

Sommaire

Édito	5
Mode d'emploi	9
Fiches	17
MC01 Organiser ma démarche	17
MC02 Labels et certification des démarches	29
MC03 Aides et accompagnement financier	36
MC04 Le point sur la réglementation	42
MC05 Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre	50
MC06 Communiquer sur sa démarche	64
MC07 Vendre avec sa démarche	68
MC08 Des activités douces et écologiques	73
MC09 Satisfaire mes clients : démarche qualité	77
MC10 Créer des liens multiples avec le territoire	84
MC11 Accueillir les saisonniers	87
MC12 Recruter, former, fidéliser	89
MC13 Lutter contre le bruit	92
MC14 L'ergonomie pour améliorer les conditions de travail	98
MC15 L'entreprise solidaire	101
MC16 Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets	105
MC17 La mobilité durable	109
MC18 L'éco-communication	113
MC19 Intégration paysagère	116
MC20 Sensibiliser pour faire agir mes équipes	118
MC21 Sensibiliser pour faire agir mes clients : l'éducation au développement durable	121
MC22 Acheter éco-responsable	126
MC23 Gestion écologique des espaces verts	135
MC24 Organiser un éco-événement	139
Glossaire	143
Les partenaires du projet	144



Édito

Le tourisme est une composante majeure de l'économie de nos régions Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse. Aussi, assurer à long terme le développement de cette activité et de sa qualité impose aux professionnels d'être vigilants. Pour les guider dans leurs démarches de progrès dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale, la Chambre régionale Provence Alpes Côte d'Azur Corse, avec le soutien de ses partenaires institutionnels, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la délégation régionale de l'Ademe, a piloté, en concertation étroite avec l'ensemble des partenaires intéressés, la réalisation de ce manuel.



Conçu pour être un véritable outil de travail, le principe du guide réside dans son approche, à la fois thématique et sectorielle, afin d'assurer une couverture optimale des actions, des métiers et des secteurs d'activité : hébergements, restauration, palais des congrès ...

Faites-en un usage large au sein de votre structure, chacun y trouvera les recommandations et pistes qui le concernent, afin de contribuer ensemble à un développement durable.

Jacques Bianchi

Président de la Chambre régionale de commerce et d'industrie
Provence Alpes Côte d'Azur Corse

Édito

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Pour un tourisme durable

La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur s'est dotée en 2006 d'un Schéma régional de développement touristique, orienté vers l'objectif d'un tourisme durable.

Elaboré en étroite concertation avec les professionnels, il définit des priorités partagées à l'horizon 2010. Il donne également un cadre d'intervention pour l'action de proximité que la Région conduit, en partenariat quotidien avec les acteurs majeurs du secteur.

La promotion d'un tourisme durable est la préoccupation centrale de cette politique. La Région soutient les professionnels face à la concurrence, avec des aides dans le cadre du Schéma, et un appui à la structuration par la labellisation du Pôle « Tourisme de territoires » et du Pôle « Tourisme d'affaires et de congrès ». La Région renforce la responsabilité sociale et environnementale, avec le programme AGIR (Action Globale Innovante pour la Région). La Région fait des habitants eux-mêmes des usagers du tourisme, avec des opérations comme « Bienvenue chez Vous ».

Plus proche des professionnels du tourisme, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur apporte des réponses concrètes, pour demeurer une destination attractive et durable, pour aujourd'hui et pour demain.

Michel Vauzelle

Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Édito

Quatre opérations collectives « management environnemental » dont deux d'envergure régionale, une opération collective « énergie », la réalisation d'un éco-guide, l'élaboration d'une charte environnementale des éco-gîtes reprise à l'échelle nationale, la mise en œuvre d'installations de collecte et tri des déchets et d'équipements de production d'eau chaude sanitaire solaire, la création du forum-salon Ecorismo en Paca... Depuis bientôt dix ans, l'ADEME apporte son soutien méthodologique et financier aux initiatives prises en région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour accompagner les professionnels du tourisme dans leurs démarches visant à réduire les impacts environnementaux de leurs activités.



Le guide et le site MAGESTOUR constituent un nouveau dispositif d'accompagnement au service des professionnels vers la pratique concrète d'une responsabilité environnementale et sociale. Ils s'inscrivent dans les objectifs nationaux, européens et mondiaux pour un tourisme durable que l'ADEME, acteur régional, national et international a pour vocation de promouvoir et faciliter.

C'est à ce titre, et dans le cadre du partenariat étroit et fructueux qui s'est bâti depuis plus de dix ans avec la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie, pilote de l'opération, que l'ADEME a soutenu ce projet, avec la Région.

Fruits d'un travail collaboratif avec l'ensemble des professionnels du tourisme, les outils MAGESTOUR sont aujourd'hui à leur disposition.

Grégoire Calléja

Délégué régional de l' ADEME Provence-Alpes-Côte d'Azur

Édito

Développer au quotidien la gestion environnementale et sociale des établissements est une nécessité pour répondre aux objectifs du développement durable et aux attentes des clientèles. Conscients de ces enjeux d'aujourd'hui et de demain pour les gestionnaires de structures d'accueil que nous représentons, sensibilisons, informons et accompagnons. En ce sens, nous nous sommes investis collectivement dans ce guide qui a pour ambition de poser les bonnes questions et apporter de nombreuses réponses.

Jean-Marc Coppola, Président Comité Régional de Tourisme PACA

Yannick Gallien, Président Union Nationale des Associations de Tourisme PACA

Pierre-Louis Roucaries, Président Provence Méditerranée Congrès

Jean-Louis Bayol, Président Logis de France PACA

Pierre-Paul Alfonsi, Président Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie PACA

Dominique Cesari, Président Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives

Roger Viau, Président Fédération Régionale des Gîtes de France et du Tourisme Vert PACA

Paul Raoult, Président Fédération Nationale des Locations de France Clévacances

Jacky Marcotte, Président Caract'Terres (PRIDES tourisme Solidaire de Territoire)

Philippe Villechaize, Président Provence Côte d'Azur Events (PRIDES Tourisme d'Affaires)



Mode d'emploi



1. Pourquoi un guide « RSE » pour les structures d'accueil touristique ?

Il est urgent d'agir

Nombre de scientifiques le démontrent : la planète est sous pression, l'homme détruit les espèces vivantes et son propre environnement au point de mettre en danger les générations futures. La pollution, le changement climatique, la perte de diversité biologique sont de réels problèmes aujourd'hui. Le tourisme est concerné à double titre aussi bien en tant que contributeur que comme victime. Ces problèmes environnementaux affectent la qualité et l'attractivité des destinations touristiques.

Sur le plan humain, le constat est sans appel : les inégalités entre les hommes sont criantes à l'échelle de la planète et au sein même des pays développés. Le développement n'est pas équitable. Dans les entreprises, les conditions de travail, l'accessibilité, l'accès à la formation, les discriminations, les conditions de logement induites par la saisonnalité des emplois, etc. génèrent des inégalités.

Voir la fiche **MC01** Comment organiser sa démarche de progrès ?

Maîtriser mes coûts d'exploitation

Des coûts énergétiques élevés car l'hiver est froid en montagne ? Des volumes de déchets problématiques à stocker en centre ville où l'espace est rare ? Des actions simples permettront de réduire rapidement certains coûts d'exploitation, en fonction des conditions spécifiques de l'établissement, tout en ayant une gestion plus respectueuse de l'environnement. Des économies pourront être réalisées sur des postes importants tels la consommation d'énergie et d'eau ou les achats. En évitant les gaspillages, l'entreprise limite aussi des dépenses inutiles. Assurer la qualité de vie, au travail comme en vacances. Un environnement sain et agréable, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur des bâtiments contribue d'abord aux bonnes conditions de travail du personnel. Cela concourt également au plaisir et au confort des clients. La démarche de responsabilité sociale et environnementale permettra d'offrir une meilleure qualité de vie aux touristes et à ceux qui travaillent dans la structure.

Le « développement durable » est une conception du développement (d'un territoire, d'une entreprise, etc.) qui s'appuie sur des valeurs fortes (responsabilité, participation et partage, débat, innovation...) et un double principe : d'abord, dans l'espace – chacun a le même droit aux ressources de la Terre – puis dans le temps – chacun a le droit d'utiliser les ressources de la Terre mais le devoir d'en assurer la pérennité pour les générations à venir. Lorsque l'on traite de mise en œuvre du développement durable par des organisations comme les entreprises, on parle de responsabilité sociale et environnementale. La responsabilité sociale et environnementale (RSE) est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire.

Dans le monde anglo-saxon on parle de « corporate social responsibility », couramment traduit par l'expression « responsabilité sociale des entreprises » (RSE). Dans l'acceptation européenne, la traduction est plutôt faite en faveur du terme « sociétale » qui inclut le volet environnemental. Pour plus de clarté et pour ne pas s'adresser seulement aux entreprises mais à tous types d'organisations, l'acronyme RSE peut désigner l'expression « responsabilité sociale et environnementale ». C'est le choix qui a été fait dans ce guide.

Mode d'emploi

Motiver et fidéliser mes équipes

S'inscrire dans le développement durable représente un nouveau projet fédérateur. Les thèmes du développement durable sont porteurs. Les équipes apprécient que leur entreprise s'engage dans une démarche citoyenne.. Un tel projet d'entreprise renforce l'esprit d'équipe et l'on sait aussi que le désir de rester dans une entreprise qui se préoccupe d'enjeux environnementaux et sociaux est plus grand (facteur de fidélisation).

Satisfaire mes clients

L'engagement de l'établissement dans un développement durable est aussi un argument de plus en plus déterminant pour attirer la clientèle, la satisfaire et la fidéliser. Les clients sont de plus en plus sensibles à ce critère dans l'organisation de leurs vacances. La gestion environnementale et les pratiques sociales ne sont plus des « petits plus », mais des éléments aussi incontournables que la qualité de service.

Assurer la sécurité juridique de l'entreprise

La législation environnementale est d'ores et déjà étoffée et concerne très directement les activités touristiques. Certaines non-conformités, concernant par exemple l'assainissement des eaux usées ou l'accessibilité à tous publics, peuvent mettre en danger l'établissement si des sanctions étaient prises et des investissements importants devaient être réalisés dans l'urgence. Par ailleurs, face aux enjeux environnementaux actuels tels que les menaces du changement climatique, l'épuisement des réserves de pétrole, la demande croissante de garanties de sécurité, la perte alarmante de biodiversité, etc., la réglementation devrait s'élargir et se renforcer sur les questions environnementales (maîtrise énergétique, réduction de production des déchets, économies d'eau, limitation de substances polluantes...). Cela pourrait impliquer des changements de modes de gestion voire des investissements techniques importants. Dans cette perspective, l'anticipation est la meilleure façon de répondre progressivement à ces nouvelles exigences légales.

Voir la fiche **MC04** Réglementation

Voir la fiche **MTD04** Réhabilitation énergétique des bâtiments

Anticiper les risques et les opportunités en termes de produits

De nombreuses évolutions représentent un risque pour

Mode d'emploi

la pérennité des produits touristiques, notamment celles du climat, du comportement des clientèles, des pratiques de déplacement, etc. Les anticiper permet d'en tirer le meilleur parti.

Par exemple :

- une baisse progressive de l'enneigement à basse altitude en montagne met en péril des hébergements basés sur l'activité ski, mais la diversification des activités proposées ou le repositionnement du produit sur l'accueil des randonneurs peut permettre de diversifier les clientèles et allonger les saisons ;
- des perspectives de pénuries d'eau dans les zones les plus arides sont une motivation supplémentaire pour installer des équipements économes ;
- des clientèles qui se rendent en train sur leur lieu de vacances sont une opportunité pour les hébergements des villes desservies. Mais sont aussi l'occasion pour les hébergements isolés de proposer des modes de déplacement alternatifs et ludiques (et donc facteur de différenciation par l'originalité) ;
- la combinaison de risques climatiques de plus en plus fréquents (orages violents, inondations, canicule...) et d'une demande croissante de sécurité de la part des clientèles impose une réflexion en amont sur l'implantation et la construction des nouveaux bâtiments.

Faire progresser mon entreprise pour sa pérennité

Un des enjeux majeurs du développement durable est certainement la notion de progression et le besoin de changement et d'amélioration. La responsabilité sociale et environnementale constitue un réel système de management, avec des outils d'évaluation permettant de mesurer les forces et les faiblesses, les progrès accomplis et les résultats obtenus.

Si de nombreuses actions et écogestes, détaillés tout au long de ce guide, induisent rapidement des économies, d'autres résultats de ce management apparaîtront à moyen ou long terme. Cette approche globale (économique, sociale et environnementale) peut être fractionnée, offrant ainsi des degrés d'implication divers, et donc des coûts et des niveaux de difficultés variés.

Voir la fiche **MC01** Comment organiser sa démarche de progrès ?

Mode d'emploi

2. A quoi sert cet outil ?

Ce manuel très pratique est à considérer comme un véritable outil de travail pour mener et alimenter une démarche de progrès dans le domaine du développement durable. Il traite des méthodes à suivre pour démarrer, mettre en œuvre et pérenniser une démarche, présente des actions d'amélioration possibles et propose des gestes simples à adopter au quotidien.

