accompagnement proposé par TERAGIR et par les organismes territoriaux partenaires.

<sup>98</sup> L'outil S.W.O.T. ou AFOM en français est un outil d'analyse stratégique. Il combine l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur, etc. avec celle des opportunités et des menaces de son environnement, afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement. Source : <https://fr.wikipedia.org/>

De plus, le coût de labellisation est relativement moins élevé par rapport à d'autres labels et certifications adressés aux filières de l'hébergement et de la restauration<sup>99</sup>.

Toutefois, la démarche administrative à suivre pour l'adhésion et pour le renouvellement du label s'avère peu flexible, longue et lourde pour certains professionnels. Notamment pour ceux qui démarrent tout juste dans l'intégration de l'approche durable dans leur activité et/ou qui ne comptent pas avec les moyens humains et/ou financiers suffisants pour le faire. C'est notamment le cas des établissements de taille modeste, gérés directement par leurs propriétaires (gîtes, chambres d'hôtes...).

Bien que le contexte mondial soit favorable à la prise de conscience écologique et à l'adoption des démarches et pratiques éco responsables, pour certains professionnels cela ne représente malheureusement pas un argument assez convaincant car cela ne ramène pas plus de clientèle. Pour d'autres, le facteur économique reste un des freins majeurs qui les décourage à franchir le pas vers le label Clef Verte ou qui les oblige à l'abandonner plus tard.

En termes de gestion, bien que l'association TERAGIR s'appuie sur les acteurs des institutions territoriales pour déployer le label Clef Verte et pour favoriser l'accompagnement de proximité des professionnels de chaque territoire, la gestion des dossiers et le suivi de la progression des professionnels lui appartiennent entièrement. Ce monopole limite ainsi la marge de manœuvre locale pour apporter des réponses adaptées et rapides aux professionnels.

Enfin, la multiplicité des labels proposés pour les hébergements fait que le label Clef Verte se perd dans la masse et l'intérêt des professionnels pour le label diminue dans le temps.

Il nous paraît opportun de signaler que pour arriver à certains de ces constats, en complément de notre expérience sur le terrain, nous avons effectué une analyse comparative des principaux labels présents en France adressés aux hébergeurs (Clef Verte, Ecolabel, gîte panda, écogites, hôtels au naturel et Greenglobe) et aux restaurateurs (écotable, green food et Clef Verte). Le résultat de ces comparaisons a été présenté à la Direction du pôle Transition Durable de l'ADT de l'Hérault sous la forme de tableaux. Ces derniers sont consultables en Annexe<sup>100</sup>.

---

<sup>99</sup> Il convient de rappeler que le label Clef Verte a été créé initialement pour les hébergements et puis adapté il y a peine 3 ans pour les restaurants. Or, les restaurateurs restent encore peu nombreux à s'engager.

<sup>100</sup> Cf. aux tableaux comparatifs de labels d'hébergements et restaurants touristiques en annexe 7 et 8

## 7.2 Le label Accueil vélo, pour développer les mobilités douces

Tableau 9: Analyse A.F.O.M. du label Accueil vélo

ATOUTS/FORCES	FAIBLESSES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contribue à la réduction des émissions de GES, à l'origine du réchauffement climatique.</li> <li>2. Label orienté à un type de produit touristique bien précis et clairement identifié par les touristes cyclistes.</li> <li>3. <b>Label bien adopté par les professionnels:</b> demande en croissance et fidélisation.</li> <li>3. <b>Label facile à obtenir. Investissement faible</b></li> <li>4. La durée du label de 3 ans. <b>Renouvellement facile à demander.</b></li> <li>5. Bonne évolution du label aux attentes du public (intégration progressive des VTT, des sites touristiques)</li> <li>6. Contribue à la réduction de conflits liés à la circulation et au stationnement des VL motorisés</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Démarche d'actualisation des grilles des critères par la Commission Nationale, longue et lente (durée moyenne de 2 ans)</li> <li>2. <b>Suivi de la procédure de labellisation et de renouvellement fait manuellement par les organismes accrédités.</b></li> <li>3. Promotion et mise en valeur faible des établissements labellisés.</li> <li>4. La proposition de consignes à bagage n'est pas obligatoire pour obtenir le label pourtant indispensable à l'usage pour les touristes itinérants qui visitent les sites touristiques.</li> <li>5. <b>Les établissements doivent se situer à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable balisé.</b></li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Seul label en France ciblé à la clientèle à vélo.</b></li> <li>2. <b>Label retenu par le Groupe de travail d'ADN Tourisme en tant qu'indicateur du tourisme responsable en France</b></li> <li>3. L'épidémie liée à la COVID-19 a accéléré la prise de conscience des voyageurs sur les aspects de DD et à favoriser le vélo comme moyen déplacement.</li> <li>4. Aides financières proposées par l'ADEME pour financer certains travaux et postes exigés par obtenir le label.</li> <li>5. <b>Prise en charge à 100% des frais du label par le Département de l'Hérault</b> pour les professionnels qui souhaitent candidater.</li> <li>6. <b>L'offre oeoneovélo initiée et déployée par l'ADT de l'Hérault va a favoriser la demande du label</b> par les professionnels situés à proximité des sites viticoles concernés.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>MENACES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Le label exige que les hébergements soient classés ou labellisés</b> → risque de réduire le Nb de demandeurs à terme.</li> <li>2. <b>Le professionnel lauréat du label n'est pas visible sur la plateforme France vélo Tourisme que s'il appartient à une fédération</b> qui paie les frais demandés par le comité d'itinéraire, ce qui peut décourager certains.</li> <li>3. <b>Lenteur dans le déploiement des voies cyclistes et du transport</b> équipés pour transporter des vélos.</li> <li>4. <b>Manque de moyens humains pour répondre à une hausse de demande de candidats</b> au label et pour effectuer les visites de contrôle.</li> </ol>



D'après les chiffres publiés par l'ADEME, 5% des émissions mondiales de CO2 en 2016 sont dues à l'activité touristique. En France, plus des trois quarts de ces émissions (77%) sont générés en 2023 par le transport, dont 68% de transports aller-retour pour se rendre sur le lieu de séjour<sup>101</sup>.

L'impulsion provoquée par le gouvernement en faveur des moyens de transports décarbonés (dont notamment le vélo pour les déplacements courts ou pour des voyages itinérants) représente un levier d'action important en faveur de l'environnement en réduisant les émissions de GES et les problèmes liés à la circulation des véhicules motorisés.

La France est la 2<sup>ème</sup> destination mondiale du tourisme à vélo. C'est le pays le plus programmé par les tour-opérateurs spécialisés. Elle reçoit 1/3 des touristes itinérants en Europe<sup>102</sup>

<sup>101</sup> ADEME Presse. Le tourisme durable en France : un levier de relance écologique. [En ligne].

<sup>102</sup> ADT 34 - Hérault Tourisme Pro [En ligne].

Le label Accueil vélo, créé initialement pour une clientèle touristique itinérante, s'est étendu pour toucher un maximum de professionnels et touristes qui font le choix de se déplacer à vélo durant leurs déplacements. Aujourd'hui ce label, unique en France, est clairement reconnu tant par les touristes que par les professionnels. D'après le témoignage de Mme. Fonteneau, coordinatrice du pôle mobilités décarbonées à l'ADT de l'Hérault, *"la clientèle cycliste est bien appréciée par les professionnels et notamment par les hébergeurs, qui la considèrent comme calme, apaisée, présente toute l'année et avec un fort pouvoir d'achat"*.

La démarche pour adhérer et renouveler le label est très simple, le prix est très abordable et les critères sont faciles à atteindre à moindre investissement. Le Département de l'Hérault soutient le label Accueil Vélo de manière très active et de longue date, car le déplacement à vélo participe à résoudre certains problèmes et enjeux importants sur son territoire, tels que nous l'avons mentionné auparavant : des offres éloignées les unes des autres, une offre de transport insuffisante hors littoral et hors des grandes villes...

Par ailleurs, la promotion du vélo comme moyen de déplacement vient compléter les différentes offres touristiques proposées par Hérault Tourisme telles que les activités de pleine nature ainsi que l'oenovélo (secteur en plein essor)<sup>103</sup>.

Toutefois, malgré la grosse demande du label accueil vélo par les professionnels et les touristes cyclistes, il risque de devenir victime de son succès à court et à moyen terme, notamment à cause de :

- la lenteur administrative de la Commission nationale qui gère le label.
- la charge de travail des organismes gestionnaires locaux qui n'ont pas les moyens humains et matériels suffisants pour traiter un nombre aussi important de demandes et de renouvellements du label sur le territoire.
- L'avancement ralenti dans la création des voies douces adaptées pour la pratique du vélo, même si cette compétence est attribuée au Département et que cela fait partie des objectifs de son "Plan Hérault vélo 2019-2024"<sup>104</sup>. Pour mémoire, les établissements qui souhaitent obtenir le label doivent se situer à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable balisé et sécurisé.

---


<sup>103</sup> Ce concept novateur est une déclinaison de l'oenotour, valorisant le vignoble, les domaines viticoles ou les caves coopératives qui souhaitent réserver un accueil privilégié aux touristes cyclistes effectuant tous les types de pratiques (sportif, découverte ou plaisir).

<sup>104</sup> Adopté en 2019 le plan Hérault Vélo vise à poursuivre les actions pour développer et équiper les itinéraires cyclables, sensibiliser les Héraultais, les aider financièrement. Les services Accueil Vélo - France Vélo Tourisme [En ligne].



## 7.3 La marque Tourisme & Handicap, pour favoriser l'intégration sociale

Tableau 10: Analyse A.F.O.M. de la marque Tourisme et handicap :

<u>ATOUS/FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seule marque de l'Etat en France qui aborde la démarche de qualité du tourisme ciblée sur l'accessibilité des personnes en situation d'handicap en toute autonomie.</li> <li>2. Marque adressée à tous les établissements et professionnels du tourisme</li> <li>3. Les critères à respecter vont au-delà du strict minimum réglementaire, gage de confort pour la clientèle.</li> <li>4. Marque T&amp;H garante de l'accessibilité et des services proposés par l'ensemble des établissements marqués.</li> <li>2. Frais administratifs et d'accompagnement pour obtenir la marque, entièrement gratuits</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Difficulté d'atteindre la marque car souvent la réglementation handicapée n'est pas respectée par les professionnels par méconnaissance et/ou par manque de clarté.</li> <li>2. Manque de sensibilisation et de formation des professionnels pour garantir un accueil adapté des personnes handicapés.</li> <li>3. Faible évolution de la marque</li> <li>4. Promotion et mise en valeur modérées des établissements labellisés.</li> <li>5. Retard dans la mise à jour de la base de données gérée par l'Association T&amp;H.</li> </ol>	
<p style="text-align: center;"><b>Analyse A.F.O.M.</b></p> 	<th data-bbox="1023 862 1412 904"><u>MENACES</u></th>	<u>MENACES</u>
<th data-bbox="244 904 839 947"><u>OPPORTUNITES</u></th> <td data-bbox="839 904 1420 1299"> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Désintérêt des professionnels d'engager des travaux parfois coûteux vs. bénéfice financier moindre.</li> <li>2. Blocage psychologique de certains professionnels au regard de l'handicap.</li> <li>3. Méconnaissance des besoins spécifiques à chaque handicap</li> <li>4. Lenteur dans la déploiement des infrastructures (trottoirs, voies) et du transport, adaptés pour les personnes handicapés.</li> <li>5. Perte de la marque à cause de la pandémie de la COVID-19 et de l'endurcissement de la réglementation qui oblige aux professionnels à faire des choix selon leurs priorités.</li> <li>6. Crise financière mondiale à l'origine de la fermeture de certains établissements.</li> </ol> </td>	<u>OPPORTUNITES</u>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Désintérêt des professionnels d'engager des travaux parfois coûteux vs. bénéfice financier moindre.</li> <li>2. Blocage psychologique de certains professionnels au regard de l'handicap.</li> <li>3. Méconnaissance des besoins spécifiques à chaque handicap</li> <li>4. Lenteur dans la déploiement des infrastructures (trottoirs, voies) et du transport, adaptés pour les personnes handicapés.</li> <li>5. Perte de la marque à cause de la pandémie de la COVID-19 et de l'endurcissement de la réglementation qui oblige aux professionnels à faire des choix selon leurs priorités.</li> <li>6. Crise financière mondiale à l'origine de la fermeture de certains établissements.</li> </ol>

Selon le label Agir pour un tourisme responsable, "le secteur du tourisme social et solidaire rassemble plus de 1 600 établissements en 2018, accueillant 5,3 millions de vacanciers pour 19,3 millions de nuitées. Parmi ces 1 600 établissements, 106 établissements sont labellisés Tourisme et Handicap soit 6,4 % du parc". Or, « 12 millions c'est le nombre estimé de personnes touchées par le handicap en France »<sup>105</sup>.

Le pôle « Tourisme pour tous » dans l'Agence de développement touristique de l'Hérault a pour rôle d'œuvrer pour un tourisme inclusif. Sa mission principale est de rendre le maximum de sites touristiques, de restaurants et d'hébergement dans le Département de l'Hérault accessibles à tous.

<sup>105</sup> Avise.org. (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). Le secteur du tourisme social et solidaire en France [En ligne].

Or, ce service est composé à ce jour de seulement deux personnes (une coordinatrice et une évaluatrice). Ce qui représente une grande responsabilité et une énorme masse de travail à mener avec très peu de ressources humaines et financières.

En outre, la réglementation handicap qui n'arrête pas d'évoluer pour s'adapter aux réels besoins des personnes avec handicap n'est pas assez compréhensible et claire pour des professionnels qui ne connaissent rien ou très peu du secteur de la construction. De plus, le public des seniors et des familles étant également concernées par le besoin d'accessibilité, la réflexion sur leur prise en compte de leurs besoins n'est pas non plus systématique et prise en compte suffisamment en amont.

Comme pour d'autres démarches de labellisation, le facteur économique est un des freins principaux qui décourage les professionnels à demander la marque T&H. En effet, certains travaux à faire pour se conformer à la réglementation sont lourds et onéreux. En outre, les gestionnaires non propriétaires d'établissements n'ont pas la main pour financer ces travaux.

Mais le problème majeur constaté pour le développement de la marque T&H est sociétal. Le manque de sensibilisation, de connaissance et de formation des professionnels du tourisme envers les personnes handicapées, les met face à leurs faiblesses et leur demande de faire des efforts supplémentaires pour assurer un service de qualité adapté.

## 7.4 Nos constats après l'analyse des 3 labels et marques

### Sur les démarches de labellisation

#### **Les (+)**

Le contexte touristique mondial, qui s'est vu bouleversé par la crise sanitaire de la COVID-19, se présente aujourd'hui comme une opportunité pour la prise de conscience des voyageurs et des professionnels sur les impacts de l'activité sur l'environnement et la société et donc propice à la propagation des labels éco responsables<sup>106</sup>.

---

<sup>106</sup> Selon l'enquête du site de réservation d'hébergement d'avril 2023, 77% des voyageurs français interrogés affirment vouloir voyager de manière plus responsable. Par ailleurs, d'après les résultats de l'enquête du Guide de Routard publiés en mai : 98% des personnes interrogées se considèrent sensibles à l'impact de leurs vacances sur l'environnement et 75% sont sensibles aux labels verts ou durables attribués aux prestataires touristiques. Routard.com. Infographie : Enquête tourisme et écologie.

Comme nous l'avons déjà mentionné, le Département souhaite agir sur les trois volets du développement durable pour faire de l'Hérault une destination durable en impulsant les 3 labels et marques présentés. Par ailleurs, comme évoqué au point 5.2, le territoire héraultais compte avec une capacité d'hébergement touristique de premier plan, représentée notamment par l'hôtellerie de plein air (2ème rang national). Cela représente une opportunité majeure pour le Département qui pourra obtenir plus rapidement des résultats en mettant l'accent sur les actions à mener sur les filières les plus présentes dans son territoire, soit sur l'hébergement et sur la restauration.

Ces trois labels s'adressent bien aux professionnels hébergeurs et restaurateurs et les thématiques abordées permettent de réduire l'impact environnemental, de favoriser l'intégration sociale et les mobilités douces.

Il est opportun de rappeler que toute démarche de labellisation est d'initiative privée, un label peut être créé et géré par tout organisme professionnel d'origine privé ou public. Cela ne représente pas un défaut en soi, mais signifie qu'ils n'offrent pas le niveau de garanties qu'apporterait par exemple une norme dotée d'un cahier des charges transparent, validé par un organisme de normalisation et contrôlé par un tiers indépendant et reconnu. Cette condition peut parfois décourager certains (tant des professionnels que des clients) qui doutent de la légitimité et de la fiabilité de certaines démarches de labellisation.

Dans les cas des 3 labels soutenus par l'Hérault que nous venons d'analyser, cette contrainte est moins ressentie pour les professionnels, car il s'agit bien des démarches portées et gérées par des organismes connus à l'échelle nationale et même portés par l'Etat pour le cas de Tourisme & Handicap. Par ailleurs les trois démarches sont reconnues par l'ADEME et récemment par le Groupe de travail sur les indicateurs de durabilité créé par ADN Tourisme.

Afin de rayonner sur un territoire et convaincre le maximum de professionnels à adopter une pratique durable (en s'appuyant ou pas sur des démarches de labellisation), les collectivités doivent investir en ressources humaines, financières et matérielles, ce qui n'est pas évident quand il a d'autres actions à financer et que le budget n'est pas extensible.

Le Département de l'Hérault investit ainsi malgré tout sur ces trois labels afin d'informer, sensibiliser, accompagner et financer les professionnels du territoire qui souhaitent s'engager dans une démarche éco responsable en s'appuyant de l'expertise et des outils de communication et d'évaluation mises en œuvre par Hérault Tourisme.

Compte-tenu de ces constats, nous pouvons déduire que le choix du Département de soutenir et porter le label Accueil vélo, Clef verte et la marque T&H, a été éclairé et opportun.

### **Les (-)**

Malgré tout, l'adoption d'une pratique responsable du tourisme ne vient pas, dans la plupart des cas, de manière intuitive, automatique et autonome. Les professionnels ont du mal à comprendre les bénéfices à obtenir par rapport aux efforts que cela leur oblige à faire et à s'engager sans accompagnement dans une démarche de labellisation. C'est pourquoi le rôle et l'appui de la collectivité demeure indispensable.

Par ailleurs, durant nos expériences de terrain nous avons pu constater qu'au moment de passer à l'action, c'est souvent l'aspect économique qui prime sur les autres bénéfices des démarches de labellisation et qui freine par conséquent les professionnels à adopter une démarche de labellisation. En effet, la prise de conscience des impacts de l'activité touristique sur l'environnement et sur la société reste encore très discrète et concentrée sur une minorité de professionnels du tourisme.

On observe également que les labels orientés à un type précis de clientèle sont plus attractifs principalement car cela rapporte un bénéfice économique et une meilleure visibilité comme c'est le cas du label Accueil vélo, contrairement à la marque Tourisme & Handicap. Ce phénomène est plus accentué quand l'effort pour obtenir le label est moindre et la marche à suivre, relativement simple.

Au-delà de ces facteurs internes s'ajoutent certains facteurs externes inhérents au développement de certains labels tels que, la création des voies cyclistes indispensables pour le déploiement du label Accueil vélo et le respect de la réglementation, condition pour l'obtention de la marque Tourisme & Handicap.

En conclusion, les professionnels désireux d'être labellisés doivent investir du temps, payer une cotisation au label en plus des travaux nécessaires pour répondre à certains critères et subir même des facteurs externes. C'est donc à la fois beaucoup pour certains qui ont déjà le sentiment de se mettre en risque en faisant un pas vers une pratique plus durable, et doivent, en plus, rentrer dans une procédure administrative lourde et payer pour le faire savoir... Et en même temps, trop peu pour financer un travail sérieux et reconnu de labellisation certifiée. Résultat : chacun cherche son modèle, entre démarche personnelle, adhésion aux réseaux

associatifs, communication sur les réseaux sociaux... Les labels se multiplient et n'aident pas à la reconnaissance des labels obtenus au milieu de cette jungle.

## Sur les indicateurs de durabilité

Hérault Tourisme mesure l'évolution des labels Clef Verte, Accueil vélo et la marque Tourisme & Handicap dans l'Hérault, par le biais d'un seul indicateur qui consiste à comptabiliser le nombre total d'établissements et de professionnels porteurs de ces distinctions.

Les chiffres actualisés sont obtenus soit en interne (dans le cas du label Accueil vélo et de la marque T&H) soit, directement des organismes gestionnaires des labels (TERAGIR dans le cas de Clef Verte). Les données sont publiées par l'ADT au fur et à mesure par différents moyens : sur les réseaux sociaux, sur le site de l'ADT, via newsletter, sur la publication des chiffres annuels faite par l'Observatoire...

Nous listons ci-dessous pour mémoire les derniers chiffres publiés pour l'Hérault <sup>107</sup> :

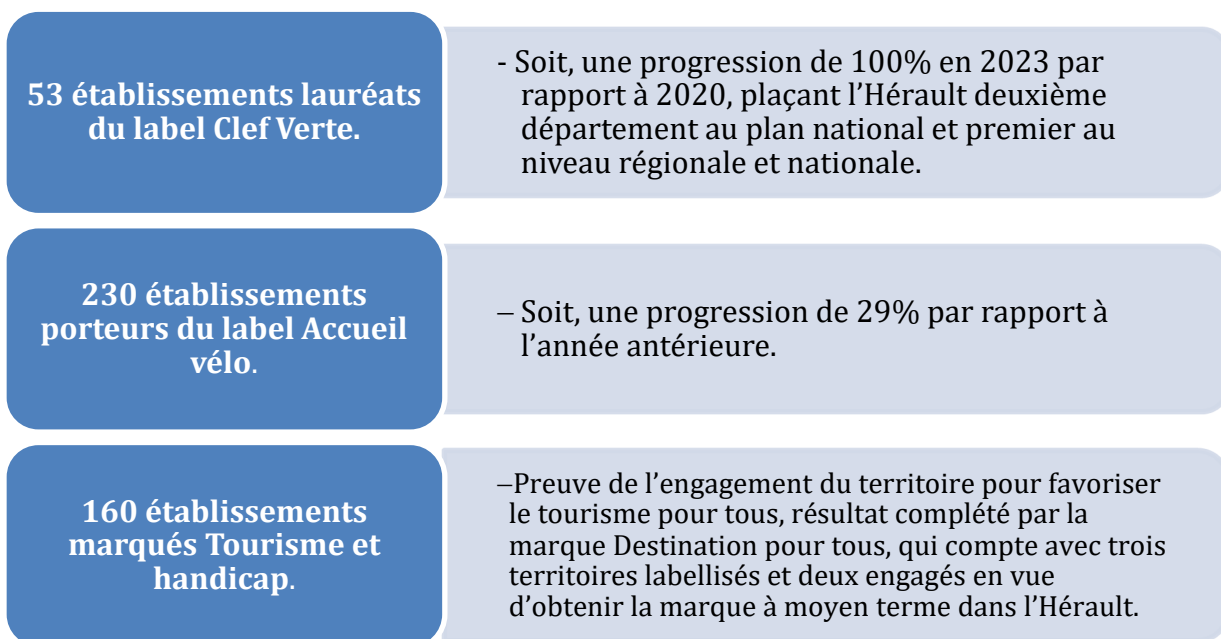


Figure 11: Dernières chiffres de pros labellisés Clef Verte, Accueil vélo et marqués T&H<sup>108</sup>

Ces indicateurs permettent certes de répondre aux objectifs de durabilité fixés par le Département et inscrits dans l'Axe A - Action 2 et dans l'Axe C - action 11 du SDDTD, qui portent sur l'accompagnement des professionnels dans la transition écologique, sur la qualification de leur offre et sur le développement de l'offre de séjour accessible à tous publics.

<sup>107</sup> D'après les chiffres communiqués par le label Clef Verte et par l'ADT de l'Hérault.

<sup>108</sup> Source : ADT de l'Hérault. Juillet 2023

Ils permettent également d'avoir une vision claire et sans ambiguïté sur la méthode utilisée pour obtenir les résultats et de communiquer de façon positive auprès des professionnels et des touristes sur la progression de ces démarches de labellisation.

Toutefois, un indicateur global, exprimé en nombre de labellisés, ne nous donne qu'une vision isolée de la réalité et peu d'informations sur le contenu qui existe derrière ces chiffres. En outre, il ne permet pas d'identifier la marge de progrès possible à faire pour augmenter le nombre de professionnels engagés que ce soit en améliorant le processus de labellisation (communication, information, prix...), ou bien par la mise en place d'actions complémentaires (accompagnement, mise à disposition d'outils, soutien financier...).

Cette méthode d'évaluation classique permet en effet de réunir les conditions minimales que tout indicateur doit avoir, selon les principes de la méthode S.M.A.R.T. (spécifique, mesurable, acceptable, réaliste et temporel) et aux attentes visées par le Groupe de travail d'ADN Tourisme pour choisir des indicateurs durables communs à l'échelle nationale<sup>109</sup> lesquels sont, pour mémoire :

- des données provenant des sources fiables qui partagent les données en open data,
- un processus de contrôle réfuté fiable et vérifiable,
- des démarches adaptables à tous les échelons...

En revanche, elle ne nous permet pas d'obtenir les données nécessaires pour pouvoir prendre les bonnes décisions éclairées sur les actions à mener. Il faudrait par exemple évaluer la démarche par une analyse sectorielle de la situation, en partant notamment sur les critères suivants :

Critères quantitatifs :

- les activités concernées ou la typologie des structures labellisées afin de savoir sur quel secteur il faut agir si nécessaire.
- les professionnels engagés par rapport au nombre total des professionnels qui exercent la même activité dans le territoire.<sup>110</sup>
- les professionnels accompagnés, en vue de renforcer les actions ou les ressources.
- les professionnels ou structures qui abandonnent la démarche, pour vérifier son succès.

---

<sup>109</sup> Cf ; au point N° 3.2

<sup>110</sup> Compte-tenu du risque de décourager les professionnels si les résultats ne sont pas à la hauteur des attentes, cet indicateur pourrait être utilisé qu'en interne dans un premier temps.

Critères qualitatifs :

- le retour d'expérience des professionnels labellisés afin de garantir leur fidélisation et la pérennité du label. Cela permettra également d'identifier les dysfonctionnements éventuels sur le processus de labellisation afin d'apporter les mesures correctives éventuelles afin de gagner en efficacité.