3. Pour quelles activités touristiques ?

Ce manuel s'adresse à tous les professionnels du tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il s'agit d'un outil inter-professionnel qui intéresse toutes les structures d'accueil touristique :

- Hôtels
- Campings
- Restaurants
- Résidences de tourisme
- Villages de vacances
- Offices de tourisme
- Palais de congrès
- Gîtes
- Chambres d'hôtes
- Meublés de tourisme
- Structures d'accueil des activités de pleine nature

En matière de responsabilité sociale et environnementale, il apparaît **plus de points communs que de différences** entre ces différentes structures. Ce sont les activités exercées qui permettent de faire le lien entre ces différents concepts et produits touristiques.

4. Une information spécifique à chaque métier ou fonction

Cet outil est destiné au chef d'établissement et à toutes les équipes. Quel que soit le type d'entreprise, tous ses collaborateurs peuvent s'impliquer pour un développement plus durable. Depuis la direction de l'établissement qui définit les principes de gestion et la stratégie de développement, aux chefs d'équipe qui organisent le travail au quotidien et perçoivent les contraintes et les opportunités dans leur

Mode d'emploi

domaine d'action, jusqu'à l'ensemble du personnel dans chacun de ses gestes. Chaque membre de l'entreprise y trouvera donc les actions qu'il peut mener dans sa propre activité : **les conseils et préconisations sont ciblés.**

Chacune des fiches doit être remise aux personnes concernées. Le découpage selon la fonction, le métier ou l'activité facilite le management de la démarche et la diffusion des bonnes informations (et des bonnes pratiques à adopter) au sein des équipes. Il s'agit tout simplement de ne pas embarrasser, par exemple, la femme de chambre avec la gestion de l'arrosage et l'homme d'entretien avec la production en cuisine.



Chaque fiche indique clairement quelles sont les fonctions concernées par son contenu. Dans les petites structures, il n'est pas rare de « porter plusieurs casquettes » en assumant plusieurs fonctions et en exerçant ainsi plusieurs métiers à la fois. De ce fait, chaque fiche correspondante sera à consulter et à mettre en pratique.

5. Pourquoi trois guides ?

Ce manuel propose un grand nombre de thématiques qui peuvent être traitées de façon plus ou moins approfondie et donc générer des actions dont la complexité est extrêmement variable : durée de mise en œuvre de l'action, coût de mise en œuvre, temps de retour sur investissement, économies réalisables...

La démarche de responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise touristique peut donc être traitée selon différentes approches, en fonction de vos moyens et de vos objectifs. Ces approches sont cependant complémentaires. C'est pourquoi le manuel est organisé selon trois grands types d'informations et de sujets.

GUIDE MÉTHODES ET CONNAISSANCES (MC)

Pour progresser dans certains domaines du développement durable, il est d'abord nécessaire de suivre une méthode et d'acquérir des connaissances nouvelles. Ces fiches apportent les fondamentaux préalables à l'action en ouvrant sur de nombreuses sources d'approfondissement. Il s'agit plutôt d'axes stratégiques pour l'entreprise. Les actions proposées s'inscrivent sur le moyen ou le long terme, à mettre en œuvre de façon progressive mais continue dans votre établissement. Les investissements nécessaires ne sont pas systématiquement importants.

GUIDE ECOGESTES (EG)

Tous les gestes et bonnes pratiques du quotidien sont regroupés dans ces petites fiches très synthétiques et didactiques. Chacun peut la garder à portée de vue sur son



komet



ékoji

Mode d'emploi



médi



Le guide **MTD** n'est pas un catalogue de solutions techniques pour se développer de façon plus durable. Il s'agit simplement d'une ouverture. Pour aller plus loin, il convient de consulter les ouvrages plus complets cités en référence, de s'informer grâce aux sites spécialisés disponibles sur Internet, d'échanger avec les fournisseurs et de visiter des salons professionnels.



Pour découvrir le concept du développement durable et sa déclinaison en objectifs opérationnels :

MC01 Organiser sa démarche

poste de travail. Chaque préconisation est applicable de façon indépendante.

Les bonnes pratiques recommandées sont applicables immédiatement : elles peuvent être mises en œuvre très rapidement dans l'établissement sans forcément impliquer un investissement financier puisqu'il s'agit surtout de recommandations comportementales. Les bénéfices pour l'entreprise seront significatifs à court terme (en particulier sur les factures d'eau et d'énergie).

GUIDE MEILLEURES TECHNOLOGIES DISPONIBLES (MTD)

Ces fiches traitent des aspects purement techniques et des équipements plus performants sur le plan environnemental. Sans constituer un catalogue exhaustif, elles présentent les améliorations techniques de base. Le porteur d'un projet de construction ne pourra faire l'économie de consulter des publications spécifiques, de s'informer sur Internet et de découvrir l'offre abondante de produits et solutions existant désormais sur le marché.

Les actions recommandées impliquent des investissements financiers. Ces actions s'inscrivent dans le moyen ou long terme : à étaler sur 1 à 2 ans pour les équipements les plus légers et jusqu'à 3 à 4 ans dans le cas d'une réhabilitation thermique des bâtiments.

6. Des recommandations liées à de véritables objectifs de progrès

Les fiches et les thématiques qu'elles traitent sont liées aux objectifs de développement durable qu'elles permettent d'atteindre. Cela permet d'aller plus loin que la simple gestion environnementale, pour s'intéresser à toutes les dimensions du développement durable.

OBJECTIF 1 : VIABILITÉ ÉCONOMIQUE À LONG TERME

OBJECTIF 2 : IMPLICATION DANS L'ÉCONOMIE ET LA VIE LOCALE

OBJECTIF 3 : QUALITÉ DE VIE (AU TRAVAIL ET EN VACANCES)

OBJECTIF 4 : ÉQUITÉ SOCIALE

OBJECTIF 5 : VALORISATION DU PATRIMOINE ET DE LA VIE CULTURELLE

OBJECTIF 6 : PRÉSERVATION DES SITES

OBJECTIF 7 : PRÉSERVATION DE LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE

OBJECTIF 8 : UTILISATION MAÎTRISÉE DES RESSOURCES NATURELLES

OBJECTIF 9 : RÉDUCTION DES POLLUTIONS

OBJECTIF 10 : CHANGEMENT DE CULTURE POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Mode d'emploi

7. Que signifient les encarts marqués d'un pictogramme ?



Boîte à idées

Exemples variés parfois astucieux pour enrichir son plan d'actions.



Economies

Exemples concrets d'actions générant des économies directes ou indirectes.



Points de vigilance

Points sur lesquels une attention très particulière devra être portée.



S'orienter

Des contacts à prendre pour passer à l'action. Des informations pour approfondir : des définitions, des contacts utiles, des sources documentaires.



Témoignage

Des professionnels nous font partager leur expérience.

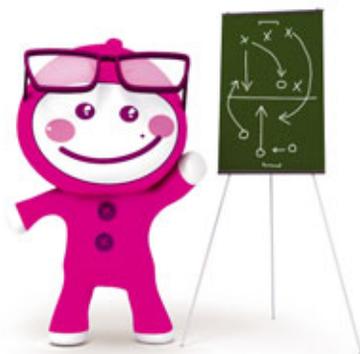


Aller plus loin

Des pistes pour approfondir le sujet.

Organiser ma démarche

Passer à l'action en matière de responsabilité sociale et environnementale demande un minimum de méthode. Une telle démarche est un projet collectif qui doit mobiliser le personnel et impliquer les partenaires de la structure d'accueil touristique. Son efficacité peut être améliorée en sollicitant le soutien de différents organismes et en suivant précisément l'évolution de la situation environnementale, sociale et économique grâce à des indicateurs. Faire évoluer son entreprise dans le sens de la responsabilité sociale et environnementale nécessite de suivre une certaine méthode, quelle que soit l'envergure que l'on compte donner à sa démarche et quelle que soit la taille de son établissement. Cette méthode est un gage de réussite et de pérennisation de la démarche, même si la mise en œuvre pourra sembler complexe de prime abord. Bien entendu, rien ne sert d'aller trop vite, il n'y a pas de rythme imposé pour passer d'une étape à l'autre, adaptez « votre démarche » au temps dont vous et vos collaborateurs disposez (permanents et saisonniers).



Médiaterre (réseau d'information francophone sur le développement durable), accueil Responsabilité Sociétale

www.mediatorre.org/rsdd

Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises

www.orse.org

Site Internet de la Commission européenne consacré à la RSE
http://ec.europa.eu/enterprise/csr/index_fr.htm

Comité français pour l'environnement et le développement durable
www.comite21.org

1. La RSE : c'est quoi ?

D'abord un concept

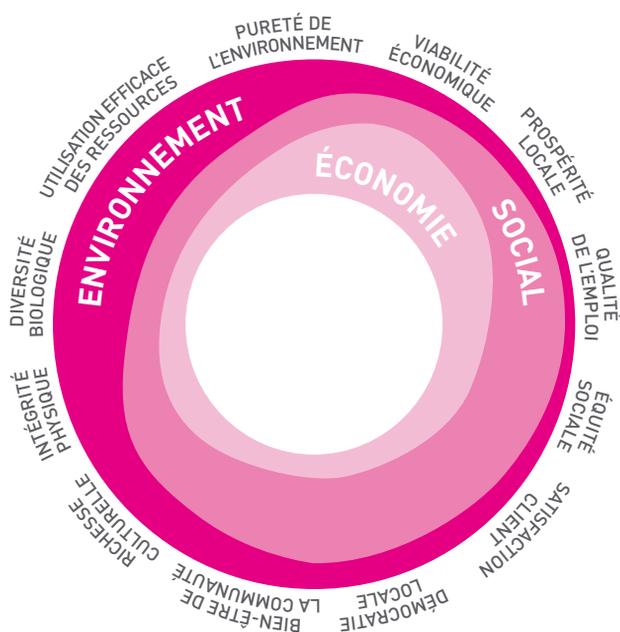
Le « développement durable » est une conception du développement (d'un territoire, d'une entreprise, etc.) qui s'appuie sur des valeurs fortes (responsabilité, participation et partage, débat, innovation...) et un double principe : d'abord, dans l'espace – chaque habitant a le même droit aux ressources de la Terre – puis dans le temps – nous avons le droit d'utiliser les ressources de la Terre mais le devoir d'en assurer la pérennité pour les générations à venir.

Lorsque l'on traite de mise en œuvre du développement durable par des organisations comme les entreprises, on parle de **responsabilité sociale et environnementale** (corporate social responsibility). La responsabilité sociale et environnementale (RSE) est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire.

Organiser ma démarche

Décliner une approche par objectifs

A la lumière des travaux de synthèse effectués en 2005 par l'Organisation mondiale du tourisme et le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, lorsque l'on passe à la phase de mise en application, le concept général de développement durable du tourisme se décline en objectifs contribuant tous, dans des proportions variées, à préserver l'environnement, favoriser le progrès social et susciter un développement économique équitable, maximisant les retombées bénéfiques sur les territoires touristiques.



Ce guide s'appuie sur cette approche pour fixer à la démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale des organisations touristiques des objectifs thématiques :

- OBJECTIF 1 : Viabilité économique à long terme de l'organisation
- OBJECTIF 2 : Implication dans l'économie et la vie locale
- OBJECTIF 3 : Qualité de vie (au travail et en vacances)
- OBJECTIF 4 : Équité sociale
- OBJECTIF 5 : Valorisation du patrimoine et de la vie culturelle
- OBJECTIF 6 : Préservation des sites
- OBJECTIF 7 : Préservation de la diversité biologique
- OBJECTIF 8 : Utilisation maîtrisée des ressources naturelles

Organiser ma démarche

- OBJECTIF 9 : Réduction des pollutions
- OBJECTIF 10 : Changement de culture pour le développement durable.

2. Un cercle vertueux

Le schéma ci-dessous illustre les quatre grandes étapes d'une démarche de progrès en matière de développement durable :



1^{re} étape : mobiliser mon équipe

Comment bien démarrer ma démarche ?

Le chef d'établissement doit montrer clairement son **engagement** à toute son équipe. Il est le véritable élément **moteur** de la démarche : il la lance, la dirige et impulse une dynamique nouvelle à son entreprise. Il recueille dès le début l'avis de ses collaborateurs sur le projet et leurs premières idées « vertes ». Chaque membre de l'équipe doit savoir que ce projet démarre et comprendre son déroulement.

- Organiser une première réunion avec toute l'équipe visant à présenter l'intérêt de la démarche (pour l'entreprise, l'environnement, la satisfaction de la clientèle) et son déroulement.
- Créer un Comité Développement Durable autour du chef d'établissement, avec un représentant de chaque service. En saison, il est recommandé d'y associer les nouveaux effectifs.
- Nommer un responsable RSE interne à l'établissement

Organiser ma démarche



Diagnostic environnemental

Les informations utiles à un diagnostic environnemental sont collectées par une visite complète et quelques entretiens. Toutes les pratiques et caractéristiques de l'établissement sont observées afin d'évaluer leurs effets potentiels sur l'environnement. Toutes les thématiques sont traitées : gestion des déchets, de l'eau et de l'énergie, intégration paysagère, air, bruit, politique d'achats, transports, etc. Un bilan des consommations est également dressé. Cette visite dure une journée pour la plupart des entreprises touristiques.



Pour dresser facilement un diagnostic environnemental (soi-même ou avec un consultant), les EcocartesTM constituent une méthodologie simple, visuelle, participative et efficace. Conçue comme un outil « do-it-yourself », les EcocartesTM sont utilisées par un très grand nombre d'organisations dans plus de 60 pays. Quelques exemples :

International Network for Environmental Management
www.inem.org

Portail Eco-mapping
www.ecomapping.org

Boîte à outil de management environnemental pour les petites entreprises
http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

si la taille de l'entreprise le permet. Sa mission : mettre en œuvre et coordonner la démarche. Son profil : il n'y a pas de véritable exigence (restauration, administration, entretien, etc.). Le plus important est qu'il ou elle soit volontaire et intéressé(e).

2^e étape : planifier

Dresser l'état des lieux

Il s'agit de connaître la situation de départ, de prendre en quelque sorte une photographie instantanée de l'établissement.

Pourquoi dresser un état des lieux ?

- Pour connaître les points forts et les points faibles de l'entreprise.
- Pour connaître la situation par rapport à la réglementation, notamment la réglementation environnementale.
- Pour identifier les domaines à améliorer en priorité.
- Pour savoir tout simplement par où commencer car le champ des actions possibles peut être vaste.

Comment dresser un état des lieux ?

- Faire intervenir un intervenant spécialisé. Il portera un **regard neuf** et averti sur mon entreprise.
- **Impliquer toute l'équipe** dès le début, et surtout les membres du Comité Développement Durable.
- Encourager le personnel à fournir toute information pendant ce diagnostic initial.
- Présenter les résultats à toute l'équipe.
- Continuer à associer le personnel et le comité à la suite des travaux de planification, c'est l'un des meilleurs moyens pour s'assurer l'adhésion à la démarche (ex. : pendant la réflexion sur les objectifs à atteindre et les améliorations possibles).

Fixer des objectifs

Quel est le but que je veux atteindre précisément ? Je me fixe des objectifs quantifiés, mesurables et en nombre raisonnable.

Établir le plan d'actions « RSE »

C'est le cœur de ma démarche. Il sert à atteindre les objectifs fixés. Pour l'établir, suivre méthodiquement le processus suivant :

- lister les idées émises par le Comité Développement Durable et le personnel volontaire ;

Organiser ma démarche

- examiner les préconisations remises par l'intervenant qui a dressé l'état des lieux ;
- sélectionner les actions à entreprendre en premier (découpez-les éventuellement en différentes étapes) ;
- **définir les moyens à déployer (budget éventuel, matériel éventuel, temps, formation...)** ;
- répartir les rôles et les responsabilités ;
- fixer un planning et des échéances pour réaliser ces actions.

Les actions à privilégier sont :

- les actions de mise en conformité réglementaire ;
- les réductions de gaz à effet de serre pour lutter contre le changement climatique ;
- les actions répondant aux enjeux locaux ;
- les améliorations les plus visibles pour la clientèle ;
- celles qui améliorent la qualité et l'esthétique du cadre de vie, qui contribuent au bien-être ou qui répondent à la recherche de « naturalité » de la clientèle ;
- celles qui réduiront les plus importantes sources de pollution ou de consommation ;
- les actions les plus simples et les moins techniques ;
- celles générant des économies et dont le retour sur investissement est rapide.

3^e étape : agir

C'est la phase de réalisation : les projets vont maintenant devenir réalité.

- Décliner le plan d'actions de l'établissement en checklists personnalisées ou par service, reprenant le travail attendu pour chacune des personnes impliquées.
- Réaliser les actions prévues.
- S'assurer que les personnes en charge d'une ou de plusieurs actions disposent des informations et compétences nécessaires (guides pratiques, brochures, formation, sensibilisation...).
- Réunir périodiquement le Comité Développement Durable pour faire le point sur la réalisation des actions planifiées, les difficultés, les mesures d'accompagnement à prendre éventuellement, les résultats atteints...
- Communiquer l'état d'avancement de la démarche à l'ensemble du personnel, par exemple par affichage ou oralement lors de courtes réunions.

La démarche de développement durable est un projet global qui s'appuie sur l'implication de plusieurs acteurs : le chef d'établissement et son équipe, les clients et les fournisseurs.



→ Dans la mesure du possible, j'essaye de fixer des objectifs à chacune de mes équipes ou à chaque service : le personnel se sentira plus impliqué. Je reste modeste au départ car s'ils sont trop ambitieux, je prends le risque de ne pas les atteindre, un tel échec serait décourageant pour toute l'équipe. Les premiers pas de la démarche doivent plutôt me donner satisfaction !

→ Eviter de concentrer les actions sur une ou deux personnes seulement (suivant la taille de l'établissement).



Exemple d'objectifs

Réduire de 5 % la consommation d'énergie ou d'eau sur une période donnée, valoriser 50 % des déchets verts, utiliser moins d'écoproduits parmi les produits d'entretien, réduire de 30 % le nombre de non-conformités réglementaires, éliminer un tiers des « points noirs » paysagers, etc.



Chaque membre de l'équipe doit savoir clairement ce qu'il a à faire et comprendre que les actions environnementales et sociales font partie intégrante de ses attributions.

Organiser ma démarche

Le chef d'établissement	Sans l'engagement du chef d'établissement, la démarche de responsabilité sociale et environnementale ne peut démarrer ni perdurer. Avec cet engagement comme ligne de conduite, il veillera aussi à la cohérence des choix d'investissements vis-à-vis des objectifs de développement durable, en évitant les contradictions.
Les équipes	Sans l'adhésion et l'implication du personnel, la démarche de développement durable ne peut ni vivre, ni apporter de changements significatifs dans l'établissement. C'est aussi « l'affaire de chacun » car chaque geste compte au quotidien. Voir la fiche MC20 Sensibiliser pour faire agir les équipes
Les clients	Les clients ont bien évidemment une influence sur les performances environnementales des entreprises touristiques car ils vivent dans les établissements qui les accueillent et produisent donc eux-mêmes une pollution (consommations, déchets, fumée de tabac, etc.). Il est donc essentiel de les associer à la démarche. Les messages qui leur sont adressés doivent cependant suivre certaines règles : les clients sont peu réceptifs aux leçons de morale ou aux discours culpabilisants. La communication doit aller dans les deux sens, par exemple en laissant la possibilité aux clients de faire des remarques (questionnaire, boîte à idées...). Voir la fiche MC21 Sensibiliser pour faire agir ses clientèles
Les fournisseurs	Les produits, techniques et services des fournisseurs ont souvent une influence sur les performances sociales et environnementales de l'entreprise. Parfois, le simple changement d'un produit ou la modification de quelques habitudes avec les fournisseurs conduiront à des résultats bénéfiques au sein même de l'établissement (ex. : modalités de livraison, nature des produits d'entretien, etc.). Quelques clés pour verdifier son établissement avec ses fournisseurs : <ul style="list-style-type: none"> • identifier les impacts sur l'environnement liés à l'utilisation de leurs produits et services ; • leur communiquer les priorités environnementales de l'établissement ; • les inviter à proposer une offre plus respectueuse de l'environnement (justifiée techniquement) ou réfléchir en commun sur de nouvelles pratiques (pour mieux gérer ou réduire les déchets, moins polluer, réduire le bruit, etc.). Voir la fiche MC22 Achats éco-responsables

4^e étape : évaluer

Après avoir agi, place au bilan en se remémorant le vieil adage : « On ne gère que ce que l'on peut mesurer. »

Évaluer ma démarche et mes résultats

- Créer des outils de suivi et de mesure des résultats grâce à des indicateurs chiffrés.
- Communiquer périodiquement ces données et les résultats à l'ensemble du personnel.
- Récompenser les auteurs des bonnes idées de développement durable.
- Valoriser les initiatives exemplaires auprès de la clientèle, de la presse professionnelle, des partenaires commerciaux (voyagistes par exemple), des partenaires locaux, etc.
- Une fois le premier plan d'actions mené à son terme, réexaminer la situation afin de fixer de nouvelles priorités.
- Développer un second plan d'actions RSE en suivant de nouveau le cycle Planifier - Agir - Evaluer.



« C'est un entrepreneur qui entretient notre parc. Jusqu'à présent, il brûlait tous nos déchets verts. Nous en avons parlé ensemble. Il nous a finalement installé deux bacs à compost pour valoriser sur place la pelouse tondue. »

M. BRENNER – Le Soleil d'Or – Montignac, Dordogne.

Organiser ma démarche

Utiliser des indicateurs de suivi et de mesure des résultats et des performances

Les indicateurs de responsabilité sociale et environnementale sont les données chiffrées servant à suivre l'évolution de la situation de l'établissement. Bien souvent, le plus simple est de commencer par suivre simplement des aspects environnementaux, tels que les flux (eau, énergie, etc.) et les ratios rapportant une information particulière à la fréquentation.

S'efforcer de recueillir des données chiffrées pour élaborer des indicateurs sociaux et environnementaux permet de :

- vérifier que l'on atteint les objectifs d'amélioration que l'on s'est fixés ;
- mesurer les résultats des actions entreprises et les comparer aux objectifs ;
- s'inscrire dans le respect des critères de la plupart des écolabels ;
- communiquer sur la situation de l'établissement (envers le personnel et les partenaires de l'entreprise).



Les indicateurs à utiliser (et à créer) en priorité sont ceux qui permettent de suivre les effets de vos actions et de connaître précisément les flux entrant et sortant engendrés par vos activités. Par exemple, les niveaux de consommation (eau, énergie, produits chimiques, papier, etc), la production de déchets, le trafic et les transports. Parmi tous les indicateurs possibles, il est souvent nécessaire de créer ses propres indicateurs en fonction des actions prévues et de son contexte. Le plus souvent possible, rapporter les données à la fréquentation (exprimée en nuitée, nombre de chambres louées ou de semaines de location, nombre de repas servis, nombre de visiteurs...).

INCORRECT

- Diviser la consommation d'eau totale d'un hôtel-restaurant par le nombre de nuitées, ou le nombre de repas servis.
- Si l'on cherche une moyenne de consommation par sanitaire, diviser la consommation d'eau totale d'un camping par le nombre de sanitaires alors qu'il existe d'autres points de consommation, comme un restaurant ou une piscine par exemple.

CORRECT

- Séparément [grâce à des compteurs divisionnaires], diviser la consommation de l'hébergement par le nombre de nuitées et celle de la restauration par le nombre de couverts servis.
- Mesurer la consommation des sanitaires grâce à des compteurs internes.



« Cinq de nos fournisseurs locaux nous livrent plusieurs fois par semaine depuis longtemps. Nous avons réduit notre production de déchets de 30 % en réutilisant des caisses plastiques réutilisables pour les livraisons au lieu des habituelles cagettes en bois. »

M. BRIDLEY – Martin Hotel – Cardiff, Pays de Galles.



La plupart des fiches de ce guide pratique comportent un encart « s'évaluer » dans lequel sont proposés des indicateurs d'évaluation et de suivi de la performance. Cependant, il est possible d'aller plus loin et de trouver de très nombreux exemples d'indicateurs définis par diverses institutions internationales ou par des regroupements de professionnels :

Trouver plus d'indicateurs de développement durable

www.globalreporting.org

International Tourism Partnership

www.tourismpartnership.org

Partenariat pour les Critères Mondiaux de Tourisme Durable (GSTC Partnership)

www.sustainabletourismcriteria.org

Publication de référence : Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - A Guidebook (UN-WTO, 2004, ISBN 978-92-844-0726-2)

Organiser ma démarche



La consommation d'eau d'un hôtel s'étale de 60 à 220 m³ par chambre et par an, en fonction des équipements proposés et des pratiques de gestion de l'eau.

Source : International Hôtel & Restaurant Association

Exemples de ratios de consommation dans les campings :

(Source : Enquête DEBAT/FRAHPA, mai 2001)

Consommation moyenne d'énergie :
6,4 kWh/nuitée (2,5 à 9,3)

Consommation moyenne d'eau potable :
183 L/nuitée (72 à 288)

Production moyenne de déchets banals :
1,1 kg/nuitée (0,4 à 1,8)

Exemple de ratios de production de déchets de la restauration française :

Secteur	Nbre de repas / jour (fourchette pour les établissements étudiés)	Déchets alimentaires putrescibles (g)	Ratio moyen par repas		
			Emballages (g)	Total (g)	Huiles alimentaires usagées (ml)
Hôtels - restaurants	70 - 200	330	520	850	30
Restauration traditionnelle	10 - 100	230	270	500	30
Restauration rapide	10 - 400	175	155	330	80

Source : Les déchets de la restauration en France : Etat des lieux. ADEME/COSTIC, 2000.