## **8 Recommandations pour améliorer l'utilisation de ces labels comme indicateurs de durabilité**

### **8.1 Se doter d'indicateurs et d'outils appropriés**

En reprenant les concepts généraux présentés dans la première partie<sup>111</sup> sur l'importance de l'évaluation, (qui permet de garantir l'efficacité des moyens mis en œuvre pour atteindre l'objectif visé) et sur la contribution des indicateurs (pour mesurer le niveau atteint et améliorer les méthodes d'évaluation), la mise en place d'indicateurs additionnels faciliterait l'organisation, le traitement et le suivi des données. Ces actions sont indispensables pour garantir un pilotage adéquat et que la stratégie adoptée par le Département de l'Hérault concernant les labels et les marques éco responsables, soit efficace.

En effet, ces informations additionnelles rendraient plus visible le développement des démarches de labellisation sur le territoire ainsi que leur acceptation par les professionnels héraultais et par la clientèle touristique.

Ainsi, la mise en place d'outils adéquats nous paraît indispensable pour les acteurs chargés de la gestion et du suivi des labels et qui assurent l'accompagnement des professionnels, afin de:

- gagner en efficacité et en crédibilité,
- fluidifier la communication avec les professionnels et les organismes labellisateurs,
- assurer un bon suivi des démarches,
- tenir rapidement à disposition de l'échelon décisionnel une information claire sur les progrès des démarches

---

<sup>111</sup> Cf. au point 1.2 et 1.3

Dans le cadre du stage effectué à Hérault Tourisme nous avons été confrontés à la nécessité de développer des outils me permettant de bien accomplir les missions principales de promotion, de suivi et de communication de la démarche de labellisation Clef Verte. La méthodologie et les outils que nous avons mis en place pourraient servir comme exemple et être adoptés par Hérault Tourisme pour compléter dorénavant le suivi du label Clef Verte mais aussi pour la gestion du label Accueil vélo et de la marque Tourisme & Handicap afin d'appliquer une méthode homogène à l'ensemble des démarches de labellisation.

### a) Création d'une base de données commune et évolutive

Premièrement, nous avons créé un tableau Excel de synthèse pour faciliter le suivi des professionnels dans la démarche de labellisation à partir de la base de données communiquée par Clef Verte au démarrage de la campagne de labellisation en février 2023. Ce tableau de bord nous a permis de classer les professionnels par catégorie d'établissement (hôtel, chambre d'hôtes, ...), d'identifier plus facilement les informations clés sur leur statut<sup>112</sup> et sur leur évolution à compter de 2022<sup>113</sup>. Ci-dessous l'extrait des titres des colonnes du tableau Excel que nous avons créé.

SUIVI DE L'ADT				Clef Verte _ Tableau de suivi des professionnels de l'Hérault						
Données sur Tourinsoft	SUIVI 2022	SUIVI 2023	suite label CV 2023	Nom commercial	Ville	Typologie	*Statut	Etat du dossier	Année de prochaine visite	Année de labellisation

Figure 12: Extrait du tableau de bord de suivi du label Clef Verte.

Ce tableau de bord a été mis à jour de façon permanente durant toute la période de stage afin de faciliter le suivi de la campagne de labellisation Clef Verte, soit de février à juin 2023.

Pour le label Accueil vélo et la marque Tourisme & Handicap, les chargées de mission ont mis en place chacune un tableau de bord de suivi similaire. Toutefois il nous paraîtrait intéressant de mutualiser l'outil et d'avoir un seul tableau commun pour le suivi des démarches de labellisation, accessible aux personnes concernées (du pôle Transition Durable de Hérault Tourisme, aux gestionnaires du SIT34 et de l'Observatoire ) et à partir desquels on pourrait plus facilement exploiter l'information, identifier l'évolution des professionnels sur l'une ou l'autre des démarches, créer des statistiques, faire des rapprochements, communiquer... En effet, d'après la responsable du pôle Observatoire, le partage d'information sur l'évolution des labels et les

<sup>112</sup> \* Statut du professionnel au label Clef Verte : lauréat, inscrit sur la plateforme, nouveau prospect, ancien lauréat.

<sup>113</sup> Suivi effectué à partir de 2022 car c'est la première année où les données détaillées du suivi de la démarche de labellisation Clef Verte ont été renseignés sur un seul et même classé dans les archives de l'ADT de l'Hérault.



marques ne se fait pas automatiquement entre les pôles, ce qui limite la communication et ralentit le temps de traitement des données en interne et par la Direction<sup>114</sup>.

Cet outil de travail et de suivi spécifique de l'évolution des démarches de labellisation pourrait ainsi venir alimenter plus tard la base de données Tourinsoft existante et partagée avec les Offices de Tourisme membres du réseau SIT34<sup>115</sup>.

## b) Le choix de nouveaux indicateurs pour parier sur la pérennité des labels

A partir des informations remontées par cette base de données, nous avons sélectionné certains critères qui nous semblaient les plus appropriés d'être suivis et analysés pour mettre en avant des informations plus fines sur l'avancement de la démarche Clef Verte. Les indicateurs utilisés pour répondre aux critères sont :

### *Pour le suivi des prospects :*

- le nombre de nouveaux prospects
- Les motifs exposés par les prospects de ne pas souhaiter rejoindre le label

### *Pour le suivi des nouveaux candidats :*

- le nombre de candidats accompagnés
- le nombre des candidats ayant déposé leur demande de labellisation à temps par typologie d'établissement
- l'évolution du nombre de nouveaux candidats par an depuis 2019<sup>116</sup>

### *Pour les renouvellements du label :*

- le nombre de lauréats ayant demandé le renouvellement du label dans les délais
- le pourcentage des typologies des lauréats ayant renouvelé le label
- l'évolution du nombre d'établissement labellisés par an depuis 2019<sup>117</sup>

---

<sup>114</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 5

<sup>115</sup> Le système d'Information Touristique de l'Hérault - SIT 34 est financé par Hérault Tourisme (qui pilote le projet) et les Offices de Tourisme. Les formations des utilisateurs nécessaires à la professionnalisation des Offices de Tourisme sont financées en plus par Agefos/PME, la Région, la FROTSI. ADT 34 - Hérault Tourisme Pro [En ligne]. |

<sup>116</sup> Cet indicateur était déjà existant et suivi par le pôle Tourisme durable de l'ADT, nous l'avons seulement complété avec le nombre de nouveaux établissements labélisés en 2023.

<sup>117</sup> Idem

*Pour les anciens lauréats :*

- le pourcentage des typologies d'établissement des anciens lauréats
- le pourcentage de dernière année de renouvellement du label
- les motifs exprimés de non renouvellement du label <sup>118</sup>

Pour réaliser l'exercice nous avons utilisé en grande majorité des indicateurs quantitatifs car nous avons plus facilement accès aux bases de données de Hérault Tourisme et de Clef Verte. Il nous a paru néanmoins opportun de sortir des chiffres ronds et de privilégier une présentation de ces indicateurs sous forme de taux pour avoir une meilleure perception de la réalité.

Un seul indicateur qualitatif a été mis en place afin de connaître les raisons de non renouvellement du label par les anciens lauréats. Pour obtenir ces informations, nous avons créé un questionnaire grâce à l'outil en ligne Google Form que nous avons renvoyé par mail aux professionnels gestionnaires des anciens établissements labellisés. Ci-dessous l'extrait de la page de présentation de l'enquête, le questionnaire complet imprimé est disponible en Annexe<sup>119</sup>.

Malheureusement nous n'avons pas réussi à obtenir le résultat souhaité de cet exercice car seulement 17% des professionnels interrogés ont répondu à l'enquête soit 8 sur 47. Nous pensons que l'absence de retour est due en grande partie au fait que l'enquête ait été envoyée au démarrage de la saison estivale (début juillet) ce qui n'est pas une période propice, les professionnels étant justement très occupés par leur activité estivale. Toutefois, nous avons proposé à Hérault Tourisme de poursuivre la démarche initiée et de relancer les professionnels qui n'ont pas répondu à l'enquête dès la fin de la saison estivale pour obtenir le maximum de retours possibles et pouvoir ainsi mieux exploiter les résultats.

---

<sup>118</sup> Ces résultats obtenus grâce à l'enquête gogle form et à des sondages faits par mail et par téléphone auprès des anciens lauréats au label Clef Verte

<sup>119</sup> Cf. questionnaire de l'enquête de satisfaction destiné aux anciens lauréats du label Clef Verte en annexe 9. K. Rueda



Figure 13: Extrait du questionnaire de suivi des anciens lauréats du label Clef Verte.

Le suivi statistique des données a été intégré au tableau Excel de la base de données présentée ci-dessus et amélioré par l'application de graphiques. Cette méthode nous a permis d'actualiser automatiquement les résultats au fur et à mesure du déroulé de la campagne de suivi de labellisation Clef Verte en vue de leur analyse et diffusion ultérieures.

### c) Des rapports simplifiés pour gagner en efficacité

Pour l'interprétation des résultats obtenus par l'application d'indicateurs, nous avons établi des rapports intermédiaires sous format Word qui ont été diffusés auprès du pôle transition durable de Hérault Tourisme puis, au Département pendant les étapes clés de la procédure de labellisation Clef Verte.

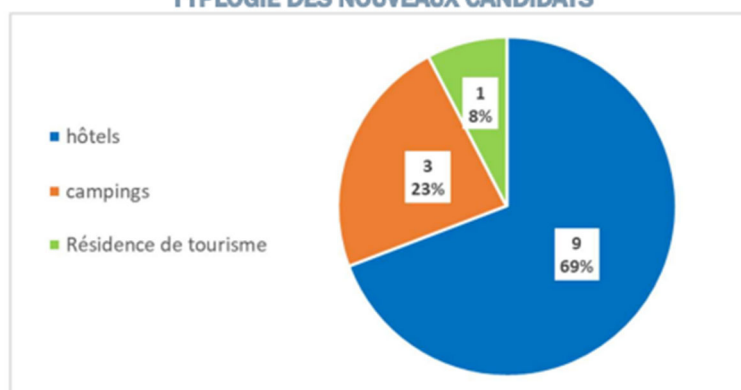
Un premier rapport d'étape<sup>120</sup> a été diffusé à la fin de la première phase de la campagne de labellisation, soit après le 15 avril, date limite de dépôt des dossiers de demande du label pour les nouveaux candidats et pour les établissements labellisés concernés par la réalisation de visite d'audit en 2023.

<sup>120</sup> Cf. au rapport de la mission de suivi du label Clef Verte\_phase 1 en annexe 10.

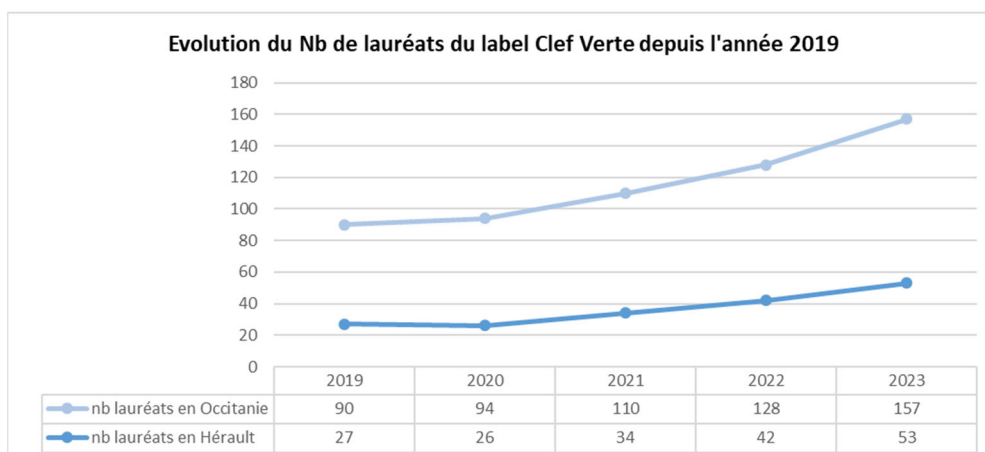
Ensuite, un deuxième et dernier rapport a été réalisé et diffusé après le 30 juin<sup>121</sup>, date limite de dépôt de demandes de renouvellement du label pour les établissements lauréats, sans visite d'audit à programmer en 2023.

Nous présentons ci-dessous quelques visuels des résultats de l'analyse des données du label Clef Verte.

#### TYPLOGIE DES NOUVEAUX CANDIDATS

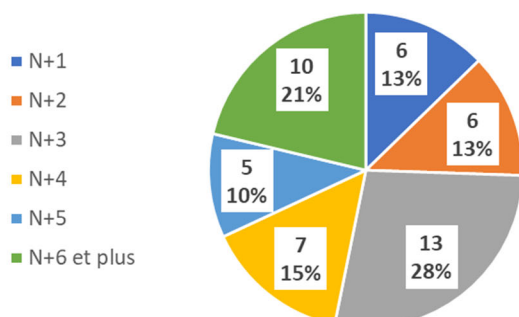


#### Evolution du Nb de lauréats du label Clef Verte depuis l'année 2019

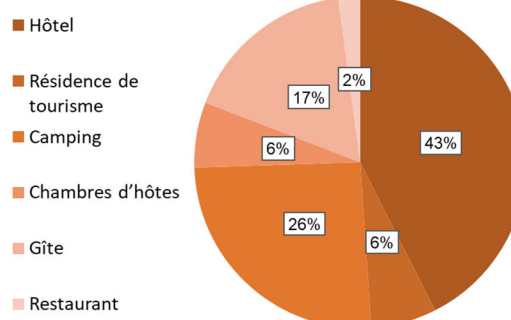


#### Abandon du label CV après combien d'années

Nbre d'établissements / nombre d'années de labellisation  
(Sur un total de 47 d'anciens lauréats)

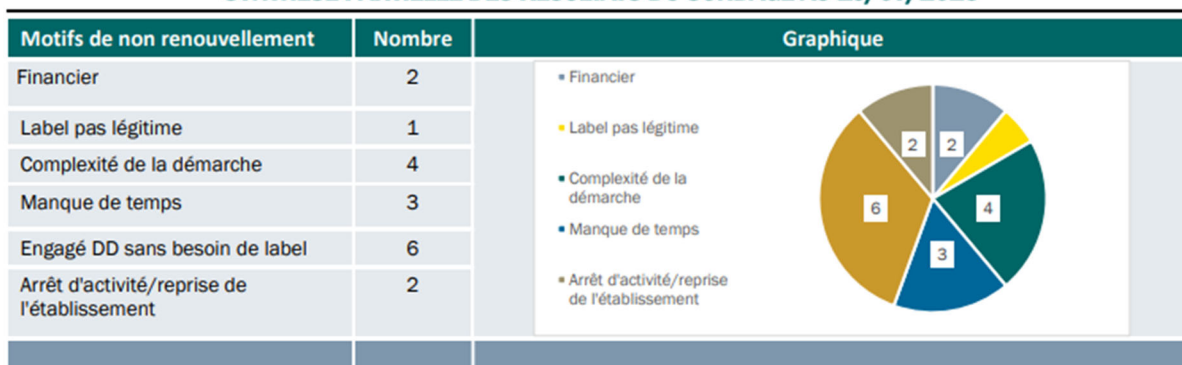


#### Typologie des anciens lauréats CV



<sup>121</sup> Cf. au rapport de la mission de suivi du label Clef Verte\_phase 2 en annexe 11.

## SYNTHESE PARTIELLE DES RESULTATS DU SONDAGE AU 19/07/2023



*Figure 14: Extrait des graphiques de l'application d'indicateurs de suivi du label Clef Verte*

Ces rapports d'avancement avaient pour but de faire un état des lieux des actions de promotion du label et de l'avancement des dossiers des professionnels. Nous nous sommes également servis de cet outil pour montrer les diverses difficultés rencontrées dans le déroulement de la mission et la mise en place des actions menées et pour décider des actions à prévoir pour les surmonter.

Ce modèle de rapport simplifié pourrait bien être adapté et adopté à l'avenir en interne par le pôle transition durable de Hérault Tourisme comme un outil commun de communication sur le déroulé des actions mises en œuvre et sur l'avancement des labels Clef Verte, Accueil vélo et de la marque Tourisme & Handicap. La diffusion des rapports pourrait survenir durant les étapes clés de chaque démarche ou à une fréquence régulière à convenir en amont avec les acteurs qui seront impliqués et concernés (Observatoire, Direction, etc.).

## 8.2 La communication avec des indicateurs pour faciliter le pilotage et la prise de décisions

La mise en place d'une méthodologie et la création d'outils de travail pour faciliter le suivi du label Clef Verte nous a permis de mieux comprendre l'environnement du label, de gagner en temps et de faciliter l'interprétation et la communication de l'information recueillie.

Grâce à la construction d'indicateurs spécifiques, nous avons réussi à dégager des constats intéressants pour la suite des actions de soutien et d'accompagnement des professionnels pilotées par Hérault Tourisme sous le soutien du Département de l'Hérault, par exemple :

- Le label Clef Verte a progressé en moyenne de 11 nouveaux lauréats par an depuis 2019, malgré un contexte économique difficile dans l'Hérault.

- Ce sont principalement les établissements de la typologie hôtellerie qui s'engagent dans une démarche de labellisation, notamment ceux qui appartiennent à une chaîne reconnue à l'échelle nationale et internationale. Cette typologie représente 70% des nouveaux candidats en 2023.
- Sur les 47 anciens lauréats qui n'ont pas renouvelé le label, la moitié l'ont déserté dans les trois premières années de labellisation et 15% à la cinquième année lors du 3<sup>ème</sup> audit.
- Les principaux freins au déploiement du label et/ou au maintien de celui-ci dans la durée, sont :
  - le manque de temps (ressources humaines dédiées au suivi de la démarche éco responsable insuffisantes).
  - le besoin d'accompagnement pour candidater au label.
  - le coût d'engagement et de maintien dans la démarche, notamment pour les petits établissements, coût qui s'ajoute aux éventuels investissements.

En conclusion, l'aide technique et financière est essentielle dans la décision des professionnels pour s'engager dans la démarche de labellisation et pour poursuivre dans le temps.

Notre analyse des indicateurs utilisés et nos constats ont permis à Hérault Tourisme de communiquer sur le label Clef Verte avec le Service Tourisme du Département et d'entamer la discussion, sur des bases plus solides, sur une éventuelle augmentation du soutien financier actuel afin de motiver le maximum de professionnels à adhérer au label dans les prochaines années. La note de présentation de ce dispositif complémentaire, avec plusieurs scénarios possibles, aidera avec espoir, à une prise de décision favorable/positive du Conseil Départemental d'ici fin 2023.

### 8.3 Autres perspectives autour des labels

Au-delà de la méthodologie et des outils mis en œuvre durant le suivi du label Clef Verte, nous avons identifié d'autres pistes d'amélioration et d'indicateurs qui pourraient être étudiés par Hérault Tourisme en vue d'augmenter la visibilité de la durabilité du territoire tout en continuant à s'appuyer sur des démarches de labellisation et d'évaluation.

- 2 **Compter et suivre les professionnels qui ont échoué à obtenir un label ou marque visés.** Cet indicateur complémentaire permettrait d'identifier plus rapidement les difficultés rencontrées par les socioprofessionnels, de mieux comprendre leur démarche et leurs attentes afin de proposer un accompagnement adapté.

Les données sont à obtenir directement des organismes labellisateurs à l'issue de chaque campagne d'attribution des labels ou des marques.

- **Compter et suivre les professionnels qui intègrent la démarche RSE<sup>122</sup> dans leur organisation.** Ils seraient alors certifiés par un organisme extérieur compétent dans la matière (émetteur d'un certificat qui justifierait leur engagement). Engagé RSE s'adresse à tous les types d'organisation et n'est pas propre au secteur du tourisme. En effet, il est indispensable que les entreprises contribuent aux enjeux du développement durable en intégrant une démarche de pilotage et de mobilisation interne qui permet de se structurer et de chercher à avoir un impact positif sur la société tout en étant économiquement viable. Ceci avant de s'engager dans une démarche de labellisation écoresponsable quelle qu'elle soit pour évaluer l'impact de leur activité.
  
  - **Compter et suivre les professionnels qui respectent la norme ISO 20 121 dans le secteur du MICE<sup>123</sup> et de l'événementiel.** Ils seraient certifiés par un organisme extérieur compétent en la matière (émetteur d'un certificat qui justifierait leur engagement). Ce secteur n'étant pas suffisamment visé par les démarches de labellisation actuelles, les impacts de l'activité sur les trois volets du développement durable sont pourtant forts. Dans l'Hérault, ce marché, représenté par environ 800 professionnels, attire chaque année une clientèle nombreuse, principalement de proximité. D'après le bilan 2022 publié par l'Observatoire de Hérault Tourisme, plus de 320 000 entrées ont été comptabilisées dans les festivals et manifestations organisées dans les sites ayant répondu à l'enquête<sup>124</sup>.
- 2 **Créer un indicateur "offres labellisées" par filière à l'échelle du territoire,** en prenant en compte tous les professionnels porteurs de labels spécifiques à chaque secteur d'activité au lieu de les traiter séparément par label. Par exemple, pour l'offre hébergement, il conviendrait de comptabiliser tous les établissements qui ont rejoint une démarche de labellisation éco responsable reconnue à l'échelle régionale et nationale

---

<sup>122</sup> La démarche RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) est définie par la commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. Ministère de l'économie des finances et de la relance. Qu'est-ce que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) ? [en ligne].

<sup>123</sup> MICE signifie « Meeting, Incentive, Convention, Exhibitions », il réunit donc tous les métiers de l'événementiel BtoB professionnel. Pepi Event. Événements MICE : tendance incontournable pour les entreprises [en ligne].

<sup>124</sup> ADT de l'Hérault. Enquête loisirs et événementiel en Hérault 2022 [En ligne]. Pp.19.

(Clef Verte, Ecolabel, éco-gîtes, accueil vélo, tourisme & handicap...) et de le diviser par le nombre total d'hébergements dans l'Hérault.

Cette approche complémentaire permettrait ainsi d'identifier plus facilement les dysfonctionnements ou problématiques rencontrées par une filière quand il s'agit d'intégrer une démarche environnementale et d'agir en conséquence par la mise en place d'une stratégie globale. Cette vision serait plus légitime au niveau d'un territoire que rester simplement sur l'analyse du nombre d'adhérents d'un label ou d'un autre.

## **9 Ouverture sur l'intégration de nouveaux critères/indicateurs de durabilité pour l'Hérault**

### **9.1 L'identification d'offres durables non labellisées**

Comme annoncé dès le début de notre étude, les démarches de labellisation peuvent être un moyen efficace pour évaluer l'avancement dans l'intégration d'une démarche durable par les professionnels du tourisme mais ce ne doit pas être le seul. En effet, comme nous l'avons démontré, cet indicateur présente ses limites et risque de ne pas être pérenne si le suivi n'est pas adéquat et suffisant. Une politique touristique ne devrait donc pas se limiter qu'aux démarches de labellisation pour définir sa stratégie ni pour mesurer l'engagement de son territoire en termes de durabilité.

Comme dit par la Coordinatrice du pôle Observation d'Hérault Tourisme, *“pour le moment on n'a pas assez de recul pour dire que les chiffres des indicateurs du tourisme durable servent aujourd'hui pour diriger la stratégie ou la direction de la politique touristique mais on peut dire qu'on est dans la recherche d'indicateurs qui vont aider le Département à définir sa stratégie d'avenir ce qui n'était pas le cas dans le passé”*<sup>125</sup>.

C'est pourquoi, dans cette recherche d'indicateurs complémentaires, Hérault Tourisme a intégré à sa stratégie l'identification des 'offres touristiques durables', qui consiste à identifier et valoriser les professionnels héraultais engagés dans une démarche durable, sans être toutefois labellisés ou certifiés. Car « si on ne se limite qu'aux offres labellisées, le risque serait d'avoir un nombre infime d'offres comptabilisées et donc d'avoir un chiffre non représentatif de l'engagement réel des professionnels du Département »<sup>126</sup>.

---

<sup>125</sup> Cf. CR de l'entretien en Annexe 5

<sup>126</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 5



Comme nous l'avons mentionné au point 6.3 "Les indicateurs de durabilité suivis par l'Observatoire »"<sup>127</sup>, cette démarche a été initiée par Hérault Tourisme en 2022 par la création de l'indicateur "offre durable", composée :

- des offres des professionnels engagés dans la transition non labellisés remontés par le biais des résultats de l'enquête annuelle,
- des résultats de l'enquête adressée en 2022 aux professionnels de loisirs qui intégrait (pour la première fois) des questions sur l'engagement des professionnels de loisirs dans une démarche durable. Parmi les 163 répondants, 2/3 indiquent qu'ils se sont déjà engagés<sup>128</sup>..

Par ailleurs, un recensement des établissements accessibles pour les personnes à mobilité réduite répondant aux exigences de la loi handicap 2015<sup>129</sup> mais qui ne sont pas labellisés Tourisme & Handicap ou qui sont en voie de l'être, est effectué par Hérault Tourisme et les données sont intégrées systématiquement sur Tourinsoft<sup>130</sup>. Ceci afin de valoriser les professionnels engagés et de proposer un panel plus large d'offres pour cette clientèle spécifique. De plus, une application numérique a été développée dans l'Hérault appelée "Hérault Mobility" pour aider à la mobilité et à la présentation de l'offre de séjour accessible à l'échelle de 14 micro destinations<sup>131</sup>.

Plus récemment, neuf Offices de tourisme ont exprimé leur souhait d'avoir des critères communs de durabilité pour arriver à valoriser les professionnels engagés et pour arriver à mesurer à terme, l'impact de l'activité touristique sur leur territoire. Dans son rôle de relais des offices de tourisme, Hérault Tourisme a lancé un travail d'étude pour choisir ces critères et les outils qui permettront de répondre à la demande des OT, avec une approche globale et homogène pour l'ensemble du territoire.

L'objectif visé par l'ADT est de recenser les offres éco responsables de l'ensemble des activités et filières existantes dans l'Hérault, en complément des offres labellisées.

---

<sup>127</sup> Cf. page 59

<sup>128</sup> ADT de l'Hérault. Enquête loisirs et événementiel en Hérault 2022 [En ligne]. Pp.19.

<sup>129</sup> La loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, prend désormais en compte les quatre familles de handicap (moteur, sensoriel, cognitif, psychique) et concerne également les personnes à mobilité réduite, y compris de manière temporaire. Handicap.gouv.fr [en ligne].

<sup>130</sup> Tourinsoft est la base de données informatique des professionnels de tourisme géré par Hérault Tourisme. Elle est nommée couramment SIT34.

<sup>131</sup> Tourisme Hérault. Handitourisme : le tourisme accessible à tous dans l'Hérault. [en ligne].

Ainsi, une liste commune de critères permettant d'identifier les offres durables est en cours de construction en partenariat avec les offices de tourisme afin d'intégrer ces éléments dans Tourinsoft lors de la collecte annuelle de données des professionnels. Les 6 thématiques prioritaires identifiées par le groupe de travail d'Hérault Tourisme sont : la biodiversité, les déchets, l'eau, les énergies, la mobilité et les approvisionnements.

Contrairement à toute démarche de labellisation, le point faible de cette initiative reste que les données sont obtenues par le biais de réponses déclarées par les professionnels sans aucun type de contrôle ou vérification effectué par un tiers. En effet, cette mission de contrôle ne peut pas être attribuée en l'état aux OT ni à l'ADT car elles n'ont ni le temps, ni les moyens humains et financiers pour le faire.

Une autre difficulté relève de l'identification des critères minimums à respecter et/ou du degré minimum acceptable pour arriver à identifier une offre ou une activité comme "durable" et apte à être affichée comme telle dans la base de données Tourinsoft. Ce choix devra être défini en amont par Hérault Tourisme et convenu en concertation avec les OT pour qu'ils puissent être adoptés de la même manière par tous.

Pour conclure sur la démarche d'identification 'd'offres durables' initiée par Hérault Tourisme au regard de la définition d'un indicateur de durabilité, bien que cette initiative reprend en partie les bases d'un processus de labellisation commun (notamment l'identification des thématiques, le choix des critères, la détermination des limites minimums à atteindre par un professionnel pour être identifié et affiché "durable"...), le processus de vérification étant absent et la méthodologie employée étant unique à l'Hérault, les résultats ne pourront pas être utilisés pour se comparer à d'autres territoires.

Cela étant, l'objectif recherché par Hérault Tourisme n'étant pas de se comparer mais de mieux connaître l'offre dans son territoire, de recenser les efforts et de mesurer le degré d'engagement des professionnels, dans ce cas de figure, toute action et initiative qui puisse être en faveur du développement durable est valable et positive.

Toutefois, pour rendre cet ambitieux projet viable et pérenne, Hérault Tourisme devra déployer les ressources nécessaires (en interne ou en externe) pour proposer aux professionnels :

- un outil de diagnostic facile à prendre en main,
- un accompagnement renforcé,
- une campagne d'information adaptée
- et la mise en place d'outils de suivi efficaces,

## 9.2 Impulser le volet social par l'évaluation de la qualité de vie des résidents

Pour le développement touristique d'un lieu ou d'une destination il existe tout un écosystème d'acteurs impliqués : l'Etat, les collectivités, les organismes et institutions publiques et privés, les professionnels, les travailleurs, les touristes et les citoyens locaux. L'absence de coordination et d'implication de l'ensemble des acteurs sur les territoires risque d'augmenter les rivalités pour l'accès aux ressources vitales telles que l'eau, le sol, les sources d'énergies...C'est pourquoi, créer des indicateurs de durabilité sur le volet social pour suivre précisément l'efficacité des actions sociales devient une priorité car le changement climatique et la crise écologique ne feront qu'aggraver les inégalités sociales mondiales existantes (hommes/femmes, pays riches/pays pauvres...).

Dans le cas du tourisme, ces inégalités seront encore plus marquées dans un contexte de raréfaction des ressources. Les conséquences sont déjà visibles dans plusieurs pays et dans certaines régions du Sud de la France où les effets du réchauffement climatique se font ressentir de plus en plus fort et de plus en plus fréquemment.

Depuis plusieurs années, l'afflux des touristes et les impacts négatifs de leur passage agace les résidents de certaines villes. Ce mécontentement se voit aggravé par le manque fréquent de ressources à l'origine de conflits d'usages entre résidents et touristes. En effet, *“très souvent, les résidents ont l'impression que seuls les entrepreneurs touristiques bénéficient du tourisme et que leurs intérêts et leur bien-être sont négligés au détriment de l'accueil des touristes”*<sup>132</sup>.

À titre d'exemple, plusieurs départements touchés dernièrement par une sécheresse inédite (tels que le Pyrénées Orientales et l'Hérault...), commencent à mettre en place des restrictions d'eau afin de préserver la ressource pour l'usage essentiellement de ses habitants. Toutefois, les habitants de certaines communes, guidés par la peur d'être directement impactés, ont décidé de passer à la vitesse supérieure en rejetant catégoriquement l'arrivée des touristes par des mobilisations et des actions “anti touristes”, malgré les bénéfices économiques que ces derniers pourraient apporter au territoire. De plus, l'arrivée prochaine des gros événements sportifs en France tels que la coupe du monde de Rugby et les Jeux Olympiques en 2024 qui attirent un grand nombre de touristes, risquent de propager et d'aggraver cette problématique.

---

<sup>132</sup> Turner G. La dimension sociale du tourisme durable (ISTO) [en ligne]. Tourisme durable Québec. 2021].

Pour illustrer nos propos, je partage ci-dessous les photos prises lors de mes vacances récentes dans l'Aveyron où les résidents qui habitent aux alentours du canyon de Bozouls, un site géologique remarquable connu comme « le trou de Bozouls », laissent des messages « subtiles » aux passants, pour exprimer leur mécontentement sur l'afflux et mauvais comportement de certains touristes et pour attirer l'attention de l'autorité compétente, chargée de la gestion touristique du lieu, qui devra apporter une solution aux problèmes signalés par les résidents.

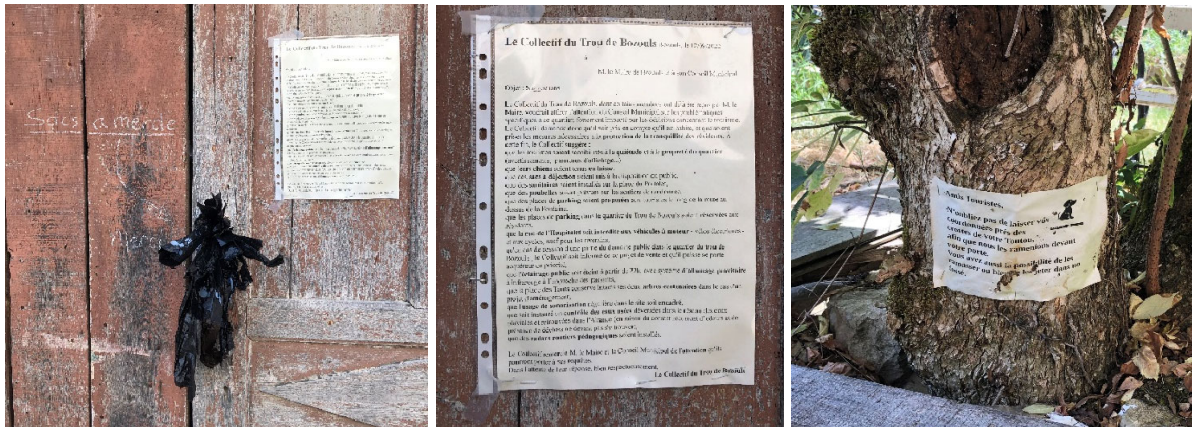


Figure 15: Photos illustrant le mécontentement des résidents envers la gestion touristique du "canyon de Bozouls"

Comme présenté en première partie du mémoire, le volet social du tourisme durable se focalise essentiellement sur la culture et sur les communautés locales, en veillant à ce que l'activité touristique ait un impact positif sur le territoire. On entend par là une répartition équitable des bénéfices (retombée économique) de l'activité touristique dans un objectif de renforcer l'autonomie de la communauté et de lutter contre la pauvreté. Or, la prise en compte de l'impact de l'activité touristique sur la qualité de vie des résidents est souvent absente dans les discours à toutes les échelles.

Bien que la notion de "qualité de vie" (QV) ne soit pas nouvelle, la création de grilles d'évaluation pour la mesurer est néanmoins récente. Le travail de recherche le plus récent sur cette notion est celui de STIGLITZ, SEN et FITOUSSI (2009)<sup>133</sup>, qui reconnaissent que la qualité de vie des personnes va au-delà de la production économique ou du niveau de revenu. La QV doit ainsi intégrer d'autres facteurs non mesurables comme le bien-être et d'autres plus facilement mesurables tels que la santé, l'éducation, les activités personnelles, le logement, la

<sup>133</sup> Furt JM, Antoinette Maupertuis M. Développement touristique insulaire et qualité de vie des résidents : une analyse critique des indicateurs de tourisme durable [En ligne]. Études caribéennes N°23. 2012, pp.4.

représentation politique et gouvernance, les liens sociaux, les conditions environnementales, l'insécurité des personnes et l'insécurité économique.

A partir de l'étude de cas sur des destinations insulaires établie par FURT et MAUPERTUIS, le tableau ci-dessous présente les effets possibles du tourisme sur chacun des déterminants de la Qualité de vie des résidents (QVR) d'une destination, définis par Stiglitz, Sen et Fitoussi <sup>134</sup> :

Tableau 11 : Les déterminants génériques de la qualité de vie<sup>135</sup> et ses critères d'évaluation.

Déterminant de la QV	Questionnement pour évaluer/mesurer l'impact du tourisme	Effets possibles du Tourisme sur la QVR
La santé	L'accessibilité des résidents aux soins est-elle affectée positivement ou négativement par le tourisme ?	La congestion du service des soins en période de haute affluence peut impacter négativement la QVR.
L'éducation	Les activités touristiques ont-elles une influence sur le niveau d'éducation scolarisée ?	La perspective d'activités lucratives en haute saison détourne souvent les jeunes de poursuivre des études supérieures poussées.
Les activités personnelles	L'emploi du temps entre activités économiques et non économiques se voit-il affecté par l'activité touristique ?	Le travail rémunéré est consommateur de temps en saison. Le temps de trajets domicile-travail se voit rallongé à cause de l'affluence. L'offre de loisir augmente mais les travailleurs du tourisme n'ont pas le temps d'y goûter.
Le logement	La nature, la localisation et le prix des logements sont-ils impactés par l'activité touristique ?	Quand le nombre de visiteurs dépasse le nombre de résidents, le prix des logements augmente du fait de la concurrence foncière. Les logements accessibles sont situés en dehors de la ville. Le nombre de logements saisonniers augmente.
La représentation politique et la gouvernance	Les moyens d'expression du citoyen, les garanties, l'état du droit sont-ils perturbés par la présence du tourisme ?	La pression exercée par les bienfaits du tourisme peut conduire à négliger des processus de concertation.
Les liens sociaux	Les relations sociales entre les habitants sont -elles modifiées par le développement du tourisme ?	Les liens de la communauté d'accueil peuvent se distendre par l'effet de la présence des touristes et des bénéfices économiques de l'activité.

<sup>134</sup> Idem

<sup>135</sup> d'après STIGLITZ, SEN et FITOUSSI (2009)

Les conditions environnementales	L'impact du tourisme sur les conditions environnementales est-il positif ou négatif ? Quel est le degré de dégradation ou d'amélioration ?	La QVR est impactée directement ou indirectement par la pression qu'exerce le tourisme sur les conditions environnementales (bruit, dégradation des sites, pollution, qualité de l'eau...).
L'insécurité des personnes	Existe-t-il des facteurs qui mettent en péril la vie des personnes par l'action d'autrui suite à l'accroissement de population lié au tourisme ?	L'insécurité routière en haute saison, le développement de la criminalité dans des destinations festives.
L'insécurité économique	Les retombées économiques sont-elles impactées de manière positive ou négative par le tourisme ?	La saisonnalité et la demande volatile du tourisme véhicule des risques économiques. L'activité touristique peut également apporter des bénéfices économiques positifs complémentaires pour certains.

Suite au recensement des diverses initiatives, programmes et guides d'indicateurs de durabilité, nous remarquons qu'ils sont majoritairement destinés à évaluer les impacts économiques et environnementaux du tourisme sur les territoires. En proportion, le nombre d'indicateurs pour évaluer l'aspect social est donc minoritaire ou ils ne se focalisent que sur le degré d'accessibilité à l'offre touristique et sur le degré de satisfaction des visiteurs/communautés locales, ce qui reste insuffisant.

Ainsi, l'évaluation des impacts de la mise en tourisme des destinations sur les résidents demeure peu présente mais est pourtant essentielle pour garantir l'équilibre des destinations, notamment dans celles où l'emprise du tourisme prend une part importante. En effet, sans l'acceptation et l'implication de ces acteurs principaux, le tourisme ne saurait être considéré comme durable.

Furt et Maupertuis, après avoir analysé une grande partie des principales grilles d'indicateurs de tourisme durable produites depuis dix ans sont arrivés ainsi à conclure que : *“lorsqu'on s'interroge sur la capacité des grilles d'indicateurs existantes à mesurer l'impact du tourisme sur la QVR, on doit constater que les notions de résidents et leur qualité de vie restent ignorés ou occultés”* (Furt & Maupertuis, 2012 :7)<sup>136</sup>

<sup>136</sup> Furt JM, Antoinette Maupertuis M. Développement touristique insulaire et qualité de vie des résidents : une analyse critique des indicateurs de tourisme durable [En ligne]. Études caribéennes N°23. 2012, pp.7

Lors de l'échange visio du 19 juillet 2023 avec le Docteur et chercheur, référent de l'Observatoire de l'Universidad Nacional de Costa Rica, située dans la Région de Chorotega au nord-est du pays, une des régions le plus dépendantes du tourisme, ce dernier souligne l'importance de l'intégration et l'implication des habitants dans la stratégie de déploiement de l'activité touristique.

Le Costa Rica est une destination de l'Amérique centrale reconnue comme une destination durable, car « elle respecte certains paramètres standards », notamment par la mise en place des démarches de certification écologiques comme le label "Bandera Azul", ou "Pavillon bleu" en français.

La politique touristique du Costa Rica met l'accent sur les labels et les certifications écologiques pour légitimer les efforts et les actions en matière de préservation de l'environnement. Mais cette politique sert surtout à promouvoir le tourisme durable et responsable des destinations touristiques en vue d'attirer le maximum de touristes étrangers. D'après les chiffres de l'Observatoire touristique de Costa Rica, en 2020, environ 900 000 touristes étrangers ont visité la Région de Chorotega<sup>137</sup>.

Pour enrichir ces propos, les indicateurs généraux de durabilité des destinations les plus utilisés au Costa Rica sont ceux qui permettent de surveiller la qualité de l'eau de baignade compte-tenu des 1260 km de côtes<sup>138</sup>, le pays étant bordé par la mer des Caraïbes et par l'océan pacifique. De plus, c'est grâce à ces conditions géographiques favorables que l'utilisation d'énergies renouvelables telles que le solaire, l'éolienne et la géothermie est largement développée au Costa Rica. Aujourd'hui, 97 % de l'énergie produite provient de ces sources d'énergie verte.

---

<sup>137</sup> Observatorio de Turismo, Migraciones y Desarrollo Sostenible de la Región Chorotega [En ligne]. Disponible sur: <http://www.obtur.una.ac.cr/index.php>

<sup>138</sup> Información básica Región Chorotega [En ligne]. Disponible sur : <http://www.obtur.una.ac.cr/index.php/programa/calendario/informacion-basica-region-chorotegaa>



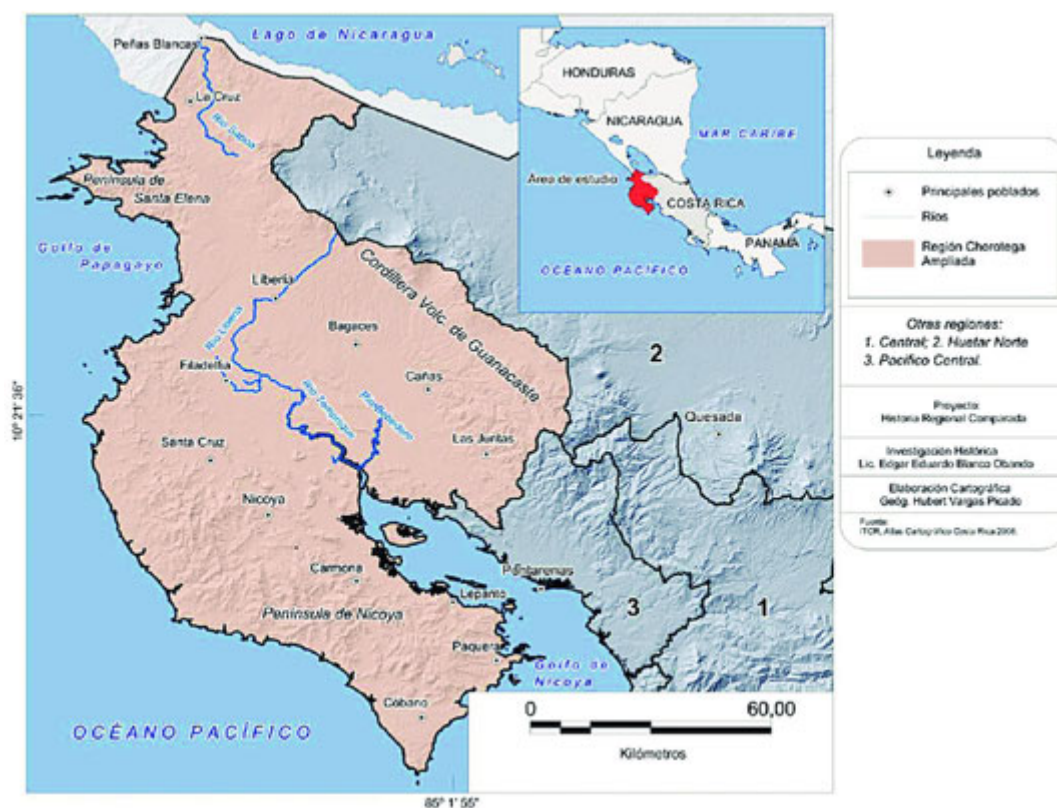


Figure 16: situation géographique de la Région de Chorotega, Costa Rica<sup>139</sup>

Toutefois, la question posée par le chercheur est de savoir : “à quoi cela sert que l’eau des plages d’une destination soit propre si ses habitants ne peuvent pas en profiter?”. Comme dans plusieurs destinations touristiques mondiales, au Costa Rica, la problématique liée à “ l’exclusion subtile »<sup>140</sup> des communautés locales par la mise en tourisme de leur territoire, est bien présente.

En effet, trop souvent les résidents à proximité des plages reconnues pour leur bonne qualité d’eau de baignade, ne peuvent y accéder, soit car l’ensemble de l’offre touristique est mis à disposition qu’auprès de touristes, soit car les prix des prestations et des logements sont inaccessibles pour les résidents.

Autre exemple, cette situation a été aggravé par la “Ley de Nómadas Digitales”<sup>141</sup>, traduit en français comme “La loi des nomades digitaux”, créée et approuvée en 2021 suite à la crise

<sup>139</sup> Source : <http://www.obtur.una.ac.cr>.

<sup>140</sup> L’exclusion subtile est le terme employé par le professionnel interviewé pour définir la problématique liée à la hausse de prix de logement et du coût de la vie dans certaines zones touristiques qui entraîne l’exode des résidents qui n’ont pas les moyens financiers suffisants.

<sup>141</sup> La “Ley de Nómadas Digitales”, donne l’autorisation aux étrangers de demander le visa de “Rentista” pour séjourner au Costa Rica pendant un maximum de 2 ans sans nécessité de résidence. Avec ce statut ces touristes de longue durée ont accès à plus d’avantages comme le droit à l’ouverture de comptes bancaires, au traitement des permis de conduire, à l’exonération de l’impôt sur le revenu et du paiement



sanitaire de la COVID-19 afin d'attirer les travailleurs étrangers en capacité de travailler à distance, en leur permettant de s'installer au Costa Rica pour une durée maximale de 2 ans. Suite à cela, l'arrivée des touristes étrangers (travailleurs et retraités) a explosée, les prix et la tension immobilière ont par conséquent augmenté dans le pays, plus particulièrement dans les destinations touristiques, entraînant la fuite de certains habitants vers la banlieue et impactant considérablement la QVR.

Face à ce constat, le Docteur et professionnel du Tourisme en Costa Rica s'interroge sur le vrai sens de ladite durabilité de son pays car un développement soutenable ne devrait bénéficier qu'à une partie des acteurs du tourisme. Suivant ses préconisations, les institutions, les décideurs et les professionnels du tourisme doivent :

- avoir un niveau critique suffisant pour créer et analyser les indicateurs en incluant les habitants de la destination touristique, au cœur de la stratégie et des actions.
- questionner le tourisme durable comme une activité économique résultant du néolibéralisme où l'inclusion des communautés locales devient indispensable. Ainsi n'importe quel indicateur devrait prendre en compte ce facteur essentiel.

La France est en passe de prendre la même direction politique et stratégique et d'orienter sa vision du développement durable sur la base des labels vu ce qui a été présenté dans notre Partie 2. Les réflexions du Docteur et professionnel de Tourisme au Costa Rica sont donc à bien envisager pour anticiper sur l'avenir et ne pas reproduire de potentielles erreurs.

Revenons en France : le responsable de l' Observatoire du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine nous a fait part lors de notre échange<sup>142</sup>, d'un résultat intéressant sur l'acceptation du tourisme par les résidents, suite au dernier baromètre lancé à Bordeaux l'année dernière. Contrairement à ce qui pourrait être imaginé, la banlieue supporte moins bien les touristes que les résidents qui habitent en centre-ville. Cet indicateur a ainsi permis au CRT de mettre en garde la Région sur la stratégie à adopter pour l'arrivée de la coupe mondiale de Rugby car l'affluence touristique risque d'augmenter la location des meublés en banlieue et d'impacter de manière négative la qualité de vie de ses résidents.

---

des taxes pour l'importation d'équipement personnel tel que des ordinateurs. El Economista. Costa Rica: aprobada ley de nómadas digitales [En ligne].

<sup>142</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 4

A travers les diverses actions, démarches et initiatives de Hérault Tourisme engagées ou à venir, nous pouvons constater les efforts du Département de l'Hérault pour limiter et maîtriser les impacts de l'activité touristique sur l'environnement, pour impulser l'économie locale et favoriser l'équité et l'intégration sociale dans le territoire.

Par exemple, le Département de l'Hérault a tenu compte de cet enjeu majeur dans son nouveau Schéma (dans l'Axe D, "Action 14 "inscrire les habitants au cours de la stratégie de développement et d'accueil touristique") Des actions sont donc envisagées pour garantir des bénéfices partagés, une acceptation du tourisme par les habitants et pour favoriser les échanges et les temps de rencontre entre touristes et habitants. Ainsi il est prévu de<sup>143</sup>. :

- encourager les initiatives locales afin de rendre les habitants acteurs du tourisme,
- renforcer la communication à destination des habitants sur les projets territoriaux,
- développer les propositions de loisirs et de découvertes destinées aux habitants et faciliter le départ en vacances des plus défavorisés,
- renforcer la communication autour de l'identité territoriale.

Les critères proposés dans le Schéma pour évaluer ces actions se focalisent sur :

- le nombre de réseaux d'ambassadeurs et d'habitants ambassadeurs,
- le nombre d'adhérents au réseau Plaisirs d'hérault,
- l'audience sur les réseaux sociaux.

Vu les objectifs du Schéma actuel, il semblerait donc qu'on ait du mal à identifier clairement les critères appropriés pour mesurer l'impact de l'activité touristique de l'Hérault sur la qualité de vie des résidents (QVR).

Dans la recherche d'indicateurs de durabilité complémentaires pour améliorer l'évaluation de l'activité touristique dans l'Hérault, pour reprendre ce qui a été déjà dit par Stiglitz, Sen et Fitoussi<sup>144</sup>, il nous paraîtrait pertinent d'étudier ceux qui permettraient de connaître et de mesurer, non seulement l'impact économique de l'activité touristique (par la création d'emplois) et l'acceptation des habitants du tourisme (par des enquêtes de satisfaction), mais également les autres effets possibles du tourisme sur les facteurs déterminants de la qualité de vie des

---

<sup>143</sup> ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault, 2022.

<sup>144</sup> Furt JM, Antoinette Maupertuis M. Développement touristique insulaire et qualité de vie des résidents : une analyse critique des indicateurs de tourisme durable [En ligne]. Études caribéennes N°23. 2012, pp.20.

héraultais. Par exemple, d'après le contexte héraultais et ses enjeux majeurs présentés en Partie 1, les impacts du tourisme sur les déterminants de la QVR qui pourraient être étudiés en priorité pourraient se concentrer sur :

- les activités personnelles, en raison des problématiques de circulation et de stationnement durant la haute saison,
- le logement, compte-tenu de la tension foncière notamment sur le littoral et dans les grandes villes,
- Les conditions environnementales, au regard des problèmes de sécheresse et aux tensions entre résidents et touristes face aux restrictions d'eau dans certaines communes et destinations touristiques,
- l'insécurité des personnes, en raison du nombre d'accidents routiers et des vols de plus en plus fréquents autour des destinations les plus fréquentées,
- l'insécurité économique, le secteur touristique semblerait être moins attractif pour travailler depuis la crise sanitaire.

En outre, afin d'accroître l'implication des résidents héraultais au tourisme, il serait intéressant d'impulser des projets qui favorisent la rencontre et l'interaction entre les résidents et les touristes tels que le développement et la promotion des tiers-lieux et du tourisme de savoir-faire dans l'ensemble du territoire, au-delà des grandes villes et des destinations les plus fréquentées. Ces démarches ont notamment des bénéfices, au-delà du simple apport économique, en améliorant la diversification de l'offre touristique du territoire et l'implication des résidents dans l'activité touristique.

Une autre piste à explorer est basée sur le projet expérimental encore en phase de développement dans plusieurs régions de France dont la Nouvelle Aquitaine<sup>145</sup>. Elle consiste à promouvoir le covoiturage entre résidents et touristes /excursionnistes.

Enfin, la candidature de Montpellier et de sa Métropole pour devenir la prochaine capitale européenne de la culture, représente une opportunité pour le Département de l'Hérault pour promouvoir le tourisme durable et repenser le développement touristique à travers la culture, dont la participation, l'implication et l'acceptation par les résidents des communautés d'accueil sont essentiels pour y arriver.

---

<sup>145</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 4

## 10 Synthèse des limites et des points à approfondir

### 10.1 Mieux communiquer avec les indicateurs

Comme présenté dans les différentes parties du mémoire, les indicateurs ont un rôle de révélateur d'informations permettant d'évaluer une démarche, une action ou un projet. Ces informations fondamentales sont ensuite communiquées à l'échelon décisionnel pour en prendre la mesure et pour planifier les actions nécessaires afin d'agir en conséquence.

Cette tendance est d'autant plus fréquente dans les collectivités territoriales où l'échelon opérationnel n'a pas forcément de contact étroit avec l'échelon décisionnel. Les indicateurs deviennent ainsi le moyen de communication le plus usuel. Toutefois, ils présentent certaines limites et doivent être utilisés avec précaution.

En effet, ce constat a été étudié depuis des années par plusieurs chercheurs qui ont essayé d'émettre des recommandations pour améliorer ce processus. Par exemple, pour RECHATIN (1997,199), *“l'élaboration des indicateurs serait purement technique, leur utilisation et leur communication suivraient. Il faut renverser cette perspective : on n'évalue pas d'abord pour communiquer ensuite, mais on pense les deux en même temps »* (Dubois et Céron, 2013 : 8)<sup>146</sup>.