Pratiquer le « **benchmarking** » consiste à positionner les ratios de son entreprise par rapport à des niveaux de performance établis dans la même activité. Pour cela, il faut d'abord être en mesure de calculer ses propres ratios de façon cohérente, en précisant notamment toutes les particularités de l'établissement susceptibles d'influencer les niveaux de consommation (période d'ouverture, types d'équipements, types de clientèle, saison d'ouverture...). L'exercice ne revêt un intérêt que pour déterminer les priorités, car la comparaison entre plusieurs établissements est toujours délicate du fait des divers facteurs qui influencent les consommations. L'essentiel reste toujours l'objectif que l'on se fixe et l'indicateur correspondant pour suivre les progrès. Les deux principaux programmes qui offrent un benchmarking environnemental pour le tourisme établi sur une base de données suffisamment significative sont :

Green Globe : www.greenglobe.org

TourBench : www.tourbench.info

Organiser ma démarche

3. Autodiagnostic de RSE

A n'importe quel stade de ma démarche de développement durable, ce questionnaire me permet d'évaluer rapidement mon « niveau de bonnes pratiques ». C'est un quiz simple à utiliser : plus je réponds par « oui », plus la responsabilité sociale et environnementale de mon établissement est élevée !

Énergie

1. Connaissez-vous précisément la consommation totale de votre établissement et celle de chacun de vos grands postes de consommation (hébergement, restauration, sanitaires, piscine, emplacements...) ?
2. Savez-vous combien vos clients consomment ?
3. Utilisez-vous des ampoules économes en énergie ?
4. Assurez-vous un entretien annuel de vos équipements de production d'eau chaude sanitaire (détartrage notamment) ?
5. Utilisez-vous les détecteurs de présence ou minuteries dans les locaux techniques peu fréquentés ?
6. Les fermes de chambres coupent-elles les veilles des téléviseurs ?
7. Toutes vos canalisations d'eau chaude sont-elles entièrement isolées ?

Eau

1. Pour l'eau, pouvez-vous répondre aux questions n°1 et 2 de l'énergie ?
2. Votre arrosage est-il automatisé, effectué avec de l'eau ne provenant pas du réseau public d'eau potable et le sol est-il protégé ?
3. Le réseau d'évacuation des eaux pluviales est-il bien séparé de celui de l'assainissement ?
4. Votre robinetterie est-elle équipée de réducteurs de débit ou autre système économiseur ?
5. Les cuisines sont-elles dotées d'un bac dégraisseur régulièrement vidangé et savez-vous où sont éliminées les matières de vidange ?
6. Proposez-vous à vos clients de garder, s'ils le souhaitent bien sûr, leurs serviettes pour leur deuxième nuit ?
7. Êtes-vous sûr que votre assainissement est conforme à la réglementation ?

Déchets

1. Connaissez-vous le coût réel de l'élimination des déchets pour votre entreprise ?
2. Vos clients peuvent-ils valoriser certains de leurs déchets grâce à l'organisation que vous leur proposez ?
3. Triez-vous et valorisez-vous les déchets d'emballage ?
4. Confiez-vous vos cartouches d'imprimantes à un prestataire qui les recycle ou les élimine proprement ?
5. Les huiles de cuisine vont-elles ailleurs que dans la nature, les égouts ou les poubelles ?
6. Vos déchets verts sont-ils compostés (ou broyés pour protéger le sol des espaces verts) ?
7. Conservez-vous les feuilles imprimées au recto pour le brouillon ?

Organiser ma démarche

Paysage

1. Tous les équipements techniques sont-ils dissimulés (citernes, conteneurs et locaux à déchets...) ?
2. Favorisez-vous la pierre, les matériaux naturels et locaux dans les aménagements ?
3. Dans certaines parties de votre propriété, les voitures sont-elles invisibles ?
4. Les façades de vos bâtiments sont-elles en bon état ?
5. Vos enseignes et pré-enseignes sont-elles de taille raisonnable et dans des coloris sobres ?
6. Les limites de votre propriété les plus visibles sont-elles habillées de plantations et en bon état ?
7. Indiquez-vous le nom des essences d'arbres à vos clients ?

Achats

1. Utilisez-vous (ou vendez-vous) des produits bénéficiant d'un écolabel ?
2. Tous les documents visibles et remis à la clientèle sont-ils en papier écolabellisé (brochures, lettres, cartes de restaurant, livret d'accueil...) ?
3. Utilisez-vous des lessives sans phosphates ?
4. Connaissez-vous les produits dangereux que vous utilisez ?
5. Réduisez-vous l'utilisation de produits chimiques sur les espaces verts ?
6. Évitez-vous le mobilier en bois tropical ?
7. Utilisez-vous des produits vendus plutôt en recharges ?

Transports

1. Vos clients peuvent-ils disposer d'un bon service de prêt ou de location de vélos ou de deux roues électriques pour une course ou une balade ?
2. Si des transports collectifs sont disponibles, les horaires sont-ils à disposition des clients ?
3. Vos clients peuvent-ils venir sans trop de difficulté sans voiture dans votre établissement ?
4. Connaissez-vous les modes de transports qu'utilise votre personnel pour venir travailler ?
5. Incitez-vous vos équipiers à utiliser les transports en commun, pratiquer le co-voiturage ou utiliser des transports moins polluants (ex. : le vélo) ?
6. Si vous transportez les déchets de votre camping jusqu'au centre de traitement, avez-vous effectué une déclaration ?
7. Pouvez-vous renseigner vos clients sur les moyens de se déplacer dans la région autrement qu'en voiture ?

Qualité de l'air

1. Utilisez-vous des désodorisants naturels (ex. : huiles essentielles) ?
2. L'étanchéité des circuits des réfrigérateurs et installations frigorifiques est-elle vérifiée régulièrement ?
3. La cuisine est-elle maintenue en permanence en dépression par rapport à la salle de restaurant ?
4. Assurez-vous un entretien régulier des systèmes de climatisation, de traitement d'air (tours aéro-réfrigérantes notamment) et des réseaux d'eau chaude afin d'éviter la prolifération des légionelles ?

Organiser ma démarche

Bruit

1. Savez-vous si vos clients sont gênés par du bruit ?
2. Les livreurs ou autocaristes coupent-ils leurs moteurs à l'arrêt dans votre établissement ?
3. Connaissez-vous le niveau sonore de la musique que vous diffusez en soirée ?
4. Avez-vous vérifié le temps d'exposition au bruit (machines à laver, chaufferie...) de vos collaborateurs ?
5. Avez-vous mis en place des mesures d'information et de prévention des nuisances sonores (consignes, affichettes, gestion des espaces...) ?

Solidarité et responsabilité sociale

1. Avez-vous embauché des personnes connaissant des difficultés d'accès à l'emploi (insertion, chômage longue durée...) ?
2. Employez-vous des personnes handicapées ?
3. Votre établissement est-il aménagé pour répondre aux besoins spécifiques des personnes souffrant de déficiences physiques, mentales, visuelles ou auditives ?
4. Proposez-vous des avantages sociaux à vos salariés (assurance complémentaire santé, épargne entreprise, etc.) ?
5. Proposez-vous un logement à vos saisonniers ou les aidez-vous à le trouver ?
6. Avez-vous mis en place un plan de formation de vos salariés ?
7. Y a-t-il des possibilités d'évolution de carrière au sein de votre établissement ou de votre groupe ?

Implication locale

1. Avez-vous noué des partenariats avec d'autres prestataires touristiques et acteurs économiques de votre territoire ?
2. Avez-vous recours à des producteurs locaux pour les denrées alimentaires ou les objets de décoration par exemple ?
3. Est-ce que les habitants du territoire ont accès à vos équipements de loisir ?
4. Faites-vous appel à des structures locales pour des animations, ponctuelles ou régulières, dans votre établissement ?

Ergonomie

1. Avez-vous identifié les risques professionnels auxquels sont exposés les salariés et établi le « Document Unique » ?
2. Avez-vous fait quelque chose pour réduire les postures pénibles ou améliorer les conditions de travail sur certains postes ?
3. Savez-vous s'il y a plus ou moins d'accidents du travail dans vos établissements que la moyenne nationale dans votre branche ?

Sensibilisation

1. Communiquez-vous en interne sur la démarche RSE ?
2. Avez-vous déjà diffusé des supports de sensibilisation auprès de vos équipes ?
3. Avez-vous déjà organisé des ateliers de sensibilisation sur la RSE pour les salariés ?
4. Avez-vous déjà sensibilisé vos clients ou visiteurs par des actions vivantes (prêt ou projection de film, expositions, soirées débats, café-environnement...) ?

Labels et certification des démarches

La valorisation des efforts en matière de responsabilité sociale et environnementale implique une démarche active de communication. Mais pour une meilleure crédibilité, une reconnaissance extérieure ou la référence à des normes est particulièrement recommandée. Cependant, inscrire sa démarche dans le cadre de référentiels de labellisation ou de certification n'est pas une question de marketing mais un point fondamental de la méthodologie d'organisation et de progrès.



1. A quoi servent les labels et les certifications ?

Il existe de nombreux dispositifs de labellisation et de certification qui s'inscrivent dans le champ de la responsabilité environnementale et sociale. Ils sont à regrouper en deux familles selon que leurs exigences portent sur :

- le résultat opérationnel, les bonnes pratiques (labels),
- l'organisation adoptée pour améliorer les performances de manière continue et pérenne (certifications de systèmes de management).

Dans tous les cas, ces systèmes ont une double vocation :

- servir de feuille de route à la démarche, donner un cadre précis à l'action ;
- servir de moyen de reconnaissance en attestant les résultats et la rigueur méthodologique.



ISO 26000, tel est le nom de la future norme à paraître fin 2010 sur la responsabilité sociale et environnementale. Elle fournira des lignes directrices communes et internationalement reconnues mais ne servira pas de référentiel de certification. En PACA, de nombreuses dynamiques de sensibilisation et d'accompagnement, notamment celles portées par l'AFNOR dans le cadre de la préparation de la norme, sont soutenues par les partenaires institutionnels (ADEME, Région, DRIRE...) et pilotée par des opérateurs locaux (PRIDES, organismes professionnels...) : opérations collectives formation/action, plate-forme d'information et d'échange.

Pour en savoir plus :

Groupe de travail ISO sur l'ISO 26000 : www.iso.org/sr

Agence Française de Normalisation : www.afnor.org/developpementdurable

Éa-IMaGE (PRIDES Éco-entreprises et Développement Durable) : www.ea-image.fr



→ Cette fiche traite des systèmes de reconnaissance des démarches s'appliquant à l'exploitation et au fonctionnement courant des établissements touristiques. Les labels présentés ici ne doivent pas être confondus avec les étiquetages environnementaux des produits de consommation.

Voir la fiche **MC22** Acheter éco-responsable

→ Les certifications des démarches environnementales pour la conception et la construction des bâtiments ou la performance énergétique des bâtiments sont évoquées dans les fiches dédiées à ces sujets :

Voir :

Fiche **MTD04** Réhabilitation énergétique des bâtiments

Fiche **MC05** Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Labels et certification des démarches

2. Dans le domaine environnemental

→ Labels



Écolabel européen

Champs d'application

Hébergements touristiques traditionnels et campings.

Structure

Critères obligatoires assortis de critères optionnels pondérés dans lesquels il faut obtenir un minimum de points.

Domaines concernés

Énergie, eau, déchets, produits chimiques, communication, sensibilisation, management.

Attribution

Par l'AFAQ-AFNOR Certification après audit de l'entreprise (audit documentaire et sur site).

www.ecolabels.fr

www.ecolabel-tourism.eu



Green Globe

Champs d'application

Toutes entreprises touristiques et collectivités locales de territoire touristique (international).

Structure

Critères de performance et exigences d'organisation de la démarche, trois niveaux de reconnaissance (bronze, argent, or).

Processus en 6 étapes

Politique - Benchmarking - Conformité réglementaire - Démarche - Performance - Communication.

Domaines concernés

Tous domaines environnementaux.

Attribution

Audit documentaire à distance et/ou sur site selon la taille de la structure, par un auditeur agréé par EC3Global.

www.greenglobe.org



Green Globe Lite

Démarche Green Globe allégée permettant de dresser un autodiagnostic en ligne, d'évaluer les émissions de gaz à effet de serre et d'améliorer les pratiques dans 3 domaines (déchets, eau, énergie).

Labels et certification des démarches

Clef verte

Champs d'application

Hôtels, campings, meublés et chambres d'hôtes.

Structure

3 familles de critères (impératifs, essentiels, optionnels).

Domaines concernés

Déchets, eau, énergie, paysage, nourriture et boisson, utilisation de produits chimiques, sécurité, sensibilisation.

Attribution

Par l'office français de la Fédération d'Education à l'Environnement (FEE) sur dossier (examen annuel par un jury) et visite.

www.laclefverte.org



Ecogîte

Champs d'application

Hébergements Gîtes de France (qualification).

Domaines concernés

Matériaux de construction locaux et sains, gestion de l'énergie et énergies renouvelables, gestion de l'eau et des déchets, écocitoyenneté.

Attribution

Par Gîtes de France

www.ecogite.fr



Gîtes Pandas

Champs d'application

Hébergement « Gîtes de France » (gîte, chambre d'hôtes) situé dans la majorité des cas dans un Parc naturel régional ou national ou des sites naturels remarquables.