A travers nos recherches et échanges avec les professionnels sur le terrain, nous constatons que la rupture du lien entre indicateurs et communication persiste et qu'elle devient plus récurrente quand il s'agit de communiquer avec des indicateurs de durabilité. Ce lien non maîtrisé résulterait d'un manque de préparation, d'objectifs qui restent encore flous et de l'urgence à agir. D'après le témoignage du représentant du CRT de la Région Nouvelle Aquitaine<sup>147</sup> : *“ la priorité des Observatoires est de communiquer rapidement, en dépit de la solidité et de la fiabilité des données, on tire des conclusions pour sortir des chiffres et rarement l'inverse ”*<sup>148</sup>.

La problématique réside ainsi dans la manière de sous-estimer la communication lors de la création d'indicateurs en les réduisant à une application purement utilitaire, chose sur laquelle ils retombent souvent.

---

<sup>146</sup> DUBOIS G, CERON JP. Construire et communiquer les indicateurs de développement durable. Retour sur quelques expériences dans le domaine du tourisme [En ligne]. 2013, pp.12.

<sup>147</sup> Cf. CR de l'entretien en Annexe 4

<sup>148</sup> Idem

Comme nous l'avons présenté, le besoin du Département de l'Hérault de créer des indicateurs spécifiques pour mesurer l'avancement du territoire en matière de durabilité est explicitement exprimé dans son SDDTD 2022-2028. Le processus de définition d'indicateurs applicables au tourisme dans l'Hérault est encore dans ces prémices tel que le déclare par la Coordinatrice du pôle Observation et Veille stratégique <sup>149</sup>.

Pour la définition des nouveaux indicateurs sur le suivi des démarches de labellisation ou bien pour intégrer des outils de mesure complémentaires, ou pour évaluer les actions menées, en termes de méthodologie, l'ADT de l'Hérault devra d'abord définir l'objectif recherché et le public à atteindre, afin de trouver la meilleure manière de communiquer les résultats obtenus.

Comme mentionné à l'issue de la partie 3 du mémoire, pour communiquer sur les démarches de labellisation, il serait opportun de sélectionner les indicateurs adéquats selon le public visé et en fonction de l'objectif de communication :

- des indicateurs pour communiquer en interne entre services de l'ADT, qui serviront pour définir la stratégie et pour piloter les actions.
- des indicateurs adressés au Département, qui auront pour objectif de rendre compte de l'avancement des démarches et d'éclairer les décisions.
- des indicateurs généraux, dans le but d'informer et de convaincre les professionnels et le public en général du bienfait des démarches. Dans ce type de communication il faudra mettre en lumière les arguments de valorisation de l'offre et les bénéfices économiques plutôt que les bienfaits pour l'environnement, ceci afin de toucher le maximum des personnes.

## 10.2 Moins compter pour mieux évaluer

Une des limites de l'approche des indicateurs est que les chiffres n'ont pas de valeur sans une interprétation pertinente des résultats obtenus. En effet, on se focalise trop souvent sur la mise au point des outils de mesure plutôt que sur la notion d'évaluation, qui suppose la production de bilans commentés (Dubois et Céron, 2013 : 10)<sup>150</sup>.

Puisque le développement durable ne peut s'évaluer que de manière globale, il faut faire attention à « ne pas réduire la relation entre connaissance de la mesure et l'action à des

---

<sup>149</sup> Cf. CR de l'entretien en annexe 5.

<sup>150</sup> DUBOIS G, CERON JP. Construire et communiquer les indicateurs de développement durable. Retour sur quelques expériences dans le domaine du tourisme [En ligne]. 2013, pp.12.

schémas opérationnels tactiques et stratégiques basés sur des systèmes d'indicateurs qui évaluent seulement les objectifs et les priorités propres à chaque acteur, sans discussion »<sup>151</sup>.

En effet, le défi des professionnels de l'observation est de produire des indicateurs qui s'inscrivent dans une démarche globale prenant en compte l'aspect transversal du développement durable et de traduire les chiffres dans un langage understandable par l'échelon décisionnel afin de faciliter la prise de décision.

On revient ainsi à l'idée de l'équilibre recherché entre l'évaluation des priorités internes et des priorités externes mentionné au point 1.2 du mémoire rappelé par DUBOIS & CERON de la manière suivante, « *Il y a alors un enjeu de traduction des problématiques globales dans un langage et sous une forme qui soit appropriable par les acteurs. Il faut d'abord que les acteurs comprennent ce dont il s'agit... ensuite qu'ils soient incités à traiter le problème à une hauteur compatible avec l'enjeu, ce qui va sans doute au-delà de l'action volontaire* » (Dubois et Céron, 2013 : 9)<sup>152</sup>.

### 10.3 Anticiper la construction d'indicateurs

Souvent, la mise en pratique des indicateurs de durabilité intervient non en prévention, mais lorsque les effets néfastes du tourisme sont déjà bien visibles soit, souvent trop tard.

Pour mieux anticiper, il nous paraît pertinent de suivre la recommandation proposée par GUY LOINGER<sup>153</sup>, lors de l'élaboration d'indicateurs pertinents afin d'avancer sur la question de l'effectivité du développement durable dans les pratiques du tourisme dans l'Hérault : « *la construction d'indicateurs sur les moyens et la faisabilité, est aussi importante que les indicateurs sur les objectifs. Sachant que faisant partie de la question des moyens, il y a celle, au centre, des organisations et de leur capacité à porter et prendre en charge les problématiques du développement durable* » (Offredi, Claudine. 2004 : 40)<sup>154</sup>

Il convient aussi de rappeler que la clé de la réussite, permettant d'anticiper et de faire une veille permanente des évolutions et des besoins d'évaluation du tourisme durable, dépend de la

---

<sup>151</sup> Idem

<sup>152</sup> DUBOIS G, CERON JP. Construire et communiquer les indicateurs de développement durable. Retour sur quelques expériences dans le domaine du tourisme [En ligne]. 2013, pp.12.

<sup>153</sup> Docteur en économie et en sociologie, directeur de l'Observatoire international de prospective régionale et du Geistel.

<sup>154</sup> Offredi, Claudine. Société française de l'évaluation, « La dynamique de l'évaluation face au développement durable ». (La librairie des humanités) C, éditeurs. Limoges 2003. 2004e éd. Paris : Harmattan ; 2004. pp.324

relation partenariale et de la communication entre les acteurs (élus, OT, ADT, CRT...) de toutes les échelles (Etat, Région, Département, commune).

En effet, comme nous l'avons constaté, la construction d'indicateurs de durabilité s'avère un exercice complexe, *"il faudra donc continuer à travailler en équipe afin de mieux réfléchir en amont et de mutualiser les outils"*<sup>155</sup> pour avancer de manière efficace dans la même direction.

De plus, la construction et la mise en place d'une méthodologie et d'outils de suivi adaptés, comme ceux que nous avons proposés au point 8 du mémoire, nous semblent un bon début pour aider l'ADT de l'Hérault à améliorer l'évaluation des moyens mise en œuvre et à venir.

## 10.4 Créer des indicateurs d'interface entre les interfaces

Bien que la dimension environnementale soit de plus en plus reconnue dans les débats publics, des divergences sur l'importance accordée à chaque dimension de durabilité sont évidentes et visibles dans les propositions faites par les différentes entités, toutes échelles confondues. L'aspect économique prévaut en effet bien souvent lorsqu'il s'agit de prendre des décisions.

Cela étant, le fait de prendre en compte les impacts du tourisme sur les piliers environnemental et social dans les nouvelles décisions, ne devrait pas entraîner la négligence du volet économique, qui est un facteur essentiel pour faire perdurer l'activité.

L'Observatoire de l'Hérault tient bien compte de ces défis, comme dit la Coordinatrice<sup>156</sup>, *"Prendre en compte le volet environnemental ne signifie pas qu'on ne doit rien toucher ou consommer car cela entraînerait des problèmes de chômage et économiques. Le durable a un coût qu'il ne faut pas négliger. Le volet économique d'un territoire est important car ce c'est qui aide à impulser et financer le volet environnemental. Il faut donc garder à l'esprit que si on préserve le territoire c'est pour que les gens puissent travailler et y vivre et pour que les touristes puissent continuer à fréquenter la destination"*.

En effet, le tourisme est une activité économique, l'intégration du volet durable ne devrait pas entraîner des problèmes de chômage ni impacter l'économie du territoire. Toutefois, le nouveau défi de nos jours est d'arriver à un modèle de "post-croissance" comme défini par Timothée Parrique, en remplaçant l'économie de croissance traditionnelle basée sur la hausse du PIB *"qui ne mesure que la valeur d'échange et ne prend pas en compte les valeurs non monétisables (comme la réalité sociale et écologique), par une économie stationnaire en*

---

<sup>155</sup> Cf. CR de l'entretien en Annexe 5

<sup>156</sup> Cf. CR de l'entretien en Annexe 5

*harmonie avec la nature où les décisions sont prises ensemble et où les richesses sont équitablement partagées, afin de pouvoir prospérer sans croissance » (Kirch, 2023: 19)<sup>157</sup>*

D'après Guy Loinger (Offredi, Claudine. 2004 : 40)<sup>158</sup>, pour tenir compte et pour trouver l'équilibre entre les trois piliers du développement durable, il faudrait construire des indicateurs d'interface entre interfaces : économie/société, économie/environnement et environnement/société.

Le responsable de l'Observatoire du CRT de la Région Nouvelle Aquitaine, conscient de l'importance de jouer sur les interfaces des aspects du développement durable, suggère d'évaluer l'impact carbone du tourisme d'une destination avec une approche économique, au-delà de l'évaluation de l'impact uniquement environnemental.

Pour illustrer ses propos, nous citerons les deux exemples évoqués lors de l'entretien<sup>159</sup> :

- Si à partir de l'application d'indicateurs permettant de calculer les émissions de GES d'un territoire, on observe que la majorité des touristes arrivent sur le territoire en train mais que ce type de clientèle de proximité dépense moins durant leurs séjours que ceux qui arrivent en avion, certes on aura obtenu un bénéfice environnemental, toutefois il faudra également réfléchir à comment le territoire pourra compenser la perte économique.
- La filière viticole étant une des moins vertueuse en termes de durabilité, elle rapporte néanmoins un bénéfice économique important pour certaines régions reconnues à l'international par la qualité du vin produit, comme c'est le cas de la Nouvelle Aquitaine. Certains touristes étrangers se déplacent de loin (États- Unis, Japon, Angleterre...) pour des séjours très courts et dépensent des sommes considérables dans l'achat du vin et pour profiter uniquement des services proposés autour de la filière.

Pour trouver un meilleur équilibre entre l'impact écologique et le bénéfice économique dans ces deux cas de figure, la Nouvelle Aquitaine parie sur la prolongation du temps des séjours de la clientèle et sur la diversification de l'offre touristique pour donner envie de rester et de visiter (dépenser) sur d'autres filières tout en limitant l'impact écologique.

---

<sup>157</sup> Kirch N. Une économie, ça s'empêche : Timothée Parrique, Ralentir ou périr. L'économie de la décroissance [En ligne]. Seuil, 2022. pp.320. Revue Projet N° 393 vol.2. Pp. 20.

<sup>158</sup> Offredi, Claudine. Société française de l'évaluation, « La dynamique de l'évaluation face au développement durable ». (La librairie des humanités) C, éditeurs. Limoges 2003. 2004 éd. Paris : Harmattan ; 2004. pp.324

<sup>159</sup> Cf. Cr de l'entretien en Annexe 4



Bien que cette même logique soit déjà intégrée dans la stratégie touristique du Département de l'Hérault de manière intuitive et grâce à la création et à la mise en pratique d'indicateurs spécifiques d'interaction entre interfaces : économie/environnement et économie/société, il conviendrait toutefois de renforcer la démarche par la création d'indicateurs permettant d'évaluer les interfaces du tourisme entre les piliers environnement/société.

Ceci dans l'intérêt d'anticiper les transformations nouvelles que l'intégration du volet environnemental au secteur touristique pourrait susciter sur la société et impacter la qualité de vie des résidents (QVR) à court, moyen et à long termes.

Pour conclure, nous citerons le propos de Guy Loinger : « *il faudra se demander du point de vue d'une logique sociétale globale durable, comment les travailleurs des secteurs et des industries moins vertueuses, dont l'emploi sera supprimé en faveur de l'environnement et d'une politique d'aménagement urbain durable, vont pouvoir gagner leur vie et ne pas se retrouver au chômage ?* » (Offredi, Claudine. 2004 : 39)<sup>160</sup>

---

<sup>160</sup> Offredi, Claudine. Société française de l'évaluation, « La dynamique de l'évaluation face au développement durable ». (La librairie des humanités) C, éditeurs. Limoges 2003. 2004 éd. Paris : Harmattan ; 2004. pp.324

# CONCLUSION

Au travers de cette étude, nous avons tenté d'offrir une vision approfondie de la complexité liée à la mesure de la durabilité dans le secteur touristique et de mettre en exergue le rôle clé des labels et des marques en tant qu'indicateurs majeurs pour aborder cette problématique. Parallèlement, nous avons pu aborder des éléments d'évaluation essentiels qui contribuent à une compréhension globale plus approfondie de l'intégration du volet durable au tourisme.

Pour évaluer efficacement le tourisme durable, il est donc apparu nécessaire de réorienter l'attention, moins vers l'application des indicateurs traditionnels (fréquentation, PIB...), mais davantage vers l'évaluation du processus de développement touristique lui-même. Ce dernier point est crucial, étant donné que le développement durable est une notion transversale en perpétuelle évolution.

Notre analyse du sujet nous a amené à comprendre également que l'objectif fondamental du tourisme durable consistait à évaluer la pérennité de l'activité en équilibrant deux dimensions essentielles : celle des trois piliers du développement durable avec celle des priorités internes et externes.

Ainsi, en dépit de leur capacité à identifier en grande partie les enjeux globaux, les indicateurs de durabilité ne peuvent pas à eux seuls définir les objectifs, les priorités et les besoins de chaque territoire et acteur. L'orientation efficace des efforts vers une durabilité accrue exige de poser les bonnes questions et d'adopter une stratégie adaptée en tenant compte des spécificités et des enjeux de chacun.

Au cœur de notre étude, nous constatons le besoin pressant ressenti par les professionnels du secteur de se doter d'outils adaptés pour mesurer la durabilité du tourisme. L'emploi des labels et des marques en tant que distinction de qualité et en tant qu'outils de communication et d'aide à la décision, répond en principe à ce besoin impérieux en fournissant des repères concrets, fiables et efficaces dans un contexte où les enjeux environnementaux et sociaux sont parfois flous et en évolution continue.

Au travers de l'analyse de trois démarches de labellisation et marques éco responsables soutenues et portées par l'Hérault (Clef Verte, Accueil vélo et Tourisme & Handicap), nous avons pu remarquer que l'importance des labels comme indicateurs dépasse leur simple utilisation en tant que compteurs et qu'ils ne sont pas uniquement destinés à des comparaisons, mais également à l'amélioration et évolution constante des pratiques.

Toutefois, tout en reconnaissant leur utilité, il est crucial de noter que le processus de labellisation a des limites intrinsèques et ne peut ni couvrir tous les objectifs du développement durable ni toutes les priorités. Le succès des labellisations, qui dépend de la volonté et l'engagement des acteurs ainsi que de leurs ressources disponibles, est une de ces limites. De plus, l'accumulation de facteurs externes à prendre en compte pour les professionnels peut engendrer des contraintes économiques et requiert des efforts supplémentaires. Cela décourage alors une partie d'entre eux, à inclure le volet de la durabilité dans leur activité et à s'engager dans une démarche de labellisation.

Par ailleurs, la réussite et la pérennité des labellisations comme indicateurs de durabilité, dépendent fortement de leur utilisation ciblée et d'un suivi attentif, impliquant la création d'indicateurs complémentaires et d'outils de suivi opérationnels adaptés.

Dans notre cas d'étude, le Département de l'Hérault initie et promeut des actions visant à mettre en avant l'engagement du territoire en matière de durabilité. Il déploie aussi des actions de soutien et d'accompagnement des acteurs socio-professionnels. Pour évaluer, il s'appuie en majorité sur le décompte du nombre d'offres et de démarches porteuses de labels. Ses objectifs sont pleinement inscrits dans son schéma du tourisme durable. Nous pouvons ainsi identifier deux aspects différents de sa volonté : celle de valoriser et celle de mesurer le tourisme durable.

Certes, la définition d'indicateurs de durabilité permet d'avancer sur le volet "mesurer". Mais cela n'étant pas suffisant, l'Hérault met en œuvre des actions et soutient les initiatives permettant de renforcer la valorisation de l'offre touristique.

Cependant, pour évaluer de manière plus efficace l'impact de ses actions, il sera nécessaire à moyen terme de développer des indicateurs plus précis en se dotant d'outils appropriés pour assurer leur suivi et leur pérennité. L'objectif fixé par l'Hérault n'étant pas de se comparer mais de mieux connaître l'offre dans son territoire, de recenser les efforts et de mesurer le degré d'engagement des professionnels, toute action et initiative en faveur du développement durable est valable et positive.

Notre étude a mis en évidence les difficultés rencontrées dans la construction d'indicateurs à différentes échelles et a souligné le changement de direction pris dans leur développement : c'est aujourd'hui aux acteurs du tourisme de créer leurs propres indicateurs tout en s'inscrivant dans un cadre commun. La collaboration et la communication entre les acteurs locaux, régionaux et nationaux s'avère essentielle, tout comme l'engagement de toutes les parties prenantes, afin que l'évaluation soit participative et nous donne une vision authentique des progrès réalisés.

Pour finir, il est à souligner qu'en complément des actions prévues dans le schéma de tourisme durable de l'Hérault, pour répondre aux 3 piliers du développement durable et pour inciter à une meilleure intégration et implication des parties prenantes, il nous semble crucial d'évaluer l'impact du tourisme sur la 'qualité de vie des résidents'. Ce sont en effet des acteurs clé pour l'équilibre de toute destination touristique durable. Cette dimension sociale ajoutée à l'évaluation de la durabilité renforcerait l'alignement des actions sur les besoins de la communauté héraultaise.

En résumé, ce mémoire démontre que les indicateurs jouent un rôle central dans l'avancement du tourisme durable mais qu'ils doivent être utilisés intelligemment, avec discernement et avec modération. Les labels et marques, bien que fondamentaux, doivent évoluer pour suivre les évolutions des enjeux et pour continuer à impulser les pratiques responsables. La durabilité dans le tourisme exige une approche multidimensionnelle, impliquant une communication active, une évaluation participative et un engagement envers l'amélioration continue. L'étude de cas de la destination Hérault illustre l'importance de ces principes pour un tourisme plus responsable et durable.

Ce projet a le potentiel de fournir des pistes d'amélioration pour les actions déployées par l'Hérault en cours et à venir. Il vise à identifier les problématiques actuelles liées à l'intégration des nouveaux indicateurs de durabilité dans la gestion du tourisme, tout en proposant des solutions viables pour continuer à avancer.

Globalement, aujourd'hui, nous avançons encore à tâtons, nous allons au plus pressé, nous cherchons des indicateurs communs, des sources de données fiables, des tableaux de bord prêts à l'emploi... car il faut communiquer vite, se comparer, devenir 'LA PREMIÈRE destination touristique durable'. A l'heure actuelle, la solution à portée de main est de décompter le nombre d'offres labellisées pour valoriser et afficher les efforts. Mais ce n'est qu'une première étape, nous en sommes aux prémices et il reste encore un long chemin à parcourir avant de pouvoir dire que les indicateurs servent à définir et à diriger la stratégie de la politique touristique et que nos actions adoptent un modèle de « post-croissance » et permettent de répondre aux objectifs du développement durable dans le tourisme.

Néanmoins, si nous devons prendre un peu de hauteur sur le rôle des indicateurs de durabilité, j'insisterai, pour conclure, qu'il ne faut pas perdre de vue le premier objectif du développement durable qui est la nécessité d'agir. Notre planète ne cesse de nous le rappeler. Certes il est important de passer du temps sur le suivi des indicateurs pour appuyer une stratégie durable, mais il ne faut pas que tous les efforts fournis dans la recherche de l'indicateur "idéal" se fassent

au détriment de l'action. Toutes les ressources mobilisées dans les tableaux de bord auraient peut-être aussi bien servies, voire plus, pour réaliser des actions sur le terrain. Donc n'oublions pas de faire simple quand c'est possible.

### *Nos conclusions sur la mission et le déroulé du stage professionnel*

L'opportunité de réaliser un stage professionnel dans le pôle Transition durable de l'ADT de l'Hérault m'a permis tout d'abord de comprendre l'organisation du fonctionnement du Département, des différents services et de la relation de dépendance entretenue entre eux et avec l'ADT. Cette relation peut parfois être à l'origine de discussions ou de conflits et demande une organisation et une bonne disposition de la part du personnel pour assurer le bon déroulement des activités et la réussite des projets.

La prise en main immédiate de la mission de suivi du label Clef Verte et mon intégration aux activités du service m'a donné l'opportunité de découvrir le travail de promotion et de développement du tourisme dans l'Hérault. J'ai également pu mettre en pratique les savoirs personnels et professionnels acquis durant la formation en les appliquant à des situations réelles, tout en ayant la liberté d'exprimer mon avis et de contribuer aux activités quand cela semblait opportun.

Ma position en tant qu'observateur des actions et de l'activité de l'ADT de l'Hérault a servi : d'un côté, à me positionner en situation de conseil des professionnels du tourisme, d'être la porte-parole des souhaits du Département de l'Hérault en matière de durabilité, et d'affronter les difficultés de négociation et de dialogue. D'un autre côté, de voir la bonne volonté requise et nécessaire pour impulser les professionnels à adopter une manière plus durable et responsable d'exercer.

La mission de suivi de la démarche de labellisation Clef Verte m'a permis de recueillir diverses données afin de faire la synthèse des informations récoltées dans les outils que nous avons mis en place pour faciliter le suivi. Cela n'a pas été facile en raison de la courte période de déroulement de la campagne de labellisation et du nombre conséquent des professionnels concernés à contacter. Néanmoins, cela m'a fait comprendre la situation des professionnels du tourisme chargés de planifier et de promouvoir le tourisme, qui n'ont parfois pas le temps de se former en amont des nouvelles exigences et qui manquent de moyens humains et techniques pour affronter les nouveaux défis.

C'est pourquoi, il devient important de se procurer des éléments synthétiques et déjà digérés pour leur permettre d'être à la hauteur des enjeux et pouvoir ainsi établir la discussion avec les

différents acteurs (l'État, la Région, les têtes de réseau, les OT, les bureaux d'études, les socio-professionnels, etc.) Pour cela, l'utilisation d'outils opérationnels tels que les tableaux de suivi et les indicateurs d'évaluation, nous paraissent un bon moyen.

La complexité du sujet de mémoire m'a demandé de travailler de manière organisée. Pour cela, une méthodologie préalablement établie a dû être suivie. Cette approche analytique avec laquelle j'étais déjà familiarisée m'a permis d'aboutir aux résultats attendus dans le temps imparti.

Les informations recueillies auprès des principaux acteurs se sont avérées inestimables pour :

- comprendre les démarches de labellisation suivies ainsi que les difficultés auxquelles ils sont confrontés,
- appréhender les enjeux actuels et les démarches entreprises en France et dans un pays comme le Costa Rica en vue d'accroître la durabilité dans le domaine du tourisme.

Cette compréhension pratique a enrichi mes connaissances théoriques et m'a donné de nombreux exemples de mesures concrètes prises sur le terrain dans le cadre de mon stage professionnel et du développement de notre étude.

En lien avec notre sujet d'étude, portant sur l'évaluation du tourisme durable, cette prise de conscience m'a permis d'anticiper les éventuelles difficultés et défis auxquels il faudra faire face. Il est important de redoubler d'efforts, en tant que professionnels, pour réinventer le tourisme comme une activité aux bénéfices économiques, positive pour le bien être humain, préservatrice des ressources et richesses du territoire, et ce malgré un contexte défavorable et un avenir incertain.

# BIBLIOGRAPHIE

## *Ouvrages*

- Offredi, Claudine. Société française de l'évaluation, « La dynamique de l'évaluation face au développement durable ». (La librairie des humanités) C, éditeurs. Limoges 2003. 2004 éd. Paris : Harmattan ; 2004. 324 p.