Critères

- 1/ Être situé dans un environnement naturel de qualité.
- 2/ Comporter un équipement d'observation de la nature et des documents d'information spécifiques.
- 3/ Être géré par des propriétaires (ou responsables) soucieux de la préservation de l'environnement.

Attribution

Par WWF - Organisation mondiale de protection de la nature.



Chouette nature

Champs d'application

Villages de vacances adhérents de Cap France uniquement.

Domaines concernés

Gestion des déchets, énergie, eau, émissions de CO₂, préservation et valorisation de la nature, politique d'achat, épanouissement des hommes.

www.chouettenature.com



Labels et certification des démarches



Hôtels au naturel

Champs d'application

Hôtels traditionnels implantés dans un parc naturel régional.

Domaines concernés

Accueil. Relation au territoire et aux terroirs. Gestion environnementale.

Attribution

Par l'association Hôtels au Naturels et les Parcs Naturels Régionaux.

www.hotels-au-naturel.com



Écocert

Champs d'application

Tous types d'espaces verts (très artificialisés - squares et jardins de centre-ville - ou espaces naturels aménagés, publics ou privés).

Attribution

Par ECOCERT après un audit.

Domaines concernées

Tous les domaines environnementaux, plus les matériels, matériaux et produits, ainsi que les aspects humains et sociaux.

www.ecocert.com/-le-label-eve-espaces-verts.html



Agriculture biologique

Cadre réglementaire

Règlement CE N° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques (abrogeant le règlement CEE N°2092/91).

Champs d'application

Tout opérateur exerçant une activité à un stade quelconque de la production, de la préparation ou de la distribution des produits agricoles vivants ou non transformés, produits agricoles transformés destinés à l'alimentation humaine [...]. La restauration collective n'est pas soumise au règlement mais les autres types de restauration peuvent demander une certification AB.

Domaines concernés (intéressant directement la restauration)

Règles de préparation des denrées alimentaires et critères d'utilisation de substances.

Attribution

Par un organisme de contrôle agréé par les pouvoirs publics (les six organismes de contrôle agréés en France sont Aclave, Agrocet, Ecocert, Qualité France, SGS et Ulase).

www.agencebio.fr

Labels et certification des démarches

→ Certifications de systèmes de management environnemental

International Organization for Standardization

La norme ISO 14001 est « LA » norme internationale de la démarche environnementale. Elle définit des exigences structurant son déroulement en quatre grandes étapes : planifier, mettre en œuvre, contrôler, évaluer. N'importe quel type d'organisation peut donc l'utiliser d'autant que des méthodes et des outils simples existent pour les petites structures.

Champs d'application

Applicable à tous types d'activités (productions de biens et de services), petites ou grandes structures.

Contenu

Norme fixant des exigences d'organisation et de fonctionnement d'un Système de Management Environnemental, basée sur le principe de l'amélioration continue des performances environnementales.

Attribution

Démarche certifiée par un organisme certificateur indépendant et agréé, après audit.

www.iso.org/iso/fr/iso_14000_essentials
www.tc207.org

Eco-Management and Audit Scheme

L'Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) est le système communautaire européen de management environnemental, basé sur l'ISO 14001 mais plus approfondi sur le plan de la performance et de la transparence.

<http://ec.europa.eu/environment/emas>
www.emas-easy.eu
<http://ec.europa.eu/environment/emas/toolkit>



Boîte à outil de management environnemental pour les petites entreprises
http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

Portail Eco-mapping
www.ecomapping.org



Les chambres de commerce et d'industrie et leurs partenaires ont mis en place au niveau national une opération 1.2.3 Environnement, facilitant la mise en œuvre de démarches de management environnemental selon une approche progressive et proportionnée. Cette démarche est basée sur un document normatif AFNOR, le FD X30-205.

En savoir plus :
www.123environnement.fr

Labels et certification des démarches

3. Dans le domaine social

→ Labels



Labels égalité

Champs d'application

Toutes organisations.

Domaines concernés

Égalité professionnelle hommes femmes, gestion des ressources humaines et management, prise en compte de la parentalité dans le cadre professionnel.

Attribution

Par AFAQ

www.afaq.org rubrique Nos Services



Tourisme et handicap

Champs d'application

Tous types de structures touristiques.

Domaines concernés

Déficience motrice, visuelle, auditive, mentale.

Attribution

Par l'association « Tourisme et Handicaps » (ATH) après visite des évaluateurs et instruction du dossier de candidature.

www.tourisme-handicaps.org



La norme OHSAS 18001 est structurée comme la norme ISO 14001 (Plan-Do-Check-Act) en s'appuyant aussi sur le principe de l'amélioration continue.



Pour aller plus loin, le référentiel ILO-OSH 2001 « Principes directeurs des systèmes de management de la santé et la sécurité au travail » est un outil de référence pour manager la sécurité et la santé au travail développé par le Bureau International du Travail (BIT). Le référentiel ILO-OSH 2001 est le seul référentiel international adopté dans un cadre tripartite – pouvoirs publics, employeurs et travailleurs.

Site officiel de l'Organisation internationale du travail
www.ilo.org

→ Certification de système de management

British Standards Institution OHSAS 18001

Champs d'application

Tous types d'organisations.

Domaines concernés

Santé et sécurité au travail (risques professionnels).

Contenu

Norme fixant des exigences d'organisation et de fonctionnement d'un Système de Management de la santé et de la sécurité au travail, basée sur le principe de l'amélioration continue des performances.

Attribution

Démarche certifiée par un organisme certificateur indépendant et agréé, après audit.

www.bsi-global.com

Labels et certification des démarches

SA 8000

Champs d'application

Tous types d'organisations dans tous les secteurs économiques.

Attribution

Par les organismes certificateurs accrédités par SAAS.

Domaines concernés

Droits humains (travail des enfants, hygiène et sécurité, liberté syndicale et droit à la négociation collective, discrimination, pratiques disciplinaires, temps de travail, rémunération).

Contenu

Exigences de résultats et exigences organisationnelles.

www.sa-intl.org

www.saasaccreditation.org



4. Quels bénéfices pour l'établissement ?

Inscrire sa démarche de progrès dans la perspective d'une labellisation ou d'une certification offre les avantages suivants :

- garantie de rigueur méthodologique ;
- validation des résultats ;
- meilleure lisibilité externe de la démarche ;
- valorisation facilitée ;
- motivation des équipes ;
- accès possible aux systèmes de référencement (guides, portails internet) ;
- démarche commerciale légitimée sur de nouvelles cibles sensibles à la responsabilité sociale et environnementale.



La qualité de service s'inscrit dans le développement durable en tant que facteur important de viabilité à long terme d'une structure touristique. De ce fait, les labels et certifications dans ce domaine sont aussi à consulter.

Voir la fiche **MC09** Satisfaire ses clients : démarche qualité



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERME

OBJECTIF 4
ÉQUITÉ SOCIALE

OBJECTIF 6
PRÉSERVATION DES SITES

OBJECTIF 8
UTILISATION MAÎTRISÉE DES
RESSOURCES NATURELLES

Aides et accompagnement financier

A divers titres, l'Etat, les collectivités et d'autres organismes, mettent en place des systèmes d'aides s'inscrivant, selon les cas, dans tout ou partie des objectifs de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. D'autres aides à caractère transversal peuvent s'ajouter. Cette fiche n'a pas vocation à constituer un manuel d'obtention des aides ni un « catalogue » détaillé des aides publiques. Recueillir les informations, vérifier l'ensemble des critères, monter le dossier de candidature, respecter les délais, etc. requiert parfois un temps considérable et demande une méthode à laquelle tous les professionnels du tourisme ne sont pas rompus. Cette fiche offre une première orientation utile au démarrage.



AIDES ET FINANCEMENTS

1. Qui peut vous accompagner ?

L'ADEME

La délégation régionale de l'ADEME :

- propose des dispositifs de soutien méthodologique et financier pour les démarches de gestion environnementale transversales (Management environnemental, RSE) ou thématiques, notamment : économies d'énergie et énergies renouvelables, déchets et transport ;
- met à disposition de la documentation d'information et de sensibilisation, ainsi que des ouvrages et recueils de bonnes pratiques, des guides méthodologiques, des outils de communication et de sensibilisation et des dispositifs de formations ;
- les aides s'adressent plus particulièrement aux PME et TPE ; toutefois, des accords cadres ont été passés avec des groupes (Accor...) et des fédérations professionnelles (UMIH...) au niveau national et se déclinent localement ;
- les actions éligibles, dans le cadre du co-financement ADEME/Région, sont principalement les aides à la décision (prédiagnostic, diagnostic, accompagnement à une démarche d'amélioration des performances environ-

Aides et accompagnement financier

nementales ou de labellisation). Des aides financières aux investissements sont également envisageables, en fonction de la qualité du projet en terme de bénéfices environnementaux apportés.

Par ailleurs, un service dédié au niveau national participe au groupe de travail européen sur les Bonnes Pratiques du tourisme durable, et soutien des actions d'envergure internationales.

www.ademe.fr/paca - contact : ademe.paca@ademe.fr

La Région

Afin d'encourager les professionnels du tourisme (hôtellerie traditionnelle indépendante, hôtellerie de plein air, villages vacances) à améliorer leurs performances environnementales et l'accessibilité de leurs établissements aux personnes en situation de handicap, la Région, dans le cadre de son Schéma régional de développement, croise ses dispositifs d'intervention « tourisme » et « environnement » et propose :

- aides aux travaux spécifiques d'amélioration des performances environnementales (eau, déchets, assainissement, amélioration énergétique des bâtiments, recours aux énergies renouvelables : solaire/bois) et/ou d'accessibilité aux personnes en situation de handicap ;
- prêts à taux zéro, sous forme d'avance remboursable, pour la modernisation, la reprise et la transmission des entreprises touristiques ;
- aides au conseil et à l'innovation, diagnostics et actions collectives de professionnalisation sur 5 thématiques spécifiques dont la gestion environnementale, l'accessibilité Handicap et la gestion des ressources humaines ;
- aides aux investissements de modernisation pour les centres et villages vacances à travers le programme régional en faveur du tourisme social ;
- valorisation de la filière éco-touristique, par le CRT PACA et les CDT/CRT, à travers la promotion de l'offre touristique qualifiée et labellisée « responsabilité sociale et environnementale ».



La démarche A.G.I.R. (Action Globale Innovante pour la Région), dans sa composante Energie, permet également aux particuliers propriétaires de locations saisonnières de bénéficier de « chèques énergie » pour financer leurs investissements, l'appel à projets « 100 gîtes exemplaires » permet l'accompagnement vers des meublés de tourisme de qualité environnementale.

Les Départements

- En fonction des départements, les Conseils généraux proposent des aides pour divers types d'établissements touristiques : hôtellerie, hôtellerie de plein air, villages vacances, gîtes, chambres d'hôtes, autres types d'hébergements ruraux spécifiques.
- Ces aides concernent en général des travaux de rénovation

Aides et accompagnement financier

mais prévoient des dispositifs particuliers : bonification, aide complémentaire, taux d'emprunt bonifié, pour les démarches « Tourisme & Handicap » (dans l'optique de la labellisation) et « gestion environnementale ». Cette liste est non exhaustive et des informations complémentaires sont disponibles sur les sites internet des départements et des comités départementaux de tourisme.

Les services de l'Etat et services déconcentrés

- **La Direction des Services Fiscaux – DSF** pour l'amortissement exceptionnel de certains équipements : économie d'énergie ou production d'énergie renouvelable, isolation sonore, véhicules peu polluants ; des crédits d'impôt : emploi d'apprentis ; ou encore des exonérations de taxe : véhicules peu polluants.
- **L'Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale & Allocations Familiales – URSSAF** pour le titre Emploi Entreprise.
- **La Direction Régionale au Droit des Femmes et de l'Égalité – DRDFE** pour le contrat pour l'Égalité professionnelle entre les Hommes et les Femmes.
- **L'ANPE** propose des aides à l'embauche pour certains publics : jeunes, publics en insertion, travailleurs handicapés...

Autres structures nationales

- **OSEO**, Etablissement public de l'État, finance et accompagne les PME avec des financements. En association avec l'ADEME et d'autres partenaires, il propose la Garantie Energie ou Fonds de Garantie des Investissements de Maîtrise de l'Énergie (FOGIME) : fonds destiné à apporter une garantie financière supplémentaire aux crédits bancaires demandés par une PME pour financer son projet de maîtrise de l'énergie.
- **L'AGEFIPH** propose des aides aux entreprises pour l'accueil et l'insertion des personnes handicapées.

Autres structures régionales ou à vocation régionale

- **L'Association Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail** accorde des aides au conseil dans le cadre d'un travail sur la prévention des risques professionnels (ergonomie, diminution des accidents du travail et des maladies professionnelles, diminution des troubles musculo-squelettiques, risques psycho-sociaux, stress au travail...).
- **La Caisse Régionale d'Assurance Maladie** propose un contrat de prévention ouvrant droit, par exemple, à des aides à l'investissement, des aides au conseil ou à la



En dehors de financements couvrant une partie des coûts d'un projet ou d'une embauche, des aides indirectes et appuis logistiques existent, notamment en ce qui concerne : le montage du dossier, l'expertise ou le diagnostic...

Aides et accompagnement financier

formation selon la part accordée dans le projet à l'amélioration des conditions de travail et à la prévention des risques professionnels.

- **Envirobot Méditerranée**, centre de ressources sur la qualité environnementale du bâtiment : permet d'accéder à des ressources dédiées ainsi qu'à des retours d'expériences.
- **PRIDES Bâtiments Durables Méditerranéens**, association interprofessionnelle de maîtres d'ouvrage, concepteurs et entreprises du bâtiment : accompagnement technique et méthodologique à l'évaluation et à la valorisation de la qualité environnementale des bâtiments en construction ou en réhabilitation en zone méditerranéenne.

La **Commission européenne** propose des aides aux PME et, en particulier, un régime de garantie aux PME investissant dans la protection de l'environnement, afin d'obtenir plus facilement des prêts bancaires.

2. Comment obtenir un financement ?

- Pour bénéficier d'un dispositif, un dossier doit être constitué et présenté par le porteur de projet à l'organisme concerné. Ces dossiers peuvent se révéler complexes à monter et les structures d'appui sont là pour accompagner les entreprises touristiques dans cette démarche.
- Avant le lancement du projet, il est important de se renseigner sur les dispositifs existants et sur leurs conditions d'octroi. Il peut être intéressant de modifier légèrement son projet pour respecter ces conditions et obtenir un financement.
- De plus en plus, les collectivités imposent aux demandeurs d'aide à l'investissement une étude ou un diagnostic préalable pour vérifier la pertinence du projet. En général, les collectivités participent financièrement à cette étude préalable ou proposent un dispositif d'accompagnement technique.
- Il est généralement indispensable d'avoir obtenu l'accord de l'organisme concerné pour l'octroi d'une aide avant de lancer achats ou travaux. Les dispositifs ne permettent généralement pas de prise en charge a posteriori.
- Les aides financières sont généralement accordées sur la base des factures réglées par l'établissement, aussi il est important de conserver l'ensemble des pièces justifiant les dépenses effectuées.



→ De nombreux dispositifs varient selon les types d'établissements. Certains types d'hôtels peuvent être exclus de la liste des bénéficiaires. Il s'agit le plus souvent des hôtels 4 étoiles et luxe, mais c'est également parfois le cas des franchisés de chaînes hôtelières. Par ailleurs, l'octroi d'aides financières par les collectivités est de plus en plus souvent conditionné à l'adhésion de l'établissement (effective ou en cours) à un label de qualité ou un réseau volontaire (selon : Logis de France, HotelCert, Tourisme et Handicap, Plan Qualité France, Gîtes de France...) ou s'il s'engage dans une démarche de certification.

→ Les montants des aides sont plafonnés par la règle "de minimis". Le montant total des aides publiques accordées à une entreprise ne doit pas dépasser 200 000 euros sur 3 ans. Soyez attentif à votre plan de financement puisqu'il vous faudra nécessairement trouver un complément de financement.

→ **Veillez à bien respecter les délais.** Un dossier même recevable se verra refusé en cas de retard du dépôt de dossier, entraînant également un retard voir l'abandon de votre projet ! De même, surveillez les échéances des dossiers de renouvellement d'aides, de subventions... Une demande de subvention se fait toujours avant de démarrer une action ou des travaux.

Aides et accompagnement financier

3. Le bénéfice pour l'entreprise

- Possibilité d'investissement pour améliorer la compétitivité de l'établissement.
- Accès facilité aux labels et certifications.
- Retour sur investissement plus rapide.
- Partage d'expérience par l'intégration d'un réseau "mutualiste".



Chaque gestionnaire d'hébergement peut se tourner vers une personne ressource qui l'aidera à identifier les dispositifs pertinents et à monter un dossier :

Hôtellerie et hôtellerie de plein air : **Chambres de Commerce et d'Industrie**

Membres de l'UNAT : **Délégation régionale UNAT**

Gîtes et chambres d'hôtes : **Animateur label départemental ou CDT**

La Région

- www.regionpaca.fr, rubrique Tourisme/ Guide des aides et rubrique Energie – A.G.I.R.
- **Service Tourisme et Service Energie, Déchets, Air et Technologies de l'Environnement**, 04 91 57 50 57

L'ADEME

- L'ADEME au niveau national www.ademe.fr, rubrique Offre de l'ADEME/ Entreprises/ Monter un projet d'investissement
- La **délégation régionale de l'ADEME** www.ademe.fr/paca/ ou au 04 91 32 84 44

Les départements

- **Alpes-de-Haute-Provence**
www.cg04.fr et contact@cg04.fr ou Agence de Développement Touristique (ADT) : 04 92 31 57 29, info@alpes-haute-provence.com
- **Hautes-Alpes**
www.cg05.fr, rubrique Aménagement et Développement/ Tourisme ou Service Tourisme au 04 92 24 24 26
- **Alpes-Maritimes**
www.cg06.fr, rubrique Tourisme/ Les aides touristiques (pas de dispositif spécifique Environnement ou Accessibilité)

Aides et accompagnement financier

- **Bouches-du-Rhône**
www.cg13.fr ou 04 91 21 13 13 (standard)
- **Var**
www.var.fr, rubrique développement/ Tourisme/
Dispositif d'aide, ou 04 94 18 60 60 (standard)
- **Vaucluse**
www.vaucluse.fr, thème Développement Durable/
rubrique Aides à l'environnement pour particuliers et
collectivités locales (pas d'aides aux entreprises) ou au
04 90 16 15 00 (standard)

Le réseau consulaire

- Le **portail des CCI** propose un moteur de recherche de toutes les aides en faveur du développement durable :
www.semaphore.cci.fr/cci.fr/?qr=cci_environment

L'Europe

- **Financements européens** : ec.europa.eu/entreprise/sme/index_fr.htm
- www.touteleurope.fr, rubrique Actions/ Economie/
Marché Unique, Entreprises / Informations pratiques
- **Enterprise Europe Network** : www.med2europe.com

Autres partenaires

- **OSEO** : www.oseo.fr
- **ANPE** : www.anpe.fr, rubrique Employeur/ Conseils
pratiques/ Aides au recrutement
- **AGEFIPH** www.agefiph.fr, rubrique Entreprises/ les
aides de l'Agefiph
- **CRAM Sud-Est** : www.cram-sudest.fr
- **ACT Méditerranée** : www.anact.fr/aract/actmed
- **EnviroBAT – Méditerranée** : www.envirobat-med.net

A lire

- **13 Essentiels Economie** – Conseil général des
Bouches-du-Rhône (disponible sur www.cg13.fr)
- **Label Emplitude** : www.label-emplitude.fr
- **Les aides publiques à l'hôtellerie-restauration**,
étude et analyse Coach Omnium 2008 :
www.coachomnium.com/presse/aideshotellerie.htm,
avec un classement par région :
[www.coachomnium.com/etudes/Fiches.aides.hotellerie/
PACA.pdf](http://www.coachomnium.com/etudes/Fiches.aides.hotellerie/PACA.pdf)



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
GÉRANT
PROPRIÉTAIRE

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERME

Le point sur la réglementation

La réglementation dans les champs couverts par le développement durable est très large et en permanente évolution. Cette fiche a simplement pour objectif de donner les premières grandes clés de la réglementation environnementale et celle sur les sujets à caractère social. Une veille réglementaire régulière est nécessaire pour assurer une conformité permanente.

1. La réglementation environnement, quelques points majeurs

Installation classée ou pas ?

Le droit de l'environnement a créé deux catégories d'installations : les Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE) – art 511-9 et suivants du Code de l'environnement, qui nécessitent soit une déclaration en préfecture, soit une autorisation. Les autres installations relèvent du Règlement Sanitaire Départemental.

Peu d'établissements touristiques sont classés, deux rubriques cependant méritent de s'interroger :

- la rubrique réfrigération-compression (2920) : si la puissance absorbée par les équipements de climatisation-réfrigération est supérieure à 50kW,
- la rubrique « utilisation de solvants pour le nettoyage à sec » (2345) : si les machines utilisent plus de 0,5 kg de solvant par cycle de nettoyage.

Lorsque ces seuils sont dépassés, un dossier de déclaration doit être réalisé.

Il faut noter que la déclaration ou l'autorisation doit normalement être réalisée avant la mise en service de l'installation : il est donc important de vérifier l'éventuel classement avant chaque achat ou travaux.

Les déchets

- Le principe de base est celui de la responsabilité du producteur de déchets, jusqu'à leur élimination finale.

Art L 541-2 du Code de l'environnement

- Il est formellement interdit de brûler quelque déchet



Toutes les prescriptions réglementaires concernant l'ensemble des rubriques ICPE, la procédure de déclaration et le dossier à constituer se trouvent sur le site :

<http://aida.ineris.fr>.

Le point sur la réglementation

que ce soit. Les déchets doivent être stockés sans causer de gêne ou de pollution (prévention des fuites dans le sol, des envols...).

- Dès lors que la production de déchets d'emballages atteint 1100 L hebdomadaires, il convient d'en assurer le tri et la valorisation. **Article R 543-67 du Code de l'environnement**
- Si les déchets non dangereux, encore appelés déchets banals, sont remis à la collectivité, il faut savoir que celle-ci, en échange du service rendu, peut exiger le versement d'une redevance spéciale : les collectivités sont en effet tenues de collecter les déchets des particuliers mais pas ceux des professionnels. **Article L 2333-78 du Code général des collectivités territoriales**
- Pour les déchets dangereux, l'apport en déchèterie (lorsqu'elle les accepte) est la solution la plus pertinente, que cela soit payant ou gratuit. Typiquement y seront apportés : les piles usagées, les néons, les huiles de vidange, notamment celle des tondeuses... Dans le cas où la déchèterie n'accepte pas les déchets dangereux, il convient d'identifier les prestataires pour en assurer l'élimination. La vérification du respect de la réglementation environnementale par les prestataires déchets prend alors son importance : le transporteur doit être déclaré en préfecture (**Article R541-50 du Code de l'environnement**), l'installation de traitement est une installation classée pour la protection de l'environnement, autorisée pour traiter les déchets remis. (**Articles L 541-22, L 541-24 et L 541-25 du Code de l'environnement**)
- Pour garantir la traçabilité, un Bordereau de Suivi des Déchets Dangereux doit être rempli dès lors que les déchets sont remis à la collecte, soit à un transporteur, soit à un collecteur en petites quantités. Un volet de ce bordereau revient au producteur de déchets, il spécifie l'installation de destination et le mode de valorisation ou de traitement du déchet.

Quelques déchets spécifiques :

- Les **huiles alimentaires usagées** : elles ne sont pas dangereuses mais peuvent causer d'énormes problèmes pour le fonctionnement des stations d'épuration. Il convient donc de les collecter, dès la cuisine, pour les faire valoriser.
- Les **déchets d'équipements électriques et électroniques** (DEEE) : depuis les chambres froides hors-service, jusqu'aux blocs autonomes de sécurité. Tous ceux mis en service avant le 13 août 2005 doivent être éliminés par l'exploitant. Pour les autres, la responsabilité de l'élimination incombe au pro-



Un outil pour trouver les prestataires de collecte et d'élimination des déchets :

Guide régional du recyclage et de l'élimination des déchets
Provence - Alpes-Côtes d'Azur
www.guide-recyclage-paca.com



http://www.ecologie.gouv.fr/article.php3?id_article=4534



Le point sur la réglementation

ducteur de l'équipement. Il convient donc de s'entendre, au moment de l'achat, sur les modalités de prise en charge des déchets par le vendeur. Aujourd'hui, il n'y a pas d'éco-organisme agréé pour les DEEE professionnels. Mais les filières de collecte et de traitement existent.

- **Graisses du bac à graisses et boues de vidanges des fosses septiques** (en cas d'assainissement autonome) : ces déchets non dangereux doivent être remis à un prestataire spécialisé qui en assurera le traitement et remettra un bordereau de prise en charge indiquant l'installation de destination.
- Les **pires et les accumulateurs**, y compris ceux provenant des clients, les **néons**, les **produits chimiques** utilisés pour l'entretien (**dégraissants, peinture, vernis**) **sont des déchets dangereux** : ils seront stockés de manière à éviter tout risque de pollution (à l'abri des chocs, sur rétention pour les liquides) et éliminés soit dans une déchèterie, soit par un prestataire compétent.