## *Ouvrages et documents en ligne*

- ADN Tourisme, ATD. Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable [en ligne]. 2022, pp.191. Disponible sur : [Guide des démarches de labellisation pour un tourisme responsable - ADN Tourisme \(adn-tourisme.fr\)](https://www.adn-tourisme.fr/guide-des-demarches-de-labellisation-pour-un-tourisme-responsable)
- ADN Tourisme. Rapport d'activités 2022 [En ligne]. ADN Tourisme ; 2022, pp.58. Disponible sur : <https://www.adn-tourisme.fr/>
- ADN Tourisme et ATD (Acteurs du tourisme durable). Guide « Mesurer autrement sa performance touristique » [en ligne]. ATD- Acteurs du Tourisme Durable Association Loi 1901. Montreuil 2021, pp.32. Disponible sur : <https://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/ressources-1/item/1508-mesurer-autrement-sa-performance-touristique-atd-publie-un-guide-sur-les-indicateurs-d-une-destination-durable>
- ADT de l'Hérault. Chiffres clés Tourisme et loisirs en Hérault 2022 [En ligne]. pp.88. Disponible sur: <http://www.adt-herault.fr/observation/publications-249-1.html>
- ADT de l'Hérault. Enquête loisirs et événementiel en Hérault 2022 [En ligne]. Pp.19. Disponible sur: <http://www.adt-herault.fr/observation/publications-249-1.html>
- DUBOIS Ghislaine et CERON Jean Paul. Guide d'évaluation du tourisme durable dans les destinations [en ligne]. Pulim. Limoges, 2004, pp.150. Disponible sur : <http://www.tec-conseil.com/lab/publications/articles-et-autres-publications-scientifiques/guide-d-evaluation-du-tourisme-durable-dans-les-destinations.htm?lng=fr>

- CRTL Occitanie Pros. Classement, labels et certifications [en ligne]. 2021, pp.128. Disponible sur : <https://pro.tourisme-occitanie.com/engagements-prioritaires/tourisme-durable/outils-ressources/classement-labels-et-certifications/>
- Eloi, Laurent. Sortir de la croissance : Mode d'emploi [En ligne]. Les liens qui libèrent. 2019. Pp.195. p. 1-15. Disponible sur : <https://univ-scholarvox-com.ezpupv.scdi-montpellier.fr/book/88904171>
- Steffens G. Les critères smart pour atteindre son objectif : la méthode intelligente du manager [En ligne]. Namur: 50 minutes; 2015. pp.62, p.9-27. Disponible sur : [https://catalogue.scdi-montpellier.fr/permalink/33MON\\_INST/1e45j1h/alma9929508904804231](https://catalogue.scdi-montpellier.fr/permalink/33MON_INST/1e45j1h/alma9929508904804231)
- Nations Unies/UNWTO. International recommendations for tourism statistics 2008 [en ligne]. Library of Congress ISBN. New York, 2010. Series M No. 83/Rev.1, pp.145. Disponible sur : [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf)
- Union PO of the E. Publications Office of the EU. Publications Office of the European Union. Boîte à outils du système européen d'indicateurs du tourisme pour la gestion durable des destinations. 2017, pp.64. Disponible sur: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4b90d965-eff8-11e5-8529-01aa75ed71a1/language-fr>
- UNWTO (World Tourism Organization). "Statistique Framework for Measuring the Sustainability of Tourism" [en ligne]. 2012, pp.104. Disponible sur: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-04/SF\\_MST\\_draft.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-04/SF_MST_draft.pdf)
- Butterfly Tourism. Département de l'Hérault. Communiqué de presse : Au salon SETT le Département présente une expérimentation inédite [En ligne]. 2021. pp.4. Disponible sur : [CP\\_etiquetage\\_campings\\_OK.pdf](CP_etiquetage_campings_OK.pdf) (betterfly-tourism.com)

### *Revue et Articles scientifiques*

- Allaire G, Dupeuble T. Des concepts aux indicateurs du développement durable : multidimensionnalité et responsabilisation [En ligne]. Développement durable et territoires Économie, géographie, politique, droit, sociologie. 2004. pp.11 Disponible sur: <https://journals.openedition.org/developpementdurable/678>



- Boulanger PM. Yvette Lazzeri (dir.). Les indicateurs territoriaux de développement durable. Questionnements et expériences, [En ligne]. L'Harmattan, développement durable. 2008, pp.323. Disponible sur: <http://journals.openedition.org/developpementdurable/6402>
- DUBOIS G, CERON JP. Construire et communiquer les indicateurs de développement durable. Retour sur quelques expériences dans le domaine du tourisme [En ligne]. 2013, pp.12. Disponible sur: <http://www.tec-conseil.com/lab/publications/articles-et-autres-publications-scientifiques/construire-et-communiquer-les-indicateurs-de-developpement-durable-retour-sur-quelques-experiences-dans-le-domaine-du-tourisme.htm?lng=fr>
- Furt JM, Antoinette Maupertuis M. Développement touristique insulaire et qualité de vie des résidents : une analyse critique des indicateurs de tourisme durable [En ligne]. Études caribéennes N°23. 2012, pp.20. Disponible sur: <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/6277>
- ISSOR Zineb. « La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions ». Publication Projectics / Proyéctica / Projectique [en ligne]. Vol.17 N°2. 2017, pp.17, p.93-103. Disponible sur: <https://www.cairn.info/revue-projectique-2017-2-page-93.htm>
- JACQUET Stéphane. "Management de la performance : des concepts aux outils". Université de Toulon [en ligne]. 2011, pp.18, p.2-4. Disponible sur: [https://www.academia.edu/10563043/Management\\_de\\_la\\_performance\\_des\\_concepts\\_aux\\_outils](https://www.academia.edu/10563043/Management_de_la_performance_des_concepts_aux_outils)
- Karima Z, Dr. ARAB A. Le tourisme et le développement durable. Revue des Sciences Économiques de Gestion et de Commerce. [en ligne].2016, N°33. pp.17, p.53- 68. Disponible sur : ResearchGate
- Kirch N. Une économie, ça s'empêche : Timothée Parrique, Ralentir ou périr. L'économie de la décroissance [En ligne]. Seuil, 2022. pp.320. Revue Projet N° 393 vol.2. Pp. 20. Disponible sur: <https://www.cairn.info/revue-projet-2023-2-page-88.htm?ref=doi>
- TANGUAY G. Indicateurs de développement durable en évaluation du patrimoine urbain [En ligne]. Téoros, OpenEdition Journal. 2013 pp.10. Disponible sur: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284424047>

- Université de Cergy-Pontoise. Mise en place des indicateurs qualitatifs de l'observatoire territorial du PNR du Vexin français via une enquête auprès de la population [en ligne]. M.R.T.E. Laboratoire de géographie, 2018. Vol. N°1, pp.325, p.5-21. Disponible en ligne sur : [document fichier fr rapport indicateurs qualitatifs.pdf \(parc-naturel-vexin.fr\)](http://document.fichier.fr/rapport/indicateurs_qualitatifs.pdf)

### *Articles de revue et presse*

- DUBOIS G, CERON JP. Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement. Espaces [En ligne]. 2000 N° 67, pp.17, p.30-46. Disponible sur: <https://www.tourisme-espaces.com/doc/1836.indicateurs-tourisme-durable-outil-manier-avec-discernement.html>
- Colomb Valérie et Filloz Valia. Les enjeux de la labellisation pour un territoire. Dossier : Très grande satisfaction client. Espaces. 2022 N°369, pp. 139, p.66-72.
- El Economista. Costa Rica: aprobada ley de nómadas digitales [En ligne]. Disponible sur : (<https://www.eleconomista.net/actualidad/Costa-Rica-aprobada-ley-de-nomadas-digitales--20210714-0016.html>).
- L'Echo Touristique. Tribune : manifeste européen pour un tourisme durable [En ligne]. Disponible sur : (<https://www.lechotouristique.com/article/tourisme-durable-les-6-propositions-de-20-agences-europeennes>).
- L'Echo Touristique « [Tribune de Julien Buot] Votre mission, si vous l'acceptez, sera d'agir pour un tourisme responsable en mode collectif ». [En ligne]. Disponible sur : (<https://www.lechotouristique.com/article/tribune-de-julien-buot-votre-mission-si-vous-lacceptez-sera-dagir-pour-un-tourisme-responsable-en-mode-collectif>).
- Mercorelli, Alexia. Les labels touristiques, un écosystème complexe. Dossier : Très grande satisfaction client. Espaces. 2022 N°369, pp. 139, p.62-65.
- T. DORAN, Georges. "There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives". Management review. 1981, vol.70, Issue 11. p.198, pp.30.

## *Documents de travail*

- ADT de l'Hérault. Le Schéma Départemental pour un tourisme durable et responsable 2022-2028. Département de l'Hérault, 2022.
- ADT de l'Hérault. Rapport d'activité 2022.
- ADT de l'Hérault. Rapport de synthèse des indicateurs de tourisme responsable retenus pour l'Hérault. 2022.
- ADT de l'Hérault. Organigramme de l'ADT de l'Hérault 2023.

## *Sitographie*

- ADN Tourisme [En ligne]. 2023 [consulté le 5 juillet 2023]. ADN Tourisme. Disponible sur: <https://www.adn-tourisme.fr/>
- ADEME. Labels Environnementaux | Particuliers | Agir pour la transition écologique [en ligne]. [consulté le 24 mai 2023]. Disponible sur: <https://agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/labels-environnementaux>
- ADEME Presse. Le tourisme durable en France : un levier de relance écologique. [En ligne]. [consulté le 8 août 2023]. Disponible sur: <https://presse.ademe.fr/2021/06/le-tourisme-durable-en-france-un-levier-de-relance-ecologique.html>
- ADT 34 - Hérault Tourisme Pro [En ligne]. [consulté le 5 juillet 2023]. Disponible sur: <http://www.adt-herault.fr/accueil-pro-1-1.html>
- Association Tourisme & Handicaps [En ligne]. 2023 [consulté le 5 juillet 2023]. Disponible sur: <https://tourisme-handicaps.org/>
- Atout France. Plan Destination France 2022 [En ligne], [consulté le 22 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.atout-france.fr/services/plan-destination-france>

- Avise.org. (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). Les étapes d'une démarche d'évaluation [En ligne] [consulté le 5 août 2023]. Disponible sur: <https://www.avise.org/articles/les-etapes-dune-demarche-devaluation>
- Avise.org. (Agence d'ingénierie pour entreprendre autrement). Le secteur du tourisme social et solidaire en France [En ligne] [consulté le 5 août 2023]. Disponible sur: <https://www.avise.org/articles/le-secteur-du-tourisme-social-et-solidaire-en-france>
- Climate Consulting [En ligne]. Tourisme durable : définition, enjeux et exemples. [consulté le 27 mai 2023]. Disponible sur: <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/tourisme-durable>
- CRT NA. Empreinte carbone : lancement d'un calculateur des émissions de gaz à effet de serre - Espace professionnels Nouvelle-Aquitaine [En ligne]. 2023 [consulté le 31 juill 2023]. Disponible sur: <http://www.crt-nouvelle-aquitaine.com/Nos-actualites/Empreinte-carbone-lancement-d-un-calculateur-des-emissions-de-gaz-a-effet-de-serre>
- Chaire Comptabilité Ecologique. Lancement de la Chaire Comptabilité écologique. [En ligne]. 2023 [consulté le 26 mai 2023]. Disponible sur: <https://www.chaire-comptabilite-ecologique.fr/Lancement-de-la-Chaire-Comptabilite-ecologique>
- DATA tourisme. La plateforme nationale OpenData du tourisme en France [en ligne]. [consulté 22 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.datatourisme.fr/>
- Département de l'Hérault. Plan Hérault Vélo - Mobilité [En ligne]. [consulté le 9 août 2023]. Disponible sur: <https://herault.fr/publication/70/16-plan-herault-velo.htm>
- Département de l'Hérault. Hérault Tourisme [En ligne]. 2023 [consulté le 5 juillet 2023]. Disponible sur: <https://herault.fr/457-herault-tourisme.htm>
- Données et études statistiques. Données et études statistiques pour le changement climatique, l'énergie, l'environnement, le logement, et les transports. [consulté le 22 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr>
- Flux Vision | Orange Business [en ligne]. [consulté le 22 juillet 2023]. Disponible sur : <https://www.orange-business.com/en/solutions/data-intelligence-iot/flux-vision>
- Geo.fr [En ligne]. 2017 [consulté le 25 juin 2023]. Le rapport Brundtland pour le développement durable. Disponible sur: <https://www.geo.fr/environnement/le-rapport-brundtland-pour-le-developpement-durable-170566>

- GRI - Home [En ligne]. 2023 [consulté le 26 mai 2023]. Disponible sur: <https://www.globalreporting.org/>
- Handicap.gouv.fr | Ministère des Solidarités et des Familles [en ligne]. [consulté le 21 août 2023]. Disponible sur : <https://handicap.gouv.fr/>
- INSEE. Indicateurs pour le suivi national des objectifs de développement durable [En ligne]. [consulté le 12 juill 2023]. Disponible sur: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2654964#documentation-sommaire>
- Información básica Región Chorotega [En ligne]. [consulté le 21 août 2023]. Disponible sur: <http://www.obtur.una.ac.cr/index.php/programa/calendario/informacion-basica-region-chorotegaa>
- Informations sur les données - Indicateurs de développement durable - Eurostat [En ligne]. 2023 [consulté le 29 mai 2023]. Disponible sur: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/information-data>
- INSEE. Indicateurs territoriaux de développement durable. [En ligne]. 2023 [consulté le 26 mai 2023]. Disponible sur: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4505239>
- Karima Z. TEC\_Publications. 2018 [consulté le 26 mai 2023]. Le Tourisme et le Développement Durable. Disponible sur: [https://www.researchgate.net/publication/328614537\\_Le\\_tourisme\\_et\\_le\\_developpement\\_durable](https://www.researchgate.net/publication/328614537_Le_tourisme_et_le_developpement_durable)
- L'Agenda 2030 en France. Objectifs de développement durable : 98 indicateurs de suivi pour la France [En ligne]. [consulté le 2 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.agenda-2030.fr/a-la-une/actualites-a-la-une/article/objectifs-de-developpement-durable-98-indicateurs-de-suivi-pour-la-france>
- Le label Clef Verte. Présentation de l'ecolabel Clef Verte [en ligne]. [consulté le 24 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.laclefverte.org/le-label/présentation/>
- La mesure de la durabilité du tourisme [En ligne] [consulté le 26 mai 2023]. Disponible sur: <https://www.unwto.org/fr/statistiques-du-tourisme/mesurer-la-durabilite-du-tourisme>
- Larousse É. Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne [En ligne]. [consulté le 1 juill 2023]. Disponible sur: <https://www.larousse.fr/>

- Les services Accueil Vélo - France Vélo Tourisme [En ligne]. [consulté le 9 août 2023]. Disponible sur: <https://www.francevelotourisme.com/accueil-velo>
- Loi n° 2001-153 du 19/02/01 tendant à conférer à la lutte contre l'effet de serre et à la prévention des risques liés au réchauffement climatique la qualité de priorité nationale et portant création d'un Observatoire national sur les effets du réchauffement climatique en France métropolitaine et dans les départements et territoires d'outre-mer | AIDA [En ligne]. Disponible sur: <https://aida.ineris.fr/reglementation/loi-ndeg-2001-153-190201-tendant-a-conferer-a-lutte-contre-leffet-serre-a-prevention>
- Ministères Écologie Énergie Territoires. Loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe) [En ligne]. [consulté le 6 juillet 2023]. Disponible sur: <https://www.ecologie.gouv.fr/loi-portant-sur-nouvelle-organisation-territoriale-republique-notre>
- Ministères Écologie Énergie Territoires. Observatoire national sur les effets du réchauffement climatique – ONERC [En ligne]. [consulté le 3 juin 2023]. Disponible sur: <https://www.ecologie.gouv.fr/observatoire-national-sur-effets-du-rechauffement-climatique-onerc>
- Ministères Écologie Énergie Territoires. Publication du 6e rapport de synthèse du GIEC. [En ligne]. [consulté le 3 juin 2023]. Disponible sur: <https://www.ecologie.gouv.fr/publication-du-6e-rapport-synthese-du-giec>
- Ministère de l'économie des finances et de la relance. Première publication de référence sur la notion de label public [en ligne]. [consulté le 22 juillet 2023]. Disponible sur : <https://www.economie.gouv.fr/apie/premiere-publication-de-reference-sur-la-notion-de-label-public>
- Ministère de l'économie des finances et de la relance. Qu'est-ce que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE)? [en ligne]. [consulté le 16 août 2023]. Disponible sur: <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/responsabilite-societale-entreprises-rse>
- Moses J. GSTC. GSTC Destination Criteria. [consulté le 29 mai 2023]. Disponible sur: <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/>

- Observatorio de Turismo, Migraciones y Desarrollo Sostenible de la Región Chorotega [En ligne]. [consulté le 31 juillet 2023]. Disponible sur: <http://www.obtur.una.ac.cr/index.php>
- Pepi Event. Événements MICE : tendance incontournable pour les entreprises [en ligne]. 2018 [consulté 21 août 2023]. Disponible sur: <https://www.pepievent.fr/evenements-mice/>
- Routard.com. Infographie : Enquête tourisme et écologie. [consulté le 9 août 2023]. Disponible sur: <https://www.routard.com/actualite-du-voyage/cid140576-enquete-tourisme-et-ecologie.html>
- Tourisme & Handicap : le tourisme pour Tous | Tourisme & Handicap [En ligne]. [consulté le 8 août 2023]. Disponible sur: <https://www.tourisme-handicap.gouv.fr/fr/tourisme-handicap-tourisme-pour-tous>
- Tourisme Hérault. Handitourisme : le tourisme accessible à tous dans l'Hérault. [en ligne]. [consulté le 22 août 2023]. Disponible sur: <https://www.herault-tourisme.com/fr/handitourisme/>
- Turner G. La dimension sociale du tourisme durable (ISTO) [en ligne]. Tourisme durable Québec. 2021 [consulté le 22 août 2023]. Disponible sur: <https://tourismedurable.quebec/la-dimension-sociale-du-tourisme-durable-isto/>
- UNWTO. Tourisme de développement durable [En ligne]. [consulté le 25 juin 2023]. Disponible sur: <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development>
- UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency [En ligne]. [consulté le 23 août 2023]. Disponible sur: <https://www.unwto.org/>

## TABLE DE FIGURES (1)

FIGURE 1 : SCHÉMA DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME. ....	17
FIGURE 2 : FEUILLE DE ROUTE D'ATOUT FRANCE .....	36
FIGURE 3 : L'HÉRAULT .....	51
FIGURE 4: CARTE DU DÉPARTEMENT DE L'HÉRAULT .....	51
FIGURE 5 : VIA FERRATA (OT CEVMED) ET KITSURF AU CAP D'AGDE .....	52
FIGURE 6: VIGNOBLES FAUGEROIS (PAYS DU MICOLA) ET JOUTES À SÈTE (C. GAUTHIER) .....	52
FIGURE 7: VILLAGE MINERVE .....	52
FIGURE 8: CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE L'HÉRAULT PAR TYPOLOGIE D'HÉBERGEMENTS. SDDTD 2022-2028 .....	54
FIGURE 9: ORGANIGRAMME DE L'ADT DE L'HÉRAULT 2023. ....	62
FIGURE 10: CHIFFRES CLÉ DU TOURISME RESPONSABLE DANS L'HÉRAULT EN 2021 .....	65
FIGURE 11: DERNIÈRES CHIFFRES DE PROS LABELLISÉS CLEF VERTE, ACCUEIL VÉLO ET T&H ....	87
FIGURE 12: EXTRAIT DU TABLEAU DE BORD DE SUIVI DU LABEL CLEF VERTE. ....	90
FIGURE 13: EXTRAIT DU QUESTIONNAIRE DE SUIVI DES ANCIENS LAURÉATS CLEF VERTE .....	93
FIGURE 14: EXTRAIT DES GRAPHIQUES DE L'APPLICATION D'INDICATEURS DE SUIVI DU LABEL CLEF VERTE .....	95
FIGURE 15: PHOTOS ILLUSTRANT LE MÉCONTENTEMENT DES RÉSIDENTS DE LA GESTION TOURISTIQUE DU "CANYON DE BOZOULS" .....	102
FIGURE 16: SITUATION GÉOGRAPHIQUE DE LA RÉGION DE CHOROTEGA, COSTA RICA.....	106



## TABLE DE FIGURES (2)

TABLEAU 1 : TABLEAU D'INDICATEURS FONDAMENTAUX DU TOURISME DURABLE DE L'OMT. ....	25
TABLEAU 2 : SYNTHÈSE D'INDICATEURS DE DURABILITÉ DE L'OMT.....	33
TABLEAU 3 : ETAT D'AVANCEMENT DU GROUPE DE TRAVAIL D'ADN TOURISME SUR LES INDICATEURS DE TOURISME DURABLE .....	44
TABLEAU 4: SYNTHÈSE DU WEBINAIRE DU 4/07/23 DU GROUPE DE TRAVAIL D'ADN TOURISME.....	45
TABLEAU 5: SYNTHÈSE DE LA STRATÉGIE DE L'HÉRAULT EN FAVEUR DU DÉPLOIEMENT DU LABEL CLEF VERTE .....	71
TABLEAU 6: SYNTHÈSE DE LA STRATÉGIE DE L'HÉRAULT EN FAVEUR DU DÉPLOIEMENT DU LABEL ACCUEIL VÉLO .....	74
TABLEAU 7: SYNTHÈSE DE LA STRATÉGIE DE L'HÉRAULT EN FAVEUR DU DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE TOURISME ET HANDICAP .....	77
TABLEAU 8: ANALYSE A.F.O.M. DU LABEL CLEF VERTE .....	79
TABLEAU 9: ANALYSE A.F.O.M. DU LABEL ACCUEIL VÉLO .....	81
TABLEAU 10: ANALYSE A.F.O.M. DE LA MARQUE TOURISME ET HANDICAP:.....	83
TABLEAU 11 : LES DÉTERMINANTS GÉNÉRIQUES DE LA QUALITÉ DE VIE D'APRÈS STIGLITZ, SEN ET FITOUSSI (2009) ET CRITÈRES D'ÉVALUATION. ....	103

# TABLE DE MATIERES

<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>1</b>
<b>RESUME / SUMMARY</b> .....	<b>2</b>
<b>SIGLES ET ABREVIATIONS</b> .....	<b>6</b>
<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>10</b>
Le contexte de l'étude : mission de stage à l'ADT de l'Hérault. ....	11
<b>AVANT-PROPOS</b> .....	<b>13</b>
<b>PARTIE I – LE CADRE THÉORIQUE</b> .....	<b>15</b>
<b>1 LE TOURISME DURABLE ET LE RÔLE DES INDICATEURS</b> .....	<b>15</b>
1.1 LES PRINCIPES DU TOURISME DURABLE .....	15
1.2 L'ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE FACE AU DÉVELOPPEMENT DURABLE .....	18
1.3 LES INDICATEURS COMME INSTRUMENTS DE MESURE INDISPENSABLES.....	20
<b>2 PRÉSENTATION DES INDICATEURS POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME</b> .....	<b>22</b>
2.1 LES INDICATEURS DE DURABILITÉ ET LEUR APPLICATION AU TOURISME .....	22
2.2 SYNTHÈSE ET ANALYSE DES INITIATIVES EXISTANTES POUR ÉVALUER LE TOURISME DURABLE/RESPONSABLE .....	23
<i>A l'échelle internationale</i> .....	24
<i>A l'échelle Européenne</i> .....	25
<i>En France</i> .....	26
<i>Nos constats</i> .....	29
<b>3 INTÉGRATION DES INDICATEURS DE DURABILITÉ DANS LA POLITIQUE TOURISTIQUE FRANÇAISE</b> .....	<b>34</b>
3.1 LES SOURCES DE DONNÉES : D'OÙ PROVIENNENT LES ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES POUR L'ÉVALUATION ? .....	36
3.2 LA DÉFINITION ET LE PARTAGE D'INDICATEURS DU TOURISME RESPONSABLE, UNE DÉMARCHE COLLABORATIVE.....	39
<i>Un besoin partagé par les échelons régional et départemental</i> .....	39
<i>La réflexion en cours à l'échelle nationale</i> .....	42
L'enjeu : .....	43
Les objectifs : .....	43
La méthodologie employée : .....	43

La forme du tableau de bord : .....	44
L'avancement de la démarche (à juillet 2023) : .....	44
La liste d'indicateurs retenus et les sources des données : .....	45
<i>Nos conclusions sur la démarche en construction en France</i> .....	46
<b>4 LES LABELS ET MARQUES, DES INDICATEURS FIABLES ET PÉRENNES POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME DANS L'HÉRAULT ? .....</b>	<b>47</b>
4.1 LES DÉMARCHES DE LABELLISATION .....	48
<b>PARTIE II. LES ORIENTATIONS ET INDICATEURS DU TOURISME DURABLE DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>51</b>
<b>5 LE TOURISME DURABLE DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>51</b>
5.1 L'HÉRAULT COMME DESTINATION TOURISTIQUE .....	51
5.2 LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME DANS L'HÉRAULT .....	53
5.3 LES DÉFIS À RELEVER .....	55
<b>6 LA STRATÉGIE DU DÉPARTEMENT DE L'HÉRAULT EN FAVEUR DU TOURISME DURABLE .....</b>	<b>56</b>
6.1 LES ENJEUX DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DURABLE 2022-2026 .....	56
6.2 L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (ADT) DE L'HÉRAULT .....	59
6.3 LES ACTIONS RÉALISÉES ET EN COURS POUR RELEVER LES DÉFIS .....	61
<i>L'organisation de l'ADT</i> .....	61
<i>La transition de l'Hérault vers le durable</i> .....	62
<i>Les indicateurs de durabilité suivis par l'Observatoire</i> .....	64
6.4 PRÉSENTATION DE 3 LABELS SOUTENUS/PORTÉS PAR LE DÉPARTEMENT DE L'HÉRAULT .....	67
<u>Le label Clef Verte</u> .....	68
<u>Le label Accueil Vélo</u> .....	71
<u>La marque Tourisme &amp; Handicap (T&amp;H)</u> .....	74
<b>PARTIE III - ANALYSE, RECOMMANDATIONS ET OUVERTURE .....</b>	<b>78</b>
<b>7 ANALYSE DE 3 LABELS COMME INDICATEURS POUR ÉVALUER LA DURABILITÉ DU TOURISME DANS L'HÉRAULT .....</b>	<b>78</b>
7.1 LE LABEL CLEF VERTE, POUR LA GESTION ÉCO RESPONSABLE .....	79
7.2 LE LABEL ACCUEIL VÉLO, POUR DÉVELOPPER LES MOBILITÉS DOUCES .....	81
7.3 LA MARQUE TOURISME & HANDICAP, POUR FAVORISER L'INTÉGRATION SOCIALE .....	83
7.4 NOS CONSTATS APRÈS L'ANALYSE DES 3 LABELS ET MARQUES .....	84
<i>Sur les démarches de labellisation</i> .....	84
<b>Les (+)</b> .....	84
<b>Les (-)</b> .....	86
<i>Sur les indicateurs de durabilité</i> .....	87
Critères quantitatifs : .....	88

Critères qualitatifs : .....	89
<b>8 RECOMMANDATIONS POUR AMÉLIORER L'UTILISATION DE CES LABELS COMME INDICATEURS DE DURABILITÉ .....</b>	<b>89</b>
8.1 SE DOTER D'INDICATEURS ET D'OUTILS APPROPRIÉS.....	89
a) <i>Création d'une base de données commune et évolutive</i> .....	90
b) <i>Le choix de nouveaux indicateurs pour parier sur la pérennité des labels</i> .....	91
c) <i>Des rapports simplifiés pour gagner en efficacité</i> .....	93
8.2 LA COMMUNICATION AVEC DES INDICATEURS POUR FACILITER LE PILOTAGE ET LA PRISE DE DÉCISIONS.....	95
8.3 AUTRES PERSPECTIVES AUTOUR DES LABELS .....	96
<b>9 OUVERTURE SUR L'INTÉGRATION DE NOUVEAUX CRITÈRES/INDICATEURS DE DURABILITÉ POUR L'HÉRAULT .....</b>	<b>98</b>
9.1 L'IDENTIFICATION D'OFFRES DURABLES NON LABELLISÉES.....	98
9.2 IMPULSER LE VOLET SOCIAL PAR L'ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE VIE DES RÉSIDENTS.	101
<b>10 SYNTHÈSE DES LIMITES ET DES POINTS À APPROFONDIR .....</b>	<b>110</b>
10.1 MIEUX COMMUNIQUER AVEC LES INDICATEURS.....	110
10.2 MOINS COMPTER POUR MIEUX ÉVALUER.....	111
10.3 ANTICIPER LA CONSTRUCTION D'INDICATEURS.....	112
10.4 CRÉER DES INDICATEURS D'INTERFACE ENTRE LES INTERFACES .....	113
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>116</b>
Nos conclusions sur la mission et le déroulé du stage professionnel .....	119
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>121</b>
Ouvrages.....	121
Ouvrages et documents en ligne.....	121
Revue et Articles scientifiques.....	122
Articles de revue et presse.....	124
Documents de travail.....	125
Sitographie .....	125
<b>TABLE DE FIGURES (1) .....</b>	<b>130</b>
<b>TABLE DE FIGURES (2) .....</b>	<b>131</b>
<b>TABLE DE MATIERES .....</b>	<b>132</b>
<b>TABLE D'ANNEXES.....</b>	<b>136</b>

<b>ANNEXES .....</b>	<b>136</b>
Annexe 1 .....	137
Annexe 2 .....	142
Annexe 3 .....	148
Annexe 4 .....	152
Annexe 5 .....	155
Annexe 6 .....	161
Annexe 7 .....	164
Annexe 8 .....	167
Annexe 9 .....	170
Annexe 10 .....	174
Annexe 11 .....	179

## TABLE D'ANNEXES

- Annexe 1 :** Tableau de synthèse des programmes et publications sur les indicateurs du tourisme durable. Juillet 2023.
- Annexe 2 :** Compte rendu du webinaire de Restitution des indicateurs tourisme durable (ADN Tourisme) le 4 juillet 2023.
- Annexe 3 :** Compte rendu de l'entretien avec le chargé d'études d'ADN Tourisme le 12 juillet 2023. **(Document Confidentiel)**.
- Annexe 4 :** Compte rendu de l'entretien avec le responsable de l'Observatoire du CRT de la Région Nouvelle-Aquitaine le 23 juin 2023. **(Document Confidentiel)**.
- Annexe 5 :** Relevé d'entretien avec la Coordinatrice du pôle Observation et Veille stratégique (Hérault Tourisme) le 15 juin 2023. **(Document Confidentiel)**.
- Annexe 6 :** Rapport de synthèse des indicateurs de tourisme responsable retenus pour l'Hérault. Hérault Tourisme 2022. **(Document Confidentiel)**.
- Annexe 7 :** Tableau comparatif des labels écoresponsables pour les hébergements. Mai 2023.
- Annexe 8 :** Tableau comparatif des labels écoresponsables pour les restaurants. Juillet 2023.
- Annexe 9 :** Questionnaire de satisfaction des anciens lauréats du label Clef Verte. Juillet 2023.
- Annexe 10 :** Rapport de suivi Label Clef Verte\_Phase 1. Avril 2023.
- Annexe 11 :** Rapport de suivi Label Clef Verte\_Phase 2. Juillet 2023.

*NB : Ces documents contiennent des informations confidentielles et est destiné à l'usage exclusif du destinataire. Toute diffusion non autorisée est strictement interdite.*

# ANNEXES

## Annexe 1 :

### Tableau de synthèse des programmes et publications sur les indicateurs du TD

Echelle	Année	1972	1997	1999	2006
Internationale	Programme	Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE)	Global Reporting Initiative (GRI)	Initiative Green destinations	Dispositif Green Passport
	Pilote:	Organisation des Nations Unies / Organisation mondiale du tourisme (OMT)	organisation GRI créé en EU	ONG Green Destinations Foundation (Australie)	Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE)
	Membres:	Commission statistique des Nation Unies et l'Organisation Mondiale du Tourisme, L'organisation mondiale du Travail, pays membres	plusieurs membres tel que des ONG, entreprises, des consultants experts , universités...	tous les pays	l'ONU, les 7 pays membres du Comité 21 dont la France, seule représentant européen.
	Enjeu:	ensemble de directives et de normes pour la collecte, l'analyse et la présentation des données statistiques relatives au tourisme.	fournir des directives mondiales pour la communication de la durabilité des entreprises à travers de normes	évaluer et promouvoir les destinations touristiques durables	aider à créer des destinations d'excellence sur le plan du tourisme durable
	Apport sur indicateurs	Guide pour l'établissement des Recommandations Internationales sur les statistiques du tourisme 2008 (RIST 2008)	Les normes GRI (système modulaire de normes interconnectées)	Identification "Green destination"	Initiative " Green Passport ou "Passeport Vert "
	Objectif:	recommandations pour aider les pays à harmoniser leurs méthodes de collecte de données, facilitant ainsi la comparabilité fiable des statistiques du tourisme à l'échelle internationale	Porter à connaissance les information et les bonnes pratiques mondiales de reporting public relatives aux externalités positives ou négatives impactant le développement durable, afin d'aider les organisations à réaliser des objectifs de développement durable.	fournir une méthodologie pour évaluer les performances environnementales, sociales et économiques des destinations	Promouvoir le développement durable et encourager les pratiques respectueuses de l'environnement. Fédérer les acteurs du monde entier sur les différentes pratiques permettant de développer une économie touristique respectueuse de l'environnement. Expliquer aux voyageurs comment faire du tourisme une activité durable.
	Axes d'influence	applicable à tous les pays	applicable à toutes les organisations et secteurs spécifiques dont le tourisme	applicable aux destinations touristiques	applicable à toutes les destinations et à tous les touristes
	Thématiques	méthodologie de collecte des données et sur la formation des agents en charge, mise en place d'un système d'information performant...	économie, environnement, droits de l'homme, relations sociales et qualité du travail, produits responsables, impact sociétale...	Gestion et gouvernance. Nature et paysages. Climat et énergie, Culture et tradition, Social et bien-être, Affaires et tourisme responsable,	Chaque territoire met en œuvre un plan d'action qui aura pour objectif de promouvoir un tourisme durable.
	Indicateurs	des indicateurs statistiques clés de base sur l'activité touristique (arrivées, recettes, nuitées, emplois, capacité, taux d'occupation, etc)...certains indicateurs encouragent la collecte de données sur des aspects tels que l'empreinte environnementale, la consommation d'énergie et la gestion des déchets.	69 indicateurs : de base et supplémentaires	44 critères. Système basé sur une échelle de points pour évaluer les performances des destinations dans différentes catégories. Le nombre exact d'indicateurs peut varier en fonction des critères spécifiques de chaque catégorie et des versions	Les indicateurs spécifiques peuvent varier en fonction du contexte et des objectifs fixés.
	Typologie	Démarche volontaire/ cadre normatif	Démarche volontaire/ cadre normatif	Certification	Démarche volontaire/ cadre d'intervention reconnu au plan international
Mise en application	des nombreux pays dont la France, l'Espagne, L'Italie, L'Angleterre, Les états-unis...	utilisé par une centaine de pays du monde entier	plusieurs pays d'Europe	dans différents pays tels que le Costa Rica, l'Équateur et l'Afrique du Sud	

Echelle	Année	2008	2009	2015-2020	2017
Internationale	Programme	Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria	Tourism Sustainability Scorecard	Programme One planet	Agenda 2030
	Pilote:	Global Sustainable Tourism Council (GSTC)	Inter-American Development Bank	Organisation mondiale du tourisme (OMT)	L'ONU
	Membres:	32 membres, initié par : the Rainforest Alliance, the United Nations Environment Programme (UNEP), the United Nations Foundation (UN Foundation), and the United Nations World Tourism Organization (UNWTO).	Sustainable Tourism Partnership (STPP)	Membres: 24 pays (Espagne/France pilote)	tous les pays
	Enjeu:	Aider les destinations à accomplir les objectifs de l'Agenda 2030 pour le développement durable.	évaluer la performance durable de l'activité touristique	créer un cadre statistique commun pour mesurer l'impact et les contributions du tourisme sur développement durable	adopter les 17 Objectifs de développement durable (ODD) pour la période 2015-2030
	Apport sur indicateurs	GSTC -D (Destination Criteria) 2013 à 2019	Tourism Sustainability Scorecard	SF-MST (Statistique Framework for Measuring the Sustainability of Tourism )/ Cadre statistique de mesure de la durabilité du tourisme	
	Objectif:	apporter un cadre pour le développement et le management de la durabilité des secteurs touristiques par le biais de l'évaluation de la conformité de critères mondiaux et du développement d'indicateurs de performance propres à la destination ou entreprise.	mesurer et évaluer les différents aspects de durabilité de l'industrie du Tourisme .	réduire les impacts du secteur du tourisme à 2030	encourager les pays à s'approprier d'indicateurs et à les adapter pour permettre un suivi national qui tienne compte des enjeux et priorités propres à chaque pays
	Axes d'Influence	applicable essentiellement aux destinations mais certains critères peuvent être applicables à toute organisation, entreprise, événements... du secteur touristique.	applicable aux destinations, aux entreprises touristiques, aux organisations gouvernementales et/ou aux organismes de certification	économie, environnement, société et gouvernance	applicable aux destinations touristiques
	Thématiques	Gestion durable, Durabilité socio-économique, durabilité culturelle, durabilité environnementale	gestion environnementale, la participation communautaire, la qualité de l'emploi, etc	impact économique, gestion des ressources naturelles, qualité de l'environnement, satisfaction des visiteurs, emploi et qualité de vie des communautés locales	169 cibles à décliner pour assurer un suivi de l'engagement international vers les ODD
	Indicateurs	45 indicateurs répartis dans quatre critères principaux : Gestion durable, Impact socioculturel, Impact environnemental et Impact économique.	entre 50 et 100 indicateurs, le nombre d'indicateurs peut varier pour s'adapter aux spécificités et aux besoins de chaque programme	nombre d'indicateurs conseillés non fixes et adaptation flexible, ils peuvent varier selon les besoins spécifiques du contexte et des objectifs de mesure. Plus de 100 indicateurs recommandés sont proposés	232 indicateurs qui abordent l'ensemble des ODD
	Typologie	Certification	Démarche volontaire/outil d'évaluation et d'amélioration des performances durables	Démarche volontaire d'amélioration de la performance	engagement / démarche volontaire
Mise en application		plusieurs pays d'Europe	nombreux pays pilote l'utilisent tels que: le Mexique	plusieurs pays d'Europe	



EUROPEENNE	Année	2013	2019
	Programme	ETIS (European Tourism Indicators System/ système européen d'indicateurs du tourisme)	Charte Européenne du Tourisme Durable (CETD) ou Green Deal
	Pilote:	Commission Européenne	Commission Européenne
	Membres:	pays UE	pays UE
	Enjeu:	évaluer et promouvoir la durabilité du secteur touristique en Europe	encourager les destinations touristiques à adopter une approche durable
	Apport sur indicateurs	ETIS (European Tourism Indicators System/ système européen d'indicateurs du tourisme)	transformer l'ensemble de l'économie européenne de manière à la rendre durable et respectueuse de l'environnement
	Objectif:	fournir des outils et des lignes directrices pour aider les destinations touristiques de l'Union Européenne à mesurer leur performance et influence en termes de durabilité	lutter contre le changement climatique et de promouvoir une transition vers une économie durable. Atteindre la neutralité des GES à 2050
	Axes d'influence	Tous les pays de l'UE	Toutes les destinations de l'UE
	Thématiques	Gestion de la destination, Valeur économique, Impact social et culturel et Impact environnemental	Objectifs du DD
	Indicateurs	ETIS propose une liste d'indicateurs spécifiques pour chaque domaine /thématique .43 indicateurs (22 de base et 21 secondaires)	inclut des mesures pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, promouvoir les énergies renouvelables, encourager l'efficacité énergétique, stimuler l'innovation verte, protéger la biodiversité et renforcer la résilience climatique.
Typologie	Démarche volontaire d'amélioration de la performance	Démarche volontaire d'amélioration de la performance	
Mise en applicati	l'ETIS a été développé principalement par les politiques des pays européens	en France plusieurs régions on adhéree la CETD telles que : la Bretagne, la Nouvelle-Aquitaine, l'Occitanie, la Provence-Alpes-Côte d'Azur...	

Année	1999	2018	2018
Programme	ONU	L'Agenda2030	Loi n° 2001-153 du 19/02/01 qui confère à la lutte contre l'effet de serre et à la prévention des risques liés au réchauffement climatique la qualité de priorité nationale
Pilote:	L'Institut Français de l'Environnement (IFEN)	Conseil national de l'information statistique (CNIS) et l'INSEE	Ministère de la transition écologique et solidaire
Membres:		Groupe de travail de 100 membres	
Enjeu:	Construire le socle d'un système d'information statistique et de mesure de la forme durable du développement en milieu local et régional	lutter contre les inégalités, l'exclusion et les injustices ; faire face au défi climatique ; mettre fin à l'extrême pauvreté.	anticiper les impacts du climat sur l'ensemble du territoire français
Apport sur indicateurs	Publication "les indicateurs de développement durable, méthodes et perspectives"	Cadre national des indicateurs ODD	création de l'observatoire national sur les effets du réchauffement climatique (ONERC)
Objectif:	Faire un travail de déchiffrement du contenu du sommet de Rio par l'élaboration d'indicateurs pertinents du développement durable.	suivre le progrès de la France dans l'atteinte des 17 ODD définis par l'ONU en complément du rapportage international des 231 indicateurs mondiaux auprès des agences onusiennes.	collecter et diffuser les informations, études et recherches sur les risques liés au réchauffement climatique et aux phénomènes climatiques extrêmes.
Axes d'influence		toutes les structures touristiques	tous les territoires en France
Thématiques		un tableau de bord composé de 98 indicateurs	changement climatique et événements extrêmes, montagnes, littoral, biodiversité, agriculture, santé,
Indicateurs			suivi des glaciers, des températures extrêmes, le niveau des océans, date de migration des oiseaux, date des vendanges, exposition aux risques climatiques
Typologie		Démarche volontaire/outil d'amélioration des performances durables	
Mise en application		Les 100 pays membres	Sans suivi

NATIONALE

	Année	2021	2021	2021
NATIONALE	Programme	Agenda 21 du tourisme	Programme "Plan destination France"	ATD
	Pilote:	Régions et départements français	Gouvernement français	Acteurs du tourisme Durable
	Membres:		Ministères français	Membres de l'ATD et partenaires
	Enjeu:	guider les politiques de développement à l'échelle mondiale, nationale et locale en intégrant les dimensions économique, sociale et environnementale.	Conforter la France comme première destination touristique mondiale et d'en faire la première destination de tourisme durab	Aider aux destinations à obtenir les données pour mesurer leur performance de durabilité
	Apport sur indicateurs	<b>plan d'actions pour promouvoir un tourisme durable à l'échelle locale</b>	plan d'actions pour promouvoir un tourisme durable à l'échelle locale	<b>Guide « Mesurer autrement sa performance touristique-2021 »</b>
	Objectif:	la promotion du développement économique durable, la protection de l'environnement, la lutte contre la pauvreté, la promotion de l'équité sociale, la participation citoyenne, et la coordination des politiques de développement à tous les niveaux.	fixer une trajectoire de développement et de transformation du secteur touristique sur 10 ans	Présenter la méthode pour obtenir les données permettant de mesurer la performance durable d'une destination
	Axes d'influence		l'ensemble du territoire métropolitain et ultra-marin	tous les territoires en France
	Thématiques	intègrent des indicateurs de mesure de la durabilité du tourisme	5 axes de développement : Reconquérir les talents, Soutenir la montée en qualité, Valoriser et renforcer les atouts touristiques français, Répondre aux enjeux de transformation du secteur, Promouvoir la destination France et consolider ses parts de marché.	10 thématiques: la réduction des GES, la consommation de l'eau, la consommation de l'énergie, la production des déchets, la part des sols artificialisés (enjeu biodiversité), les mobilités douces, la satisfaction des acteurs (pro, habitants, visiteurs) , la formation des professionnels au DD et RSE, l'accessibilité pour tous, les retombées économiques
	Indicateurs			
	Typologie		Cadre incitatif	Démarche volontaire/outil d'amélioration des performances durables
Mise en application		Sans suivi	l'ensemble du territoire métropolitain et ultra-marin	Sans suivi

## Annexe 2

### Compte rendu du webinaire de Restitution des indicateurs tourisme durable (ADN Tourisme) le 4/07/2023

Webinaire le 04/07/2023 de 9h30-11h

#### Restitution des indicateurs tourisme durable\_ADN-Tourisme

**Animateur webinaire :** ADN Tourisme

**Membres du Groupe de travail:** Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, OT Combloux, CRT Sud –PACA, Thomas OT Paris, CRT sud-PACA, Tourisme Bretagne, Isère Attractivité, Seine-Maritime Attractivité, Provence Tourisme, OT Saint-Jean de Monts, Aube en Champagne Tourisme et Auvergne Rhône-Alpes Tourisme.

**Présentation du webinaire par la DG d'ADN Tourisme**

**Ordre du jour :**

1. Rappel des Enjeux et des objectifs
2. Présentation des indicateurs environnementaux
3. Présentation des indicateurs sociaux

#### **1. Rappel des Enjeux et des objectifs**

**Contexte :** travail issu du manifeste d'ADN pour un tourisme responsable mars 2021 – Mesure 10 : repenser et élargir la mesure de l'activité touristique. Création d'un groupe de travail de 13 représentants des CRT, OT, ADT qui s'est réuni une fois par mois depuis mars 2021.

**Objectif :**

- Définir une liste homogène d'indicateurs que chaque territoire pourra utiliser pour compléter les indicateurs "classiques" de l'observation et comparables à niveau national
- Établir une grille d'indicateurs du tourisme responsable en s'appuyant sur l'existant (BAO, Guide ATD, initiatives territoriales...)
- Partager cette liste aux membres du réseau ADN
- Accompagner et inciter le réseau à les utiliser
- Développer l'outil

**Mise en œuvre :**

- Appui des échelons (CRT/ADT/OT)
- Travail évolutif
- Travail partenarial d'Atout France et de la plateforme FTO (France Tourisme Observation) pour récupérer les données
- Tableau de bord évolutif

**Contenu de la restitution du travail effectué :**

- Dimension environnementale (travail de 1,5 ans) - 43 indicateurs analysées dont **21 retenus** (12 indicateurs complémentaires proposés)
- Dimension social (travail de 6 mois) – 27 indicateurs analysés ou en cours dont **9 retenus**, (12 indicateurs complémentaires proposés)
- Dimension économique - **travaux en cours**, restitution à venir

**Sélection des sources :**

- Touchant les plus d'offres
- Disponibles en open date ou facilement récupérable

- Disponible aux maximums d'échelons

## 2. Présentation des indicateurs environnementaux

4 Sous-thèmes considérés :

1. Hébergements et activités responsables labellisés
2. Destinations éco responsables
3. Consommation énergétique et ressources naturelles/
4. Impact carbone, mobilités et qualité de l'air

### 2.1- Hébergements et activités responsables labellisés

- **Hébergements :**

**Labels retenus :** *Gîtes panda, éco gîtes, Clef verte, ecolabel, partir écolo* (labels reconnus par l'ADEME, les plus connus et développés, data accessible, accessible à toutes les échelles)

- Déclinaison des indicateurs :

- Indicateur de base : Évolution annuelle par rapport à N-1
- Indicateurs complémentaires : Part des hébergements éco-labellisés au regard du Nb total d'hébergements marchands du territoire

- **Restaurants :**

**Labels retenus :** *écotable\** (créé en 2019) et *Green Food* (150 labellisés en France tous types et niveaux de resto étoilé au foodtruck)

\*NB : Le label écotable sortira bientôt un nutri score de A à E + plateforme pour mesurer le niveau des établissements. A ce jour 246 établissements sont labellisés en France et il y a une forte dynamique de déploiement. Ce label sera financé à 100% à Marseille les 3 prochaines années en vue des Jeux Olympiques.

**Indicateurs en st by pour ce sous-thème :**

- Critères verts car trop tôt pour avoir des données des nouveaux classements des hébergements
- Volume annuel identifiés comme éco-responsable par les plateformes de réservation (booking, expedia, airbnb)
- Volume annuel d'activités éco-labellisées /éco responsables

**Labels non retenus :** Green globe non retenu car le nombre de labellisés n'est pas encore assez représentatif à ce jour en France.

### 2. 2 Destination éco-responsable :

- **A l'échelle territoriale :**

**Labels retenus :**

- *Pavillon bleu* (champ d'action large, jury nationale et internationale soit comparable hors France, 419 plages labellisées en France....évolution importante depuis 2001, présent dans 50 pays)
- *Démarche Passeport vert* (2012 par l'ONU) : évaluer l'engagement durable des destinations éco-responsables labellisées (destinés aux régions, EPCI, communes...)
- *Villes et villages fleuris* : plus 62 critères la dimension environnementale à bien progressée ces dernières années + qualité de vie, label destiné aux régions, EPCI, communes... 85 communes labellisées en France. A noter que 4 fleurs est le plus haut engagement.

- Déclinaison des indicateurs :

- Indicateur de base : Évolution annuelle par rapport à N-1

**Labels non retenus :**

- *flocon vert*
- *Cittaslow*, ce label met en avant la valeur humaine mais reste limité, il ne concerne que des destinations à l'échelle communes urbaines, label pas trop actif en France.
- *Destination innovant durable* (créé par France congrès) ne concerne que le tourisme d'affaires

**Label en st by :**

- **Programme GDS Index** : réservé aux destinations incluant ou de plusieurs destinations urbaines (70 indicateurs) bonne piste pour les OT pour commencer à poser un cadre
- **Sites naturels protégés :**

**Labels retenus :**

- **Réseau des grands sites de France**
- **INPN (inventaire national du patrimoine naturel)**

Déclinaison :

- Évolution à N-1 des sites labellisés
- Indicateur complémentaire : Superficie totale annuelle des sites protégés
- Indicateur complémentaire : Évolution annuelle de la superficie totale des sites
- **Qualité des sites de baignade :**
- Démarche qualité eaux de baignade (suivi de l'eau bonne et pas bonne à N-1)

**Indicateurs non retenus :**

- Stations vertes
- FTD (fond tourisme durable) !!
- Plan climat-air-énergie territorial
- Villes et villages fleuris
- Départements fleuris

**2.3 Consommation énergétique et ressources naturelles :**

**Indicateurs retenus :** Nombre des bornes de recharge de véhicules électriques installés dans le territoire (échelle régionale et département)

- Sources majeures : Gireve (privé) et données de l' Agence ORE à venir à partir de l'année prochaine date accessibles à l'échelle régionale et peut-être départementale

- Déclinaison des indicateurs :

- Indicateur de base : l'évolution à N-1
- Indicateurs en test : Évolution de la consommation électrique (et gaz) des activités, Agence ORE fait la collecte des fournisseurs et met à disposition quelques données mais 10-15% marge d'erreur observé car non obligatoire de fournir à ce stade.

**Sources non retenues :** ENEDIS, Enercoop, Open street map, déchets (aucune source homogène et accessible en open data à ce jour en France et difficile à calculer pour le tourisme car les voyageurs ne restent que temporairement sur le territoire)

**Indicateurs en Stby :** part de l'électricité verte car données pas fiables à ce jour

**2.4: Impact carbone, mobilités et qualité de l'air :**

**Indicateurs retenus :** Évaluer les km des voies cyclables en site "propre" (voie vélo uniquement) et en site partagé (voie mixte plusieurs usages)

- Sources :

- **vélo & territoire** qui met à disposition en open data à l'échelle régionale et département

- **Label accueil vélo** : Nb. D'établissements et des destinations labellisés

- Indicateur complémentaire : Taux de cyclabilité annuel dans un territoire (compteurs)

#### Indicateurs en test :

- Nb de jours de qualité de l'air : car critère trop urbain, quels gaz à suivre ? pas de source homogène (ATMO France fonctionne que par région, ne mesure pas de manière homogène entre elles)
- Volume de pollution
- Impact carbone du tourisme (cf. Calculateur de l'ADEME et du CRT de la Nouvelle-Aquitaine)
- Volume des km parcourus par la clientèle pour arriver à la destination

#### Source non retenue :

- ATMO France, Kantar, My traffic, waze, michelin, SNCF, (restreints et non accessibles en opendata)
- Randonnées non motorisées
- Fluvial décarboné (car n'utilisé que pour le loisir et pas pour la mobilité)

#### Sources à venir :

- Expérimentation satellitale de qualité de l'air.
- L'ADEME sortira en 2024 un guide pour expliquer la méthode de calcul des GES
- Orange annonce la mise à disposition prochainement des data portant sur la mobilité des touristes pour évaluer l'impact carbone (payant)

NB : Hormis les indicateurs de base retenus, l'obtention des données des indicateurs complémentaires identifiés, est payante. C'est pour ça qu'ils n'ont pas été retenus.

#### Sujets et thématiques mis "sous le coude": (critères importants mais sources pas encore fiables)

- Données météo (les données accessibles à ce jour ne sont pas convenables ou sont insuffisants)
- Satisfaction clients (enquête trop coûteuse)
- Données ferroviaires (accès aux données pas facile voire impossible à obtenir)

#### QUESTIONS – RÉPONSES PREMIÈRE PARTIE :

- Quid des déchets : critère pas retenu car aujourd'hui les sources disponibles ne sont qu'à l'échelle interrégionale. Piste de réflexion pour travailler à l'échelle communale. Indicateur important à suivre !
- Quid de la consommation de l'eau ? : non retenu car aujourd'hui les sources disponibles ne sont qu'à l'échelle interrégionale. Piste de réflexion pour travailler à l'échelle communale. Indicateur important à suivre !
- Label Valeur parc : intégration de l'indicateur en réflexion comme indicateur complémentaire
- NB : Bornes de recharge des VL pris en compte dans le volet énergie et non de mobilité car ça touche les 2

### **3. Présentation des indicateurs sociaux :** (NB : On s'appuie plus sur les labels en absence d'autres indicateurs disponibles et gratuits à ce jour)

#### **3.1 Relation habitants/tourisme :**

**Critère retenu :** pression des résidences secondaires au regard de l'ensemble de l'habitat du territoire

**Source :** Données de l'INSEE

**Indicateurs retenus :** Nombre de résidences secondaires louées

#### -Déclinaison des indicateurs :

- Densité touristique annuelle
- Évolution N-1

**Indicateurs complémentaires :** ressenti des habitants et part des habitants qui soutient le tourisme (non retenu de base car enquêtes payantes)



#### Indicateurs en test :

- Pression touristique sur l'habitat
- Nb de visiteurs pour 100 résidents (calcul annuel glissé donc faussé au regard de la saisonnalité)

#### 3.2 Tourisme inclusif :

- **Accessibilité pour tous**

#### Labels Retenus :

- **Label tourisme & handicap** (marque d'État) : données open data sur près de 4000 établissements labellisés selon le nb d'handicaps.

NB : nombre des labellisés à relativiser car évolution de la réglementation qui intègre en plus certains handicaps

#### Indicateurs retenus :

- Indicateurs de base : évolution N-1
- Indicateurs complémentaires : marque destination pour tous
- **Tourisme social** :

Indicateur retenu : **Chèques de vacances (ANCV,..)**

#### Indicateurs complémentaires :

- Récupérer le montant des Chèques vacances proposés partout en France
- Nb des structures émettrices
- Évaluer la répartition des touristes d'un territoire par PCS.