L'eau

L'eau consommée

- Pour des questions d'hygiène, le réseau doit être protégé par un **dispositif de disconnexion**. Il est installé sur les équipements utilisant de l'eau et qui risqueraient, en cas de dépression dans le réseau, de polluer celui-ci avec des eaux souillées (machines à laver et lave-vaisselle principalement).
- **L'utilisation de l'eau de pluie** collectée en aval de toitures inaccessibles au public est désormais autorisée, non seulement pour les usages extérieurs tels que l'arrosage des espaces verts, mais aussi, pour les usages intérieurs : lavage des sols et évacuation des toilettes. L'utilisation pour le lavage du linge est aussi permise, à titre expérimental, sous réserve qu'il soit fait appel à un installateur d'un système de prétraitement ayant déclaré ce système auprès du ministère en charge de la santé. L'ensemble du réseau doit être identifié "eau non potable" et en aucun cas connecté au réseau d'eau potable. Il doit par ailleurs faire l'objet d'une maintenance régulière. (voir Arrêté du 21 août 2008 relatif à la récupération des eaux de pluie)

Les eaux usées rejetées

- Les eaux usées doivent être traitées.
- En cas de raccordement au **réseau d'assainissement** de la commune : il convient alors de disposer d'une auto-

Le point sur la réglementation

risation de déversement, elle précisera les caractéristiques que doivent respecter les effluents. En particulier, interdiction de rejet des solvants, huiles et toute autre substance qui pourraient perturber le bon fonctionnement de la station d'épuration. Ce service est facturé via la redevance assainissement qui est mentionnée sur la facture d'eau. **Article L 1331-10 du Code de la santé publique**

- En cas **d'assainissement autonome** : le système doit permettre de respecter les seuils de rejets fixés en fonction des objectifs locaux de qualité des eaux. Le SPANC (Service Public d'Assainissement Non Collectif) pourra orienter vers des installateurs compétents ou indiquer les mesures de bonne gestion de vos équipements. En fonction de la charge polluante à traiter, une déclaration devra être réalisée ou une autorisation au titre de la loi sur l'eau sollicitée. **Article R214-1 et suivants du code de l'environnement.**

Équipements de réfrigération et de climatisation

Article R543-75 et suivants du Code de l'environnement

- Toute intervention sur un circuit contenant des fluides frigorigènes doit être réalisée par un opérateur disposant d'une **attestation de capacité** délivrée par un organisme de contrôle agréé.
- Les équipements contenant plus de 2 kg de fluide frigorigène doivent faire l'objet d'un contrôle d'étanchéité des circuits de confinement du fluide, lors de la mise en service et périodiquement ensuite. Tout constat de fuite doit faire l'objet d'un constat rédigé par l'opérateur en charge du contrôle. Lorsque la charge en fluide frigorigène est supérieure à 3 kg, les documents attestant de la réalisation du contrôle doivent être conservés pendant 5 ans.
- Toute intervention sur un circuit de fluide frigorigène doit donner lieu à une **fiche d'intervention** qui mentionne en particulier, la nature, la quantité et la destination du fluide récupéré, ainsi que la quantité de fluide éventuellement réintroduite dans cet équipement. Les fiches d'intervention doivent être conservées 5 ans.

Stockage de combustibles

Pour le chauffage des locaux, des cuves de gaz ou de fioul peuvent être nécessaires. Dans ce cas, la commission de sécurité indiquera toutes les obligations relatives aux distances d'éloignement, aux dispositifs de sécurité, à la protection contre les chocs et aux moyens de rétention en cas de fuite.



Une réglementation spécifique concerne la performance thermique des bâtiments (neufs ou rénovation).

Voir la fiche **MTD04** Réhabilitation énergétique des bâtiments

Le point sur la réglementation



→ Plus de précisions sur les imprimés concernés et sur toutes les modalités d'adhésion à Ecofolio, l'éco-organisme agréé pour prendre en charge la responsabilité des émetteurs de déchets d'imprimés sur le site :

www.ecofolio.fr

Les imprimés

La réglementation prévoit la contribution financière des émetteurs d'imprimés afin d'encourager leur recyclage. Depuis juillet 2008, tous les imprimés sont concernés sauf :

- les documents mis sur le marché par une personne publique ou une personne privée dans le cadre d'une mission de service public résultant exclusivement d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement ;
- les livres ;
- les publications de presse ;
- l'encartage publicitaire annoncé au sommaire d'une publication de presse qu'il accompagne.

Les courriers de gestion et les documents publicitaires remis en même temps, les papiers d'impression, les enveloppes ne seront à prendre en considération qu'à partir de 2010.

Sont donc concernés tous les documents commerciaux (plaquette, brochures...). La contribution se fait par l'adhésion à un éco-organisme : Ecofolio. Celui-ci se charge de reverser ensuite sa contribution aux collectivités qui ont en charge l'élimination des déchets. La contribution maximale fixée par la réglementation est de 0,15 €/kg de papier. En cas de constat d'infraction par les douanes, le montant s'élève à 0,9 €/kg. **Article L. 541-10-1 du Code de l'Environnement**

2. La réglementation « accessibilité » : quelques points majeurs

La loi n° 2005-102 du 11 février 2005, pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, est entrée en vigueur au 1er janvier 2006.

Pour les établissements recevant du public (ERP) et les installations ouvertes au public NEUFS

Dans ce cas, c'est l'arrêté du 30 novembre 2007 modifiant l'arrêté du 1^{er} août 2006 (dispositions pour les articles R 111-19 à R 111-19-3 et R 111-19-6 du Code de la Construction et de l'Habitat) qui est applicable.

Toutes les thématiques suivantes doivent être passées en revue en s'assurant que pour chacune d'elle l'accessibilité

Le point sur la réglementation

à tout type de clientèle sera favorisée (handicap moteur / mental / auditif / visuel).

- Cheminements extérieurs
- Stationnement
- Conditions d'accès et d'accueil
- Circulations horizontales et verticales
- Revêtements (sols et parois)
- Mobiliers
- Éclairage
- Information

Pour les rénovations et agrandissement dans les établissements existants

Dans ce cas à partir de 2015 :

- une partie de votre ERP où est fourni l'ensemble des prestations devra être accessible ;
- en cas de contrainte structurelle, il pourra y avoir des mesures de substitution ;
- toutes les parties touchées (modification / rénovation...) devront être accessibles et l'arrêté du **1^{er} août 2006** sera appliqué.

S'il existe des « contraintes liées à la présence d'éléments participant à la solidité du bâtiment tels que murs, plafonds, planchers, poutres ou poteaux », l'**arrêté du 21 mars 2007** permet quelque souplesse.

Pour certains sites, des dérogations préfectorales pourront être attribuées pour :

- impossibilité technique du fait de l'environnement ;
- conservation du patrimoine architectural ;
- disproportion manifeste entre les améliorations apportées et leurs conséquences.



Intégrés aux futurs travaux, les éléments liés à l'accessibilité seront plus faciles à mettre en œuvre. Ne pas oublier de contacter les partenaires institutionnels (ADEME, Région, Organismes professionnels et consulaires...) dans ce type de démarches : des aides au conseil et à l'investissement peuvent être attribuées pour certains types de projets.



Les travaux qui conduisent à la création, à l'aménagement ou à la modification d'un établissement recevant du public ne peuvent être exécutés qu'après autorisation délivrée par l'autorité administrative qui vérifie leur conformité aux règles relatives à l'accessibilité et à la sécurité : la CCDSA (Commission Consultative Départementale de Sécurité et d'Accessibilité). Lorsque ces travaux sont soumis à permis de construire, celui-ci tient lieu de cette autorisation dès lors que sa délivrance a fait l'objet d'un accord de l'autorité administrative compétente mentionnée précédemment.

Le point sur la réglementation

3. La réglementation concernant les travailleurs handicapés



Allez au-delà de la réglementation

Le label national « Tourisme et Handicap » a pour but d'informer clairement et objectivement les personnes handicapées et leurs proches sur l'accessibilité aux sites, équipements, hébergements touristiques, restaurants... afin qu'ils puissent disposer des prestations mises à leur disposition avec le plus d'autonomie possible.

Le label représente un engagement de qualité dans la prestation touristique proposée et permet à l'entreprise d'être répertoriée sur le site de Maison de la France. Positionnez vous !

Vous avez plus de 20 salariés ? Depuis la loi du 10 juillet 1987, vous êtes donc tenus à l'obligation d'emploi d'au moins 6 % de personnes handicapées dans votre effectif.

La loi du 11 février 2005 réaffirme cette obligation et l'étend à de nouvelles catégories de personnes handicapées : les titulaires de la carte d'invalidité et de l'allocation aux adultes handicapés (AAH) peuvent désormais bénéficier du statut de travailleur handicapé sans démarche supplémentaire auprès de la Commission des droits et de l'autonomie des personnes handicapées (ex-Cotorep).

Comment répondre à cette obligation et agir en faveur de l'emploi des travailleurs handicapés ?

Plusieurs solutions vous permettent de répondre à votre obligation et d'œuvrer à l'insertion des travailleurs handicapés.

→ Employer des personnes handicapées

Consulter la liste des personnes reconnues travailleurs handicapés tenue par l'AGEFIPH.

→ Conclure un contrat de sous-traitance, de fournitures, de prestations de service ou de mise à disposition de travailleurs handicapés

Les établissements peuvent remplir jusqu'à 50 % de leur obligation d'emploi en faisant appel aux **entreprises adaptées** (anciennement « ateliers protégés »), **aux établissements ou services d'aide par le travail** (ESAT) (appelés « centres d'aide par le travail » ou CAT) et en passant des contrats de sous-traitance avec les centres de distribution de travail à domicile.

→ Accueillir des demandeurs d'emploi handicapés en formation dans le cadre d'un stage

Dans ce cadre, une durée minimum de 150 heures par stagiaire est requise. L'accueil de ces stagiaires est pris en compte dans la limite de 2 % de l'effectif d'assujettissement.

→ Conclure un accord d'entreprise ou d'établissement en faveur de l'emploi des personnes handicapées

Cet accord doit comporter obligatoirement un plan d'embauche de personnes handicapées et au moins

Le point sur la réglementation

deux des actions suivantes :

- un plan d'insertion et de formation,
- un plan d'adaptation aux mutations technologiques,
- un plan de maintien dans l'entreprise en cas de licenciement.

→ Verser une contribution à l'Agefiph

La contribution à verser varie en fonction de la taille de l'entreprise : de 400 fois à 600 fois le SMIC horaire par bénéficiaire non employé !



En 2010, les entreprises qui n'auront réalisé aucune action en faveur de l'emploi de personnes handicapées verront leur contribution à l'Agefiph très fortement majorée : 1 500 fois le SMIC horaire pour toute personne handicapée manquante afin d'atteindre le quota de 6 % !



Identifier le profil que vous recherchez en mettant en avant les compétences requises. Lors d'un recrutement, solliciter les différents réseaux :

- Association CAP-EMPLOI (département)
- ANPE (département)
- Agence Travail Temporaire (CDI ou CDD)
- Associations spécialisées (certaines ont leur propre système d'insertion pour leurs adhérents) : coordonnées des structures disponibles dans chaque Maison Départementale du Travailleur Handicapé (MDTH).



Insérer des travailleurs handicapés dans l'entreprise, c'est possible. Différentes aides allant du recrutement, à l'adaptation du poste de travail jusqu'à la formation peuvent être sollicitées :

www.anpe.fr

www.agefiph.fr



Liens utiles relatifs à l'accessibilité :

www.tourisme-handicaps.org

www.legifrance.fr

www.coliac.cnt.fr

www.developpement-durable.gouv.fr



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
RESPONSABLE TECHNIQUE

OBJECTIFS

OBJECTIF 2
IMPLICATION DANS L'ÉCONOMIE
ET LA VIE LOCALE**OBJECTIF 7**
PRÉSERVATION DE LA DIVERSITÉ
BIOLOGIQUE**OBJECTIF 8**
UTILISATION MAÎTRISÉE DES
RESSOURCES NATURELLES**OBJECTIF 9**
RÉDUCTION DES POLLUTIONS**OBJECTIF 10**
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Les gestionnaires d'activités touristiques doivent entreprendre en permanence des travaux afin de maintenir les installations en excellent état ou de les agrandir. Qu'il s'agisse de constructions neuves, d'extensions ou de réhabilitations, il existe aujourd'hui des démarches permettant d'intégrer au processus de construction et d'aménagement extérieur les questions environnementales et sociales de façon structurée et ambitieuse.

1. Travailler sur le bâti et les extérieurs avec des acteurs différents



La traduction du concept de **développement durable** dans la construction n'est pas une affaire simplement technique. C'est aussi et surtout une question de management du projet : déterminer des ambitions pertinentes au départ puis s'assurer de leur traduction concrète tout au long du processus et dans toutes les pièces maîtresses au plan contractuel.

La responsabilité sociale et environnementale se traite d'abord spontanément au niveau de l'exploitation, du fonctionnement habituel et courant de la structure touristique. La démarche est alors nourrie d'actions variées, parfois techniques mais pas seulement, d'actions de sensibilisation et de formation, de changements de gestes, de pratiques et d'habitudes. Les acteurs de cette démarche sont les salariés, les clientèles touristiques, les fournisseurs, les prescripteurs et partenaires commerciaux, les partenaires locaux, etc. La démarche est menée avec tous ceux qui participent à la vie habituelle de l'établissement.

Le second niveau d'application du concept de développement durable est celui de la construction des bâtiments et de l'aménagement des espaces extérieurs (ceci inclut toutes les variantes : extension, réhabilitation, rénovation lourde...). Si les objectifs restent identiques, la démarche est cependant nourrie différemment en s'appuyant sur des principes de conception architecturale et d'aménagement, des choix techniques et d'équipements, des choix de matériaux, des pratiques de conduite de chantier. L'opération reste ponctuelle et mobilise des acteurs différents provenant du secteur du bâtiment : architectes et maîtres d'œuvres, entreprises et artisans représentant les multiples corps de métiers, administrations en charge de l'urbanisme, bureau de contrôle, etc.