Source : KANTAR (données payants)

#### Indicateurs non retenus :

- Répartition des touristes qui ont bénéficié des aides par catégorie d'âge
- Evaluation de l'engagement concernant l'acceptation des aides en chèque vacances CAF à travers le nombre de structures proposant VACAF
- Nb de séjours pris en charge par VACAF (données qu'à l'échelle local pas encore pour l'EPCI ;

#### Indicateurs en test/ en st by :

- Montants de l'aide au départ en vacances
- Montants des aides à l'investissement (ANCV)
- *Volume annuel des entreprises solidaires d'utilité sociale*

....

Sources non retenues : UNAT,

#### 3.3 Tourisme de proximité (travail en cours)

- Pb de définir la proximité selon destination /territoire

- Sources payantes : KANTAR / Business

- Recherches se poursuivent

#### 3.4 Ressources humaines

**Critère retenu** : Évaluer la répartition des salariés H/f dans le tourisme

- Source disponible récemment par URSSAF

**Indicateur retenu** : répartition des indépendants H/F travaillant dans le tourisme



**Indicateur non retenu** : identifier *les répartition H/F occupant un poste de direction* (PIOT, ADN Tourisme)

**Indicateur retenu** : évaluer l'engagement de la destination à travers l'offre en hébergements solidaires labellisés par l'association UNAT

Source : UNAT

**Indicateur non retenu** : tourisme équitable car les sources restent rares et peu de nb et mal réparti

**Indicateurs "mis sous le coude" sur l'aspect social :**

- Satisfaction client : non retenu car sources payantes

**Conclusion / Suite du travail d'ADN Tourisme :**

- Continuer à travailler sur les indicateurs du volet social et économique
- Récupération des fichiers données pour mettre à disposition sur plateforme ADN Tourisme
- Travail de sensibilisation sur l'exploitation des données (à quoi ils servent, comment les interpréter ??)
- Espace dédié sur le sujet et BAO sur ADN Tourisme
- PPT du webinaire sera disponible sous qq jours

- FIN DU CR-

## Annexe 7

**TABLEAU COMPARATIF DES DEMARCHES DE QUALIFICATION ECO RESPONSABLE APPLICABLES AUX HEBERGEMENTS TOURISTIQUES**

(Cf. labels et démarches de qualification environnemental recommandés par l'ADEME : lien <https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/labels-environnementaux>)

	Ecocert européen	Label Clef Verte	Certification Green Globe	Hôtels au Naturel®	Label Gîte Panda	Qualification ECO Gîte®
Territoire concerné	<b>Européen</b>	<b>International</b>	<b>International</b>	<b>Français</b>	<b>Français</b>	<b>Français</b>
Nombre d'établissements (2023)	France : 124 Occitanie : 2 Hérault : 1	France : 1077 Occitanie : 157 Hérault : 53	France : 50 ttes catégories Occitanie : 1 Hérault : 0	France : 19 Occitanie : 3 Hérault : 1	France : 175 Occitanie : 27 Hérault : 2	France : 406 Occitanie : 43 Hérault : 6
Etablissements ciblés	Hébergements touristiques	Hébergements touristiques et Restaurants	Tous établissements touristiques (hébergements, spa, resorts, loisirs, restaurants...)	Hôtels et résidences de tourisme	Gîtes, chambres d'hôtes et Campings	Les chambres d'hôtes et gîtes membres du réseau Gîtes de France®
Prérequis	Aucun.  Inscription et démarche en ligne	Aucun.  Inscription et démarche en ligne	Aucun.  Référentiel obtenu que sur demande	Hébergements situés dans des territoires naturels d'exception ou protégé Avoir deux étoiles min.	Membre du réseau Gîtes France® Référentiel sur demande. Territoires bénéficiant d'une mesure de protection de l'Env.	Membres du réseau GDF®. Tous territoires
Auditeur tiers partie	Oui (AFNOR)	Non (Auditeurs formés par Teragir)	Oui (Green Globe Certification)	Non (Groupement « hôtels au Naturel »)	Non (techniciens formés par WWF France, partenaire de GDF®)	Non (Techniciens GDF®)
Nombre de critères	<b>67 critères</b> Valant de 0,5 à 5 points, repartis en 5 catégories *Impératifs : 22 (minimum 20 pts) *Conseillés : 45	<b>95 à 118</b> (selon typologie) Repartis en 9 catégories *Impératifs : 57 à 69 (50%) *Conseillés : 38 à 50	<b>385 indicateurs répartis sur 44 critères.</b> *Impératifs : Tous les critères sont à valider *Conseillés : une centaine d'indicateurs	<b>106 critères</b> *Impératifs : 72 *Conseillés : 34	<b>120 critères</b> Valant de 0 à 10, repartis sur 4 catégories *Impératifs: 277 points maximum au total, validation à partir de 118 points	<b>77 critères</b> Valant de 0 à 4 points *Impératifs : respect des seuils minimums *Conseillés : prescriptions additionnelles par critère
Thématiques	1-Gestion générale 2-Réduction des consommations d'énergie 3-Réduction des consommations d'eau 4-Réduction et tri des déchets et eaux usées 5-Autres critères	1-Politique environnementale 2-Sensibilisation de la clientèle à l'environnement 3-Gestion de l'énergie 4-Gestion de l'eau 5-Gestion des déchets 6-Achats responsables 8 -Cadre de vie. 9- Bonnes pratiques	1-Environnement 2-Gestion durable 3-Héritage culturel 4-Social et économique	1-Valorisation du territoire 2-Gestion environnementale 3- Contribution au développement social	1-Préservation de la nature 2-Ecohabitat 3-Ecocitoyenneté 4-Sensibilisation de la clientèle à la protection de l'environnement	1- Performance énergétique 2-Isolation /matériaux construction 3- gestion de l'eau 4-Tri des déchets 5-Biodiversité 6-sensibilisation clientèle

Mai /2023

1/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, ECOLABEL, GDF®, Clef Verte, Hôtels au Naturel et dossier N°369 (Nov/déc 2022) de la Revue Espaces.  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.

	Ecolabel européen	Label Clef Verte	Certification Green Globe	Hôtels au Naturel®	Label Gîte Panda	Marque ECO Gîte®
% aprox. De Critères Env't	70%	55%	50%	30%	90%	80%
% aprox. de Critères soc./Autres	30%	45%	50%	70%	10%	20%
Système de notation	Base de points (selon le type d'établissement)	Complétude et conformité des réponses aux critères sur questionnaire + justificatifs demandés	Base de points. Jusqu'à 385 indicateurs ; Taux de conformité > à 50% pour les indicateurs par critère	Respect des éléments de la charte et de son référentiel vérifié par une visite d'audit.	Base de points. 277 points maximum au total, validation à partir de 118 points	Base de points. Niveaux (Bronze, argent et or) en fonction des points atteints.
Fréquence de renouvellement	<b>Tous les deux ans</b> (offre > 10 chambres)	<b>Annuelle</b>	<b>Annuelle</b> (en alternant doc./terrain)	<b>Tous les 5 ans</b>	<b>Tous les 3 ans</b>	<b>Tous les 5 ans</b>
Fréquence d'audit	N, N+2, N+4... et puis tous les deux ans (si offre > 10 chambres)	N, N+1, N+3 et puis tous les 3 ans	N, N+2, N+4... et puis tous les deux ans (en alternant documentaire/terrain)	N et puis tous les 5 ans. <i>Des visites inopinées peuvent être effectuées.</i>	N et puis tous les 3 ans	N et puis tous les 5 ans <i>Des visites de contrôle de qualité possibles.</i>
Durée de la procédure (dès la demande)	6 mois	1 an	1 an (débutants) 4 à 6 mois (avancés)	6 mois	15 jours	15 jours
Amélioration continue	Oui	Oui	Oui	Oui	Préconisé	Préconisé
Prix	Selon taille entre 1 k € à 3,5k € <u>Hébergements &gt; 10 chambres</u> 200 € - 1 200 € : Admission et instruction du dossier 665 € - 1 635 € : Audit terrain 200 € - 750 € : Droit d'usage <u>Hébergements &lt; 10 chambres :</u> 500 € : Admission et instruction du dossier + audit terrain 200 € : Suivi documentaire 200 € : Droit d'usage	Selon type et taille d'établissement entre 600 € et 2190€ yc. audit  Frais annuels : entre 160€ et 1700 € Frais d'audit : entre 440€ et 490€	Selon le nombre de chambres et/ou nb d'employés pour une entreprise.  Cout d'adhésion : entre 650 et 4500 €. Hors frais d'audit.	Selon le nombre de chambres ou le nombre d'étoiles. Frais annuels selon Nb * : entre 250€ et 600 € Frais annuels selon Nb chambres : entre 250€ et 500€	Gratuit en sus de l'adhésion à réseau Gîtes de France®	Cotisation annuelle à GDF®
Contact local	-AFNOR Occitanie -ADEME Occitanie	ADT de l'Hérault	Non disponible	Non disponible.	Relais départemental Gîtes de France®	Relais départemental Gîtes de France®

Mai /2023

2/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, ECOLABEL, GDF®, Clef Verte, Hôtels au Naturel et dossier N°369 (Nov/déc 2022) de la Revue Espaces.  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.

TABLEAU COMPARATIF DES DEMARCHES DE QUALIFICATION ECO RESPONSABLE APPLICABLES AUX HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

	Ecolabel européen	Label Clef Verte	Certification Green Globe	Hôtels au Naturel®	Label Gîte Panda	Marque ECO Gîte®
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- label officiel <b>europpéen</b> porté par la Commission.</li> <li>-Véritable procès d'audit par un spécialiste de l'AFNOR</li> <li>- reconnaissable par tous car même logo pour tous les référentiels (produits et services)</li> <li>- Calendrier de candidature flexible</li> <li>- Fréquence de renouvellement du label tous les deux ans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Label bien développé à l'international (<b>60 pays</b>) et en France.</li> <li>- Seul label adressé en plus aux restaurants.</li> <li>- Outils simples et pratiques permettant une démarche de progrès en autonomie.</li> <li>- Processus de vérification moins lourd et à un coût moindre</li> <li>-Accent donné sur les critères de gestion de l'eau, des énergies et des déchets.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Label international présent dans <b>24 pays</b></li> <li>-Spécifique au secteur touristique tout type d'établissements</li> <li>- Véritable audit tierce partie indépendant</li> <li>-Le référentiel aborde l'ensemble de thématiques du DD dont le volet social</li> <li>-Prend compte de l'aspect patrimonial, le respect de la culture et des populations locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le référentiel prend en compte les évolutions du cahier des charges d'Atout France celles d'autres partenaires (Clef Verte) ainsi que les évolutions obligatoires en matière de sécurité, de normes d'hygiène et d'accessibilité</li> <li>-Des efforts sont entrepris pour valoriser les producteurs locaux, la restauration responsable et sensibiliser les clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Label spécifique aux territoires espaces naturels protégés sur le plan environnemental et dédiés aux seuls GDF® en faveur de la préservation de la nature et de sa découverte.</li> <li>-valorise l'inscription d'un établissement dans son environnement local en mettant l'accent sur l'habitat responsable et le recours aux commerces locaux.</li> <li>- Aucun frais supplémentaire en dehors de l'adhésion à GDF®</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Couvre tous les impacts environnementaux les + importants.</li> <li>Sensibilisation clientèle obligatoire</li> <li>Critère sur transport clientèle</li> <li>Prise en compte de la biodiversité</li> </ul>
<b>Axes d'amélioration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hébergements touristiques uniquement.</li> <li>-Label européen peu adopté en France</li> <li>- centré sur des critères liés à l'environnement</li> <li>-Aspects patrimoniaux et socio-économiques non pris en compte</li> <li>-Système de notation difficilement compréhensible sans accompagnement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Les critères liés aux émissions des GES et adaptation au changement climatiques restent conseillés et réduits.</li> <li>- La prise en compte des aspects socio-économiques du territoire est limitée</li> <li>- la prise en compte du patrimoine du territoire et des populations locales est absente</li> <li>- Calendrier de labellisation trop restreint et long</li> <li>-Démarche de renouvellement du label lourde à effectuer annuellement en suivant la même procédure d'adhésion.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Label onéreux</li> <li>-Accompagnement d'un organisme local non proposé.</li> <li>Label piloté par la société américaine Green Globe Certification</li> <li>- A chaque renouvellement, le candidat doit améliorer son score pour prétendre au maintien de sa labellisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evolutions du cahier des charges proposés par CA du Groupement Hôtels au Naturel ensuite soumises aux membres du groupement lors de l'AG</li> <li>- Les mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques et le recours aux énergies renouvelables sont partiellement abordées.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- label reconnu uniquement en France</li> <li>- adressé qu'aux membres de Gîtes de France® situés dans un espace naturel protégé et sensibles</li> <li>- Seulement les critères de diminution de l'impact environnemental sont pris en compte</li> <li>- La lutte contre le gaspillage alimentaire, n'est pas prévue.</li> <li>- Aucun niveau de progression possible</li> <li>-Audit réalisés par des techniciens Gîtes de France®</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- marque reconnue uniquement en France</li> <li>- Axes orientés principalement sur le bâti</li> <li>- Gîtes de France® conserve l'entière maîtrise des critères et de l'attribution ou non de cette qualification.</li> <li>-la lutte contre le gaspillage alimentaire n'est pas abordée</li> <li>- le recours aux énergies renouvelables n'est que préconisé.</li> <li>- les objectifs de performance environnementale des produits sont peu précis</li> </ul>

Mai /2023

3/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, ECOLABEL, GDF®, Clef Verte, Hôtels au Naturel et dossier N°369 (Nov/déc 2022) de la Revue Espaces.  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.



## Annexe 8

### TABLEAU COMPARATIF DES DEMARCHES DE QUALIFICATION ECO RESPONSABLE APPLICABLES AUX RESTAURANTS

(Cf. labels écoresponsables recommandés le Groupe de Travail sur les indicateurs de tourisme responsable d'ADN Tourisme)

	<b>écotable</b>	<b>Green food</b>	<b>Clef Verte (typologie restaurant)</b>
Territoire concerné	<b>France</b> (label crée en 2019)	<b>France</b> (label crée en 2018)	<b>International</b>
Nombre d'établissements (2023)	France : 180 Occitanie : 13 Hérault : 2	France : 60 Occitanie : 4 Hérault : 2	France : 17 Occitanie : 3 Hérault : 3
Etablissements ciblés	Tous types d'établissement ET professionnel de la restauration (traiteur, foodtruck, traditionnel, collectif, évènementiel)	Etablissement de restauration (foodtruck, crêperie, coffee shop, traditionnel ou gastronomique)	Etablissements de restauration traditionnelle (service à table) uniquement
Prérequis	Aucun Inscription et démarche en ligne	Aucun Inscription et démarche en ligne	Aucun. Inscription et démarche en ligne
Auditeur tiers partie	Non (Audit fait par Écotable -Société ESS)	Non	Non (Auditeurs formés par Teragir)
Nombre de critères	<b>200 critères</b> 3 niveaux de graduation : 1, 2 ou 3 "écotables"  *Impératifs : 15 critères + maintenir une note minimale par niveau : Niveau 1 : 50/100 points, Niveau 2 : 60/100 points, Niveau 3 : 70/100 points) * Conseillés : 7 critères bonus sont proposés	<b>10 Critères</b> 2 niveaux : confirmé et ambassadeur  *Impératifs : Respect à minima de 6 critères de la charte sur 10 pour atteindre le label	<b>95</b> Repartis en 9 catégories  *Impératifs : 57 (60%) *Conseillés : 38 (40%)
Thématiques	1-Approvisionnement 2- Carte restaurant 3- Communication 4-Consommations d'eau/énergie 5-Ethique et social 6-Non alimentaire 7-Recyclage et gaspillage 8-Santé	1. Produits locaux/bio 2. Tri sélectif des déchets 3. Produits d'entretien naturel/écologique 4. Revalorisation d'inventus 5. Revalorisation des déchets organiques 6. Flux tendus (utilisation de produits frais) 7. Réduction de dépenses énergétiques (eau/énergies) 8. Proposer de « Doggy bag » 9. Menu végétarien (1 menu minimum)	1-Politique environnementale 2-Sensibilisation de la clientèle à l'environnement 3-Gestion de l'énergie 4-Gestion de l'eau 5-Gestion des déchets 6-Achats alimentaires 7- <b>Offre alimentaire (thématique exclusive pour les restaurants)</b> 8 -Cadre de vie. 9- Bonnes pratiques

Juillet /2023

1/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, écotable, greenfood, Clef Verte  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.

## TABLEAU COMPARATIF DES DEMARCHES DE QUALIFICATION ECO RESPONSABLE APPLICABLES AUX RESTAURANTS

(Cf. labels écoresponsables recommandés le Groupe de Travail sur les indicateurs de tourisme responsable d'ADN Tourisme)

		10. Energies renouvelables	
% aprox. De Critères Env't	20%	60%	70%
% aprox. de Critères soc./Autres	80%	40%	30%
Système de notation	Base de points (noté sur 100 points)	Respect à minima de 6 critères sur 10 de la charte Green Food (évolutive)	Complétude et conformité des réponses aux critères sur questionnaire + justificatifs demandés
Fréquence de renouvellement	<b>Annuelle</b>	<b>Annuelle</b>	<b>Annuelle</b>
Fréquence d'audit	<b>Annuelle</b> (audit dossier + visite sur site)	<b>Annuelle</b> (audit dossier + visite sur site)	N, N+1, puis tous les 3 ans
Durée de la procédure (dès la demande)	3 mois	Sans information	1 an
Amélioration continue	Oui	Oui	Oui
Prix	Frais du label à partir de 500 € HT/an en moyenne de base (yc. Audit).  Si besoin d'accompagnement et/ou de visite de pré-évaluation, devis sur-mesure à la demande.	Tarif annuelle à payer en fonction du CA de la structure (yc. Audit) : - 350 € HT/an si 150 k€ CA - 550 € HT/an si 350 k€ CA - 750 € HT/an si 600 k€ CA - 950 € HT/an si 1M k€ CA, au-delà tarif sur devis  + Frais de déplacement d'audit sur place en supplément (sur devis)	Tarif annuelle à payer selon la capacité de l'établissement  Frais annuels : 2,60€/couvert. Coût à payer plafonné entre 160 € minimum et 400 € maximum.  Frais d'audit : 390 € (que l'année N, N+1, puis tous les 3 ans)
Contact local	Non	Non	ADT de l'Hérault/TERAGIR

Juillet /2023

2/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, écotable, greenfood, Clef Verte  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.

## TABLEAU COMPARATIF DES DEMARCHES DE QUALIFICATION ECO RESPONSABLE APPLICABLES AUX RESTAURANTS

(Cf. labels écoresponsables recommandés le Groupe de Travail sur les indicateurs de tourisme responsable d'ADN Tourisme)

	écotable	Green food	Clef Verte (typologie restaurant)
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le label impose une amélioration continue et un plan d'action autant sur l'aspect social qu'environnemental</li> <li>- Tout professionnel de la restauration est concerné même s'il n'a pas un établissement ou local fixe (traiteurs, MICE)</li> <li>- Véritable système de contrôle de l'établissement : sur dossier et 1 visite dans l'année + <u>client mystère</u>.</li> <li>- Calendrier de candidature flexible</li> <li>- Autodiagnostic et tableau de bord accessibles gratuitement dès inscription sur le site</li> <li>- Photos et communication sur l'engagement du pro prise en charge par écotable</li> <li>- Prise en compte de la démarche RSE globale</li> <li>- en parallèle du label, système d'étiquetage environnemental possible d'obtenir via l'Outil Resto-Score afin d'évaluer l'impact de l'activité (étiquette de A à E)</li> <li>- Mise à disposition des pro un réseau de prestataires engagés et une plateforme de partage des bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'utilisation de 30% minimum de produits locaux /BIO est obligatoire</li> <li>- Pour la réduction des dépenses énergétiques : 80% de l'éclairage doit être équipé en LED et l'ensemble des robinets équipés de mousseurs</li> <li>- Incitation à utiliser les énergies renouvelables</li> <li>- Calendrier de candidature flexible</li> <li>- Possibilité d'échelonner le paiement des frais annuels sur 12 mois</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Label bien développé à l'international (<b>60 pays</b>) et en France adressé aux hébergeurs et aux restaurants.</li> <li>- impose une amélioration continue et un plan d'action autant sur l'aspect social, RSE, qu'environnemental</li> <li>- La grille de critères peu être obtenue sans obligation d'inscription.</li> <li>- Outils simples et pratiques permettant progresser en autonomie.</li> <li>- Processus de vérification moins lourd et à un coût moindre</li> <li>- La grille d'évaluation aborde l'ensemble des thématiques mais en mettant l'accent sur les aspects équipements économiques, gestion des déchets, de l'eau, achat <b>et offre alimentaire</b></li> <li>- Les thématiques « énergie et eau » sont abordées de manière globale pas uniquement dans une approche économique (réduction de coût des factures).</li> <li>- Le label exige au moins 2/3 produits bio ou locaux proposés à table et 3/4 produits de la carte « faits maison ».</li> </ul>
<b>Axes d'amélioration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Label reconnu seulement en France</li> <li>- Grille d'évaluation non accessible sans inscription obligatoire sur le site écotable.</li> <li>- l'obtention du label se fait sur du déclaratif et justificatifs fournis par le professionnel, la visite sur site est payante en plus.</li> <li>- Système de notation difficilement compréhensible sans accompagnement</li> <li>- Pré-évaluation, formation et accompagnement su- mesure que sur devis. (il faut compter entre 1000 € et 1500 € pour avoir un accompagnement plus complet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Label reconnu seulement en France</li> <li>- La démarche RSE n'est pas traitée</li> <li>- Les critères communication et formation ne sont pas abordés</li> <li>- charte axée sur les aspects de l'activité (achat et gestions des produits), les aspects gouvernance et politique sociale ne sont pas ou presque pas abordés</li> <li>- L'obtention du label est restrictif car il faut répondre à la totalité d'exigences de chaque critère pour arriver à l'atteindre.</li> <li>- Le taux de 30% minimum de produits bio/locaux à utiliser dans certaines régions est difficilement atteignable, faut d'approvisionnement suffisant (Ile de France...)</li> <li>- Certains critères sont déjà réglementaires ou à venir (revalorisation des déchets organiques, tri sélectif ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calendrier de labellisation trop restreint et long</li> <li>- Démarche de renouvellement du label lourde à effectuer annuellement en suivant la même procédure d'adhésion</li> <li>- Puisque la grille de critères des restaurants est déclinée de la grille générale adressée aux hébergeurs certains critères ne sont pas adaptés (par expl : référence aux salles de réunion, locatifs, ...)</li> <li>- Les critères liés aux émissions des GES et adaptation au changement climatiques restent conseillés et réduits.</li> <li>- La prise en compte des aspects socio-économiques du territoire est limitée</li> </ul>

Juillet /2023

3/3

Sources sites web : ADEME, ADN Tourisme, CRTL, écotable, greenfood, Clef Verte  
Document rédigé par Kattia Rueda, stagiaire Master2 en Tourisme Durable à Hérault Tourisme.

## Annexe 9

### Questionnaire de satisfaction des anciens lauréats du label Clef Verte. Juillet 2023

27/06/2023 12:00

Questionnaire de suivi des anciens lauréats du Label Clef Verte

#### Questionnaire de suivi des anciens lauréats du Label Clef Verte

*Cher partenaire,*

*Professionnel engagé dans la thématique du tourisme durable, notamment par votre adhésion au label Clef Verte, il apparaît que vous n'avez pas souhaité renouveler votre labellisation.*

*Il nous serait intéressant de pouvoir identifier les raisons de ce non renouvellement de label. Nous vous invitons à répondre à cette enquête confidentielle qui ne vous prendra que quelques minutes, 5mn au maximum !*

*Votre retour d'expérience, votre avis, vos attentes sont précieux et pourront contribuer à améliorer la démarche de notre partenaire Clef Verte.*

*Vos suggestions nous aideront également à orienter nos futures actions destinées à vous professionnels de notre territoire.*

*Hérault Tourisme*

*\* Indique une question obligatoire*

1. Adresse e-mail \*

\_\_\_\_\_

*Passer à la question 2* *Passer à la question 2*

#### VOS INFORMATIONS

2. Nom de l'établissement \*

\_\_\_\_\_



## 3. Catégorie de l'établissement \*

*Une seule réponse possible.*

- Hôtel
- Chambre d'hôtes/gîte/meublé
- Camping
- Restaurant
- Village de vacances
- Résidence de tourisme
- Auberge de jeunesse

## 4. Commune

---

## 5. Dernière année de renouvellement du label Clef Verte

---

**LE QUESTIONNAIRE**

## 6. 1. Quelle a été votre principale motivation pour ne pas renouveler le label Clef Verte de votre établissement ? (Choisissez 1 à 2 options maximum parmi les suivantes) : \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- Raisons financières
- Complexité de la démarche
- Manque de temps
- Arrêt de l'activité
- Choix d'un autre label
- Autre : \_\_\_\_\_

7. 2. Avez-vous rencontré des difficultés lors de la procédure de labellisation et/ou de renouvellement du label Clef Verte ? \*

*Une seule réponse possible.*

- Oui  
 Non

8. 2 bis. Si oui, veuillez préciser le type de difficulté(s) rencontrée(s) (cochez toutes les options qui s'appliquent) :

*Plusieurs réponses possibles.*

- Problèmes techniques  
 Compréhension de la procédure  
 Compréhension des critères  
 Calendrier de la candidature  
 Audit  
 Accompagnement  
 Frais à payer  
 Promotion/communication  
 Travaux lourds à engager  
 Autre : \_\_\_\_\_

9. 3. Quel pourrait être un levier de poids pour vous motiver à renouveler le label Clef Verte ? (cochez toutes les options qui s'appliquent) \*

*Plusieurs réponses possibles.*

- Un meilleur accompagnement technique  
 Aide financière pour les frais du label  
 Aide financière pour effectuer des travaux et/ou des actions  
 Une meilleure visibilité/communication de votre engagement et de vos actions  
 Autre : \_\_\_\_\_

10. 4. Quelle note donneriez-vous au label Clef Verte d'une échelle de 0 à 10 ? \*

*Une seule réponse possible.*

11. 5. Avez-vous des commentaires ou des suggestions pour améliorer la démarche et l'accompagnement du label Clef Verte ? Veuillez préciser :

---

---

---

---

---

12. 6. Malgré le non renouvellement du label Clef Verte, continuez-vous à mettre en pratique une démarche durable dans votre activité ? \*

*Une seule réponse possible.*

- Oui
- Non
- Partiellement

13. 6 bis. Si oui, sur quels postes spécifiques avez-vous maintenu vos efforts ? (Cochez les thématiques concernées)

*Plusieurs réponses possibles.*

- Politique environnementale et sociale
- Sensibilisation des clients
- Gestion et consommation de l'énergie
- Gestion et consommation de l'eau
- Gestion des déchets
- Achats responsables
- Cadre de vie
- Autre : \_\_\_\_\_

**FIN DE L'ENQUETE**

## Annexe 10

### Rapport de suivi Label Clef Verte\_Phase 1. Avril 2023

# RAPPORT D'AVANCEMENT DE LA MISSION DE SUIVI DU LABEL CLEF VERTE \_PHASE 1



## RESUME DU PROJET

Le Label Clef Verte est le premier label de Tourisme Durable adressé aux hébergeurs et aux restaurants, ce programme est géré et déployé en France par l'association Teragir. Dans le cadre de l'accord de partenariat convenu avec l'association Teragir, l'Agence de Développement Touristique de l'Hérault assure la mission d'information et d'accompagnement des professionnels du territoire héraultais pour l'obtention et le renouvellement du label Clef Verte.

DATE DU RAPPORT	NOM DU PROJET	AUTEUR
21/04/2023	Mission du Stage de Master 2 Tourisme Durable : Suivi de la Mission d'accompagnement des professionnels pour l'obtention et le renouvellement du Label Clef Verte.	Kattia Rueda

## VUE D'ENSEMBLE DU PROJET

TACHE	% ACCOMPLI	DATE D'ECHEANCE	EN BONNE VOIE ?	NOTES
<b>Phase 1:</b> Accompagnement des professionnels durant la campagne de dépôt de dossiers de candidature et renouvellement du label "avec audit en 2023"	100%	15/04/2023	oui	Démarrage de la phase 1 le 6/02/2023
<b>Phase 2:</b> Accompagnement des professionnels durant la campagne de dépôt de dossiers de renouvellement du label "sans audit en 2023"	1%	30/06/2023	oui	Démarrage de la phase 2 le 17/04/2023

## PHASE 1 - ETAT RECAPITULATIF DES PROFESSIONNELS CONTACTES

CATEGORIE DE PROFESSIONNELS	NB. REPORTING CLEF VERTE	PROSPECTES PAR MAIL/TELEPHONE/NEWS/WEBINAIRE	NOTES
Lauréats	53	13	Clef Verte en charge, appui ADT pour relance de dépôt des dossier de renouvellement au N+1.
Anciens Lauréats	47	47	Relances faites principalement par mail et partiellement par téléphone.
Prospects	247	600 sur tourinsoft 190 par mail ciblé 89 par téléphone	Cible ADT convenu avec Clef Verte selon convention de partenariat
<b>Total</b>	<b>347</b>		

## PHASE 1 – SUIVI DE LA CAMPAGNE DES NOUVEAUX CANDIDATS POUR L'ANNEE 2024

Source du prospect	Nombre	NOTES
Réels prospects ciblés (cf. liste CV, critères remplis > 0%)	83	
Nouveaux prospects suite démarches ADT (news, mailing/phoning & webinaire)	22	
<b>Total</b>	<b>105</b>	

SUIVI DES PROSPECTS CIBLES		
Suite donnée après contact de l'ADT		
NON*	25	
OUI	9	
PEUT-ETRE	12	
A relancer pour candidater en 2024	22	
Injoignable	21	
<b>TOTAL</b>	<b>89</b>	

* MOTIFS DE REFUS EXPRIMES PAR LES PROFESSIONNELS		
Financier	5	
Légitimité du label	1	
Lourdeur de la démarche	14	
Travaux lourds à engager ou en cours	7	
Engagé DD sans besoin de label	5	
Arrêt d'activité	5	
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	

### LES ACTIONS MARQUANTES MENEES PAR L'ADT DE L'HERAULT (FEVRIER – AVRIL 2023) :

Evènement	Public ciblé/contact	Moyen/Date
Prise de contact avec le directeur régional de la chaîne Accor (Hôtels IBIS, Mercure...) pour présentation du label		Visio conférence le 13/03
Présentation du label Clef Verte et autres démarches de qualité lors de la réunion de l'AG	Directeurs de la chaîne Accor	Domaine de l'Oulivie le 27/03
Prise de contact avec le directeur régional de la chaîne Louvre hôtel (Kyriad) pour présentation du label		Conférence téléphonique le 10/03
Webinaire animé par interlocuteur CV (BL) et l'ADT	Professionnels inscrits	Visio conférence le 22/03
Accompagnement personnalisé de 13 professionnels dont 6 RDV sur site	Prospects intéressés	Mi-février à avril
Promotion du label Clef Verte lors de l'AG Gîtes de France	Membres du réseau Gîtes de France	Saint Chinian le 20/04



## ETAT RECAPITULATIF DES CANDIDATS AYANT REPONDU DANS LE DELAIS

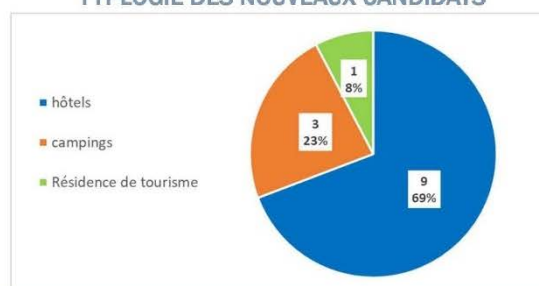
Source du prospect	Nombre	NOTES
Nouveaux candidats	13	5 hôtels Accor, 2 hôtels Louvre hôtels
Renouvellement du label N+1 (à auditer en 2023)	15	
Renouvellement du label > N+1 (à auditer en 2023)	4	
<b>Total</b>	<b>32</b>	

## LES NOUVEAUX CANDIDATS

N°	Nom commercial	Ville	Type d'établissement	Chaine / Groupe	Statut de l'établissement
1		Mauguio, Occitanie	hôtel		Nouveau candidat
2		LA GRANDE MOTTE	hôtel		Nouveau candidat
3		Montpellier	Résidence de tourisme		Nouveau candidat
4		MONTPELLIER	hôtel		Nouveau candidat
5		Clapiers	camping		Nouveau candidat
6		Vendres	camping		Nouveau candidat
7		Montpellier	hôtel		Nouveau candidat
8		Mauguio, Occitanie	hôtel		Nouveau candidat
9		Agde	camping		Nouveau candidat
10		lunel	hôtel		Nouveau candidat
11		Montpellier	hôtel		Nouveau candidat
12		Montpellier	hôtel		Nouveau candidat confirmé le 21/04 pour être audité par la CCI
13		Agde	hôtel		Ancien lauréat (2014-2022)

NB : « en gras » les professionnels ayant bénéficié d'un accompagnement et suivi personnalisé de l'ADT

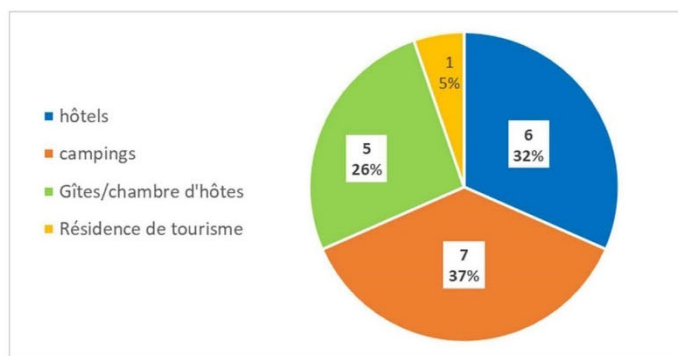
## TYPLOGIE DES NOUVEAUX CANDIDATS



### LISTE DES LAUREATS « AVEC » AUDIT EN 2023

N°	Nom commercial	Ville	Type d'établissement	Chaîne / Groupe	Statut de l'établissement
1		Frontignan	camping		Renouvellement du label N+1
2		Mauguio	hôtel		Renouvellement du label N+1
3		Lagamas	gîte		Renouvellement du label N+1
4		Vias-Plage	camping		Renouvellement du label N+1
5		Grau d'Agde	hôtel		Renouvellement du label N+1
6		Aniane	gîte		Renouvellement du label N+1
7		Agde	camping		Renouvellement du label N+1
8		Agde	camping		Renouvellement du label N+1
9		Vendres	camping		Renouvellement du label N+1
10		Vendres	camping		Renouvellement du label N+1
11		LE SOULIE	gîte		Renouvellement du label N+1
12		Aigues-Vives	gîte		Renouvellement du label N+1
13		Montpellier	hôtel		Renouvellement du label N+1
14		BOUJAN SUR LIBRON	hôtel		Renouvellement du label N+1
15		Béziers	Résidence de tourisme		Renouvellement du label N+1
16		Balaruc-les-Bains	hôtel		Renouvellement du label N+6
17		Pézenas	camping		Renouvellement du label N+6
18		Mauguio	hôtel		Renouvellement du label N+9
19		Frontignan	gîte		Renouvellement du label N+9

### TYPLOGIE DES LAUREATS AVEC AUDIT EN 2023



## HISTORIQUE DES PROBLEMES RENCONTRES ET DES RISQUES IDENTIFIES DURANT LA PHASE 1

THEMATIQUE	PROBLEME OU RISQUE	ATTRIBUÉ À	ACTION MENEES/PISTE D'AMELIORATION
Reccueil des données	Difficulté de récupérer l'historique de suivi des prospects des années précédentes	Manque de formalisme	Tableau de suivi récapitulatif mis en place pour capitaliser le suivi de la démarche Clef Verte à l'avenir
Abandon du label	Le gîte de groupe, lauréat n'a pas souhaité renouveler le label N+1	Prix	Echange par mail et par téléphone pour informer de la prise en charge partielle d'une partie des frais par l'ADT. Clef Verte a été alerté pour prendre contact avec le lauréat. Sans succès
Abandon du label	lauréat en 2019 n'a pas souhaité renouveler le label à N+6.	Critères impératifs non remplis	Echange par téléphone avec le professionnel pour proposer accompagnement de l'ADT. Le pro a envoyée sa demande Clef Verte pour notifier l'adandon du label le 12/05.
Abandon du label	Le propriétaire du a exprimé par téléphone son mécontentement d'être audité en 2023, établissement fermé entre nov 2022 et avril 2023.	Lourdeur de la démarche	Alerte donnée à Clef Verte pour prise de contact avec le professionnel. Suite à l'échange avec Clef Verte, le professionnel a finalisé son dossier et renouvelé sa deman le label dans le délai.
Candidature incomplète et non conforme	L'hôtel a candidaté au dernier moment sans répondre à la totalité des critères impératifs et ce malgré nos relances de proposition d'accompagnement par téléphone et par mail en mars et avril. Risque de non obtention du label en 2023.	Incompréhension de la démarche/ délai court de prépartion	RDV sur site le 19/04 pour faire le point sur le dossier déposé. Prise de contact avec le Directeur de l'hôtel pour voir son niveau d'implication et plan d'actions. A défaut de se mettre en conformité avant octobre proposition de retirer sa candidature et de travailler le dossier pour candidater en 2024.
Candidature incomplète et non conforme	L'hôtel a candidaté au dernier moment sans a l'intégralité des justificatifs demandés par Clef Verte et ce malgré l'accompagnement effectué par téléphone, sur site et par mail en mars et avril. Risque de non obtention du label en 2023.	Délai court de prépartion	Prise de contact avec le Directeur pour poursuivre l'accompagnement afin de compléter le dossier de candidature avant fin septembre.
Critères non remplis	Malgré l'accompagnement personnalisé auprès du , le directeur n'a pas souhaité candidater au label CV en 2023.	Délai court de prépartion	Suite au RDV sur site le 31/03, les actions à mettre en place ont été identifiées et listées. Prise de contact avec le Directeur pour poursuivre l'accompagnement afin de compléter le dossier pour candidater en 2024.
Critères non remplis	Malgré l'accompagnement personnalisé auprès du , le professionnel n'était pas prêt pour candidater au label CV en 2023.	Délai court de prépartion	Lors des échanges visio, téléphone et mail en début avril, les actions à mettre en place ont été identifiées et listées. Poursuite de l'accompagnement afin de compléter le dossier pour candidater en 2024.

### PROCHAINES ECHEANCES

- **Avril**: Relance à effectuer auprès des lauréats « sans audit » en 2023 pour déposer leur dossier avant le 30/06/2023
- **Avril-juin** : Poursuivre l'accompagnement des professionnels suivis ayant candidaté en 2023 pour compléter leur dossier.
- **Avril-juillet** : Poursuivre l'accompagnement des professionnels suivis n'ayant pas réussi à déposer leur candidature en 2023



## Annexe 11

### Rapport de suivi Label Clef Verte\_Phase 2. Juillet 2023

## RAPPORT D'AVANCEMENT DE LA MISSION DE SUIVI DU LABEL CLEF VERTE – PHASE 2



### RESUME DU PROJET

Le Label Clef Verte est le premier label de Tourisme Durable adressé aux hébergeurs et aux restaurants, ce programme est géré et déployé en France par l'association Teragir. Dans le cadre de l'accord de partenariat convenu avec l'association Teragir, l'Agence de Développement Touristique de l'Hérault assure la mission d'information et d'accompagnement des professionnels du territoire héraultais pour l'obtention et le renouvellement du label Clef Verte.

DATE DU RAPPORT	NOM DU PROJET	AUTEUR
18/07/2023	Mission du Stage de Master 2 Tourisme Durable : Suivi de la Mission d'accompagnement des professionnels pour l'obtention et le renouvellement du Label Clef Verte.	Kattia Rueda

### VUE D'ENSEMBLE DU PROJET

TACHE	% ACCOMPLI	DATE D'ECHEANCE	EN BONNE VOIE ?	NOTES
<b>Phase 1:</b> Suivi et accompagnement des professionnels durant la campagne de candidature et renouvellement du label "avec audit en 2023"	100%	15/04/2023	Oui	Démarrage de la phase 1 le 6/02/2023 - Phase achevée
<b>Phase 2:</b> 2.1 -suivi de la campagne de dépôt de dossiers de renouvellement du label "sans audit en 2023"	100%	30/06/2023	Oui	Démarrage de la phase 2 le 17/04/2023- Phase achevée Enquête de satisfaction avec faible taux de réponse (20%)
2.2 - Suivi des anciens lauréats au label CV	50%	28/07/2023	incomplet	

### LES ACTIONS MARQUANTES MENEES DURANT LA PHASE 2 (MI AVRIL- MI JUILLET 2023) :

Evènement/Action	Public ciblé/contact	Moyen/Date
Accompagnement des professionnels suivis ayant candidaté en 2023 pour compléter leur dossier et pour préparer la visite de l'auditeur.		Echanges par mail et par téléphone RDV sur site le 19/04 à l'hôtel
Accompagnement des professionnels suivis n'ayant pas réussi à déposer leur candidature en 2023		Echanges avec pro par mail : Réponse aux questions et partage d'information pour répondre aux critères.
Accompagnement personnalisé de professionnel après l'audit		Echanges par mail sur les remarques formulées par l'auditeur et proposition des pistes pour y répondre.
Relance effectuée auprès des lauréats « sans audit » en 2023 pour déposer leur dossier avant le 30/06/2023	Professionnels lauréats	Rappel de date limite envoyée par mail à J-30 et J-15 et relance des pro ciblés par téléphone à J-10
Accompagnement personnalisé de 13 professionnels dont 6 RDV sur site	Prospects intéressés	Mi-février à avril
Création et lancement d'un questionnaire de retour d'expérience du label Clef Verte	Anciens lauréats	Formulaire google forms envoyée par mail le 26/06
RDV de présentation du label CV à porteuse de projet de construction d'un gîte/chambres d'hôtes – ouverture au public prévue T1 2023		RDV le 23/06 à l'ADT
Assistance à la préparation d'une note de proposition d'un dispositif d'aide financière plus ambitieux et incitatif pour les pro	CD34	Echanges en interne à l'ADT, CD34 et CV de mi-mai à mi-juillet

## PHASE 2.1 – SUIVI DE LA CAMPAGNE DE RENOUVELLEMENT DU LABEL "SANS AUDIT EN 2023"

### ETAT RECAPITULATIF DES PROFESSIONNELS ACCOMPAGNES

CATEGORIE DE PROFESSIONNELS	NB.TOTAL	NB. PRO CONTACTES/ACOMPAGNES	NOTES
Nouveaux candidats 2023	12	5	Suivi et accompagnement des candidats au label au-delà du 15/04, date limite de dépôt de dossier de candidature.
Lauréats « sans audit en 2023 »	32	32 pro relancés par mail dont 10 pro contactés par téléphone	Clef Verte en charge de faire les relances, appui de l'ADT pour prendre contact avec les pro si besoin
Anciens Lauréats	47	43 pro contactés par mail dont 10 pro contactés par téléphone et via enquête	Coordonnées de 4 pro erronées ou non trouvées sur T&S et non fournies par CV. Période estivale non propice pour prendre contact avec les pro
Nouveaux pro intéressés au label CV		9	Prospects pour la campagne CV 2024 à re contacter durant T4 du 2023.
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>89</b>	

### ETAT RECAPITULATIF DES CANDIDATS AYANT RENOUVELE LE LABEL DANS LE DELAIS

CATEGORIE DE PROFESSIONNELS	Nombre	NOTES
Renouvellement du label <= N+4	21	Cela concerne également les anciens lauréats « sous réserve »
Renouvellement du label entre N+4 et N+7	1	
Renouvellement du label entre N+7 et N+10	4	
Renouvellement du label > N+10	6	
Non renouvelé	0	
<b>Total</b>	<b>32/32</b>	

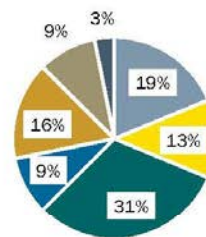
### LISTE DES LAUREATS « SANS AUDIT » AYANT RENOUVELE LEUR DEMANDE DE LABELLISATION

N°	Nom commercial	Ville	Type d'établissement	Chaîne / Groupe	Statut de l'établissement
1		ST JEAN DE FOS	Auberge de jeunesse		Renouvellement N+2
2		Portiragnes	camping		Renouvellement N+2
3		Brissac	camping		Renouvellement N+9
4		Prémian	camping		Renouvellement N+3
5		Castelnau-de-Guers	camping		Renouvellement N+4
6		Vias	camping		Renouvellement N+13
7		serignan	camping		Renouvellement N+2
8		Saint-Pons-de-Thomières	camping		Renouvellement N+13
9		Poussan	camping		Renouvellement N+10
10		La grande motte	camping		Renouvellement N+2
11		Vias	camping		Renouvellement N+16

12		Lavérune	Chambres d'hôtes		Renouvellement N+2
13		Frontignan	Chambres d'hôtes		Renouvellement N+4
14		Caux	Chambres d'hôtes		Renouvellement N+3
15		Vieussan	Gîte		Renouvellement N+12
16		Berlou	Gîte		Renouvellement N+4
17		Graissessac	Gîte		Renouvellement N+11
18		Cazouls-d'Hérault	Gîte		Renouvellement N+3
19		Cazouls-lès-Béziers	Gîte		Renouvellement N+3
20		Avène	Hôtel		Renouvellement N+4
21		Montpellier	Hôtel		Renouvellement N+13
22		Saint-Aunès	Hôtel		Renouvellement N+8
23		Lauret	Hôtel		Renouvellement N+8
24		Balaruc les bains	Hôtel		Renouvellement N+2
25		Lattes	Hôtel		Renouvellement N+2
26		Colombiers	Résidence de tourisme		Renouvellement N+6
27		Montpellier	Résidence de tourisme		Renouvellement N+3
28		La Vacquerie Saint Martin de Castries	Résidence de tourisme		Renouvellement N+3
29		Montpellier	Résidence de tourisme		Renouvellement N+3
30		Saint-Bauzille-de-Putois	restaurant		Renouvellement N+3
31		Pégairolles-de-Buèges	restaurant		Renouvellement N+3
32		Béziers	restaurant		Renouvellement N+3

### TYPLOGIE DES EtablissementS AYANT RENOUVELE LE LABEL CV « SANS AUDIT EN 2023 »

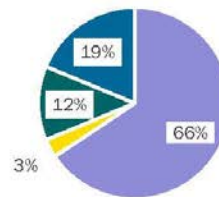
- Hôtel
- Résidence de tourisme
- Camping
- Chambres d'hôtes
- Gîte
- Restaurant
- Auberge de jeunesse



### ANNEE DE RENOUVELEMENT DU LABEL CV DES EtablissementS « SANS AUDIT EN 2023 »



- Renouvellement du label <= N+4
- Renouvellement du label entre N+4 et N+7
- Renouvellement du label entre N+7 et N+10
- Renouvellement du label > N+10



## PHASE 2.2 – SUIVI DES ANCIENS LAUREATS DU LABEL CLEF VERT

### RECAPITULATIF DES TYPOLOGIES ANCIENS LAUREATS

CATEGORIE DE PROFESSIONNELS	Nombre	Graphique
Hôtel	20	
Résidence de tourisme	3	
Camping	12	
Chambres d'hôtes	3	
Gîte	8	
Restaurant	1	
<b>Total</b>	<b>47</b>	

### DERNIERE ANNEE DE RENOUVELLEMENT DU LABEL DES ANCIENS LAUREATS

CATEGORIE DE PROFESSIONNELS	Nombre	Graphique
N+1	6	
N+2	6	
N+3	13	
N+4	7	
N+5	5	
N+6 et plus	10	
<b>Total</b>	<b>47</b>	

### RAISONS DE NON RENOUVELLEMENT DU LABEL CV

LA SYNTHÈSE DES RÉPONSES PRÉSENTÉES À CONTINUATION SONT CELLES OBTENUES APRÈS LA PRISE DE CONTACT AVEC CERTAINS PROFESSIONNELS PAR TÉLÉPHONE/MAIL ET DE L'ENQUÊTE DE RETOUR D'EXPÉRIENCE DIFFUSÉE LE 26/06/2023 SOUS FORME DE QUESTIONNAIRE EN LIGNE GOOGLE FORMS. NB : LES RÉSULTATS OBTENUS SONT À CE JOUR INCOMPLÈTS AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE FAIBLE D'A PEINE 17 % SOIT, 8 PROFESSIONNELS SUR 47 ANCIENS LAUREATS. DANS CE CONTEXTE CES RÉSULTATS NE PEUVENT PAS ÊTRE CONSIDÉRÉS COMME REPRÉSENTATIFS ET DOIVENT ÊTRE UTILISÉS AVEC PRÉCAUTION.

REX DES ANCIENS LAUREATS	Nombre	Graphique
Répondu à l'enquête	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Réponses obtenues</li> <li>■ Absence de coordonnées (Pro non consulté)</li> <li>■ Sans réponse</li> <li>■ Demande de renouvellement du label en 2023</li> </ul>
Coordonnées erronées (non consulté)	4	
Sans réponse	35	
Demande de renouvellement du label effectuée en 2023 *	2	
<b>Total</b>	<b>47</b>	

\*PROS AYANT RENOUVELE EN 2023 : HOTEL CAPAO BEACH (AGDE) ET HOTEL LA CITADELLE CROWNE PLAZA CORUM (MONTPELLIER)

### SYNTHESE PARTIELLE DES RESULTATS DU SONDAGE AU 19/07/2023

Motifs de non renouvellement	Nombre	Graphique
Financier	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Financier</li> <li>■ Label pas légitime</li> <li>■ Complexité de la démarche</li> <li>■ Manque de temps</li> <li>■ Arrêt d'activité/reprise de l'établissement</li> </ul>
Label pas légitime	1	
Complexité de la démarche	4	
Manque de temps	3	
Engagé DD sans besoin de label	6	
Arrêt d'activité/reprise de l'établissement	2	

Levier attendu pour motiver à renouveler	Nombre	Graphique
Accompagnement technique	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accompagnement technique</li> <li>■ Aide financière</li> <li>■ Aide pour financier Trvx</li> <li>■ Meilleure visibilité/communication</li> </ul>
Aide financière	4	
Aide pour financier Travaux	1	
Meilleure visibilité/communication de l'engagement du pro	1	

Note moyenne attribuée au label CV

6/10

### COMMENTAIRES ET DES SUGGESTIONS D'AMELIORATION EXPRIMES VIA L'ENQUETE

- Reduire le coup de la labellisation en seconde année . nous avons préféré investir dans la mise en place de solution écologique concrètes ex : achat de panneaux solaires »
- « Un accompagnement personnalisé, un coût et des formalités adaptés à la taille de la structure »,
- « Se mettre dans une démarche d'aide et pas de "contrôle".... »
- « Bon label mais l'investissement/temps administratif de suivi plus cout financier sont trop lourds/ Préfère être dans l'action que dans le reporting »

## HISTORIQUE DES PROBLEMES RENCONTRES ET DES RISQUES IDENTIFIES DURANT LA PHASE 2

THEMATIQUE	PROBLEME OU RISQUE	ATTRIBUÉ À	ACTION MENEES/PISTE D'AMELIORATION
Reccueil des données	Difficulté de récupérer le retour des audits de la part des professionnels accompagnés ayant candidaté au label CV en 2023.	Absence de visibilité des dossiers des pro sur la plateforme CV.	Il serait pertinent de demander systématiquement à Clef Verte d'accéder aux dossiers des pro suivis dès le démarrage de l'accompagnement de l'ADT.
Candidature incomplète et non conforme	L'hôtel a candidaté sans répondre à la totalité des critères impératifs et ce malgré l'accompagnement de l'ADT.	Incompréhension de la démarche/ délai court de préparation	RDV sur site le 19/04 pour faire le point sur le dossier déposé. Compte-tenu du nombre important de critères non remplis le professionnel a retiré sa candidature (sans frais). Poursuivre l'accompagnement du professionnel par l'ADT afin de compléter le dossier et candidater au label en 2024.
Audits	Malgré l'invitation de l'hôtel adressée à l'ADT pour participer à l'audit le 4 juin et le 8 juin, la CCI a refusé la présence de personnes externes à la structure durant la visite.	Manque de précision dans la convention signée entre Clef Verte et la CCI.	Retour de l'audit demandé au professionnel pour continuer à l'accompagner pour répondre aux non conformités et recommandations soulevées par l'auditeur. Il serait pertinent de clarifier le rôle de l'ADT auprès de la CCI et de Clef Verte afin de recueillir leur accord pour participer à quelques visites d'audit des établissements suivis.
Anciens lauréats CV	Faible taux de réponse des anciens lauréats à l'enquête de retour d'expérience sur le label CV envoyée le 26 juin	Période (haute saison) non optimale pour répondre à l'enquête, manque d'intérêt de certains pro...	Il serait souhaitable de poursuivre la démarche initiée afin d'obtenir à minima 50% des réponses des anciens lauréats. Cette démarche d'amélioration permettant d'améliorer le label, d'adapter l'accompagnement des pro et /ou l'aide financière le cas échéant. A l'avenir l'enquête pourrait être adaptée et envoyée annuellement aux professionnels qui n'ont pas renouvelé dès la fin de la campagne de renouvellement du label (fin avril) pour connaître les motifs et pour leur aider (s'ils le souhaitent) à rester dans la démarche.