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

2. Traduire le développement durable à chaque étape

Construire un bâtiment, mener une rénovation lourde ou aménager une nouvelle zone est un processus qui se déroule en plusieurs étapes. L'expression « chaque chose en son temps » résume bien l'ensemble de la démarche. Après avoir étudié la faisabilité de l'opération d'un point de vue économique et marketing, vient la phase de conception qui est intimement liée aux services et prestations que l'on souhaite offrir. La consultation des entreprises de bâtiment s'effectue lorsque tous les aspects techniques sont bien déterminés. Une fois les intervenants identifiés, la phase de chantier pourra commencer. A chaque étape, les objectifs de développement durable sont traduits en choix architecturaux, en choix techniques, d'équipements et de matériaux puis dans l'organisation de chantier.

Les esquisses et le projet détaillé

Objectif visé

Qualité de vie offerte aux clients

Thématiques traitées

Exposition minimale des occupants aux nuisances, notamment sonores.

Objectif visé

Qualité de l'emploi par la qualité de vie au travail dans la future structure

Thématiques traitées

Ergonomie et sécurité : organisation des zones de stockage (postures inconfortables), niveau d'éclairage adapté, positionnement et hauteur des plans de travail adaptés à l'activité (postures contraignantes), transitions entre les niveaux (marches à éviter), locaux de stockage des produits chimiques, zone de livraison adaptée au déchargement des camions, largeur des circulations dans les espaces de travail...

Objectif visé

Équité sociale

Thématiques traitées

Ergonomie et accessibilité des lieux à tous : critères Tourisme & Handicap, réglementation accessibilité, implantation



La présente fiche a pour objectif de montrer globalement les différentes facettes de la construction durable.

La thématique énergétique est traitée plus en détail dans une fiche séparée. Dans ce domaine, il est en effet possible d'aller « piocher » parmi les différentes solutions disponibles pour améliorer sa structure (par des travaux plus ou moins importants). Elle évoque notamment la question de la réglementation thermique s'appliquant aux bâtiments.

Voir la fiche **MTD04** Réhabilitation énergétique des bâtiments



Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

des fenêtres et disposition du mobilier évitant les risques de chocs, niveau et modes d'éclairage...

Objectif visé

Relation harmonieuse du bâtiment avec l'environnement

Thématiques traitées

Adaptation à la morphologie du terrain (modification minimum), architecture bioclimatique...

Objectif visé

Respect de l'intégrité physique du site

Thématiques traitées

Préservation et valorisation des richesses patrimoniales et paysagères, terrassement et défrichage minimisés (érosion des sols, ruissellement des eaux de pluie)...

Objectif visé

Utilisation efficace des ressources naturelles

Thématiques traitées

Architecture bioclimatique, transports et mobilité douce (local à vélos, facilités d'accès aux transports collectifs proches)...

Objectif visé

Réduction des pollutions

Thématiques traitées

Gestion des déchets solides : espace réservé dans les locaux pour trier et gérer les déchets, local dédié au stockage des déchets, espace extérieur dédié au compostage des déchets organiques...

Choix et descriptif technique

Objectif visé

Qualité de vie offerte aux clients

Thématiques traitées

Conditions sanitaires (qualité du réseau d'approvisionnement en eau potable, réduction du risque de développement de légionelles...), confort hygrothermique (maîtrise de l'hygrométrie de l'air à l'intérieur du bâtiment), confort olfactif (ventilation des locaux), confort acoustique (réverbération du bruit dans les espaces de vie, isolation phonique et qualité acoustique des locaux), ergonomie et sécurité (sols antidérapants et prévention des risques de chute dans les lieux où le sol est fréquemment humide).

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Objectif visé

Préservation de la diversité biologique

Thématiques traitées

Aménagement du site favorable à la diversité biologique : préservation des habitats naturels et zones écologiquement sensibles sur la propriété.

Objectif visé

Utilisation efficace des ressources naturelles

Thématiques traitées

Economie de matériaux de construction. Economies d'eau : équipements sanitaires économes en eau, sous-compteurs, récupération d'eau de pluie... Maîtrise de l'énergie : confort thermique d'été (orientation, dimensions et traitement des ouvrants, protections contre le rayonnement solaire direct, inertie du bâtiment, ventilation naturelle ou forcée...), niveau d'apport de lumière naturelle maximum, éclairages économes et régulés selon l'occupation, régulation des hébergements en l'absence de clients, rendement des chaudières, systèmes de diffusion de la chaleur, performance thermique des vitrages, isolation de l'enveloppe du ou des bâtiments, isolants naturels, réduction des ponts thermiques, ventilation avec récupération de chaleur, énergies renouvelables...

Objectif visé

Réduction des pollutions

Thématiques traitées

Gestion des eaux usées : traitement des eaux usées, recyclage des eaux grises.

Objectif visé

Procédés et produits de construction plus durables

Thématiques traitées

Economie de ressources naturelles : matériaux rares et bois tropical évité, matières premières renouvelables et recyclées, choix d'écoproduits et produits locaux...

Appels d'offres et marchés

Objectif visé

Redistribution et implication dans l'économie locale

Thématiques traitées

Produits locaux, réduction des transports de marchandises, savoir-faire local (ancien ou innovant), contrôle de l'origine des bois...

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Objectif visé

Qualité de l'emploi

Thématiques traitées

Sécurité du chantier (solicitation des entreprises et artisans sur leur politique de prévention des risques sur le chantier), accès à la formation professionnelle et développement des compétences (solicitation des entreprises sur leur politique d'accès des salariés à la formation professionnelle notamment dans les domaines du développement durable), relations employeurs-employés (solicitation des entreprises et artisans sur les justifications du respect de la législation relative aux conditions de travail et à la lutte contre le travail non déclaré)...

Objectif visé

Équité sociale

Thématiques traitées

Soutien des personnes en difficulté, solidarité, lutte contre les discriminations : activités confiées à des entreprises d'insertion par le travail, sollicitation des entreprises sur le respect de leurs obligations relatives à l'emploi de personnes handicapées, choix de produits ou de fournitures provenant d'une Entreprise Adaptée ou d'un Etablissement et Service d'Aide par le Travail, sollicitation des entreprises sur leur politique en faveur de l'égalité des chances et de la lutte contre les discriminations raciales, attribution de lots à des entreprises ou structures dites d'insertion par l'activité économique ou à une Entreprise Adaptée ou à un Etablissement et Service d'Aide par le Travail.

Objectif visé

Réduction des pollutions

Thématiques traitées

Réduction des pollutions de l'air (intérieur et extérieur) : panneaux de bois classe E1 ou exempts de composés organiques volatils, produits de finition (ex. : peintures, colles, enduits...) sans composés organiques volatils, bois résistants naturellement ou produits de traitement du bois certifiés CTB-P ou naturels, chaudières performantes...

Objectif visé

Procédés et produits de construction plus durables

Thématiques traitées

Soutien aux productions plus durables (bois provenant d'une exploitation forestière dont la gestion durable est certifiée, choix de fabricants engagés dans une démarche RSE certi-

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

fiée...), réduction de l'utilisation des produits présentant des risques pour la santé et l'environnement lors de leur fabrication, sur le chantier puis en place (produits écolabellisés, produits naturels, interdiction ou réduction de l'emploi de produits toxiques, nocifs, cancérigènes, mutagènes...).

Objectif visé

Chantier respectueux de l'environnement

Thématiques traitées

Sensibilisation des intervenants au chantier vert : information des entreprises et engagement contractuel des entreprises via une charte de chantier vert, attribution de la mission de contrôle environnemental du chantier.

Chantiers et travaux

Objectif visé

Chantier respectueux de l'environnement

Thématiques traitées

Sensibilisation des intervenants au chantier vert (sensibilisation sur site aux économies d'eau et d'énergie, à la gestion des déchets et à la réduction des pollutions et des nuisances sur le site), gestion des déchets produits sur le chantier (tri et valorisation, gestion des déchets dangereux, lutte contre le brûlage ou l'enfouissement sauvage, contrôle de la traçabilité), limitation des pollutions sur le site (huiles de décoffrage végétales, traitement des eaux de lavage des équipements de chantier, protection des habitats naturels contre les pollutions, réduction des nuisances sonores...).

Achats d'équipement et de décoration

Objectif visé

Redistribution et implication dans l'économie locale

Thématiques traitées

Choix de produits fabriqués localement pour le mobilier, les éléments de décoration intérieure...

Objectif visé

Équité sociale

Thématiques traitées

Ergonomie et accessibilité des lieux à tous : choix d'appareils téléphoniques adaptés aux personnes ayant des difficultés sensorielles.

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Objectif visé

Qualité de l'emploi

Thématiques traitées

Ergonomie et sécurité : mobilier à angles arrondis, matériels de cuisine larges pour réduire les risques de chute d'objet, de brûlure...

Objectif visé

Équité sociale

Thématiques traitées

Ergonomie et accessibilité des lieux à tous : mobilier à angles arrondis, luminaires « froids » (brûlures), signalétique cohérente et compréhensible par tous (étrangers, handicapés mentaux, personnes sourdes ou malentendantes)...

Objectif visé

Respect de l'intégrité physique du site

Thématiques traitées

Maîtrise de la signalisation : pré-signalisation et marquages directionnels conformes à la réglementation et limitant la pollution visuelle, cohérence des enseignes avec le cadre bâti...

Objectif visé

Utilisation efficace des ressources naturelles

Thématiques traitées

Economies d'eau et d'énergie : équipements de lavage professionnels du linge et de la vaisselle économes.

Objectif visé

Procédés et produits de construction plus durables

Thématiques traitées

Soutien aux productions plus durables : mobilier dont le bois provient d'une exploitation forestière dont la gestion durable est certifiée et/ou dont le fabricant est engagé dans une démarche RSE certifiée, choix d'éco-produits dans la décoration intérieure, la literie, le mobilier, le linge...

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

3. Les méthodes et référentiels

En France, c'est la démarche de Haute Qualité Environnementale qui est la plus couramment employée. C'est une démarche globale et volontaire de management du projet de construction ou de rénovation, visant à minimiser l'impact d'un bâtiment et de sa parcelle sur son environnement, durant l'ensemble de son cycle de vie. Elle porte sur 14 cibles et se donne pour objectifs de :

- réduire la pollution du sol, de l'air et de l'eau ;
- réduire la production de déchets ultimes ;
- créer une relation d'équilibre entre le bâtiment et son environnement immédiat ;
- créer des ambiances de qualité pour la santé et le confort ;
- économiser les ressources naturelles.

Eco-construction

Cible 1 : Relation harmonieuse du bâtiment avec son environnement immédiat

Cible 2 : Choix intégré des procédés et produits de construction

Cible 3 : Chantiers à faibles nuisances

Eco-gestion

Cible 4 : Gestion de l'énergie

Cible 5 : Gestion de l'eau

Cible 6 : Gestion des déchets d'activités

Cible 7 : Entretien et maintenance

Confort

Cible 8 : Confort hygrothermique

Cible 9 : Confort acoustique

Cible 10 : Confort visuel

Cible 11 : Confort olfactif

Santé

Cible 12 : Conditions sanitaires

Cible 13 : Qualité de l'air

Cible 14 : Qualité de l'eau

En région PACA, dans le cadre du CoDéBâQuE (Comité régional de concertation sur la qualité environnementale des bâtiments), les acteurs régionaux se sont accordés sur la Charte pour la Qualité Environnementale des opérations de construction et de réhabilitation en région méditerranéenne. Quatre principes forts structurent cette charte :

- insertion dans le territoire : pour une architecture écologique et un urbanisme durable ;



Ni la HQE ni la construction durable ne sont des styles d'architecture. C'est une démarche pour prendre en compte les questions de développement durable dans l'acte de construire.



La certification s'applique aux phases de programmation, de conception et de réalisation. Elle couvre d'ores et déjà la plupart des bâtiments tertiaires et désormais les bâtiments hôteliers (pris dans son sens le plus large). La certification est délivrée à l'issue d'audits portant sur le Système de Management de l'Opération (SMO) et sur la Qualité Environnementale du Bâtiment (QEB), chacun faisant l'objet d'un référentiel technique.

Association HQE®

www.assoHQE.org

CERTIVEA Organisme certificateur du référentiel NF Bâtiments Tertiaires Démarche HQE®

www.certivea.fr



La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur est engagée aux côtés de l'ADEME depuis de nombreuses années dans une politique volontariste pour le développement de la qualité environnementale du bâtiment. Cette politique, ouverte et partenariale, est construite avec et pour les acteurs socio-économiques des bâtiments réunis au sein du CoDeBâQuE (Comité régional de concertation sur la qualité environnementale des bâtiments). Outre ses enjeux environnementaux et sociaux, la question du bâtiment durable est aujourd'hui ancrée dans la politique économique de la Région avec la mise en place d'un Pôle Régional d'Innovation et de Développement Economique Solidaire (PRIDES) dédié aux « bâtiments durables méditerranéens ». C'est l'Association Bâtiments Durables Méditerranéens qui assure le portage de ce PRIDES.

Région PACA

www.regionpaca.fr rubrique Energie-Agir puis Qualité Environnementale

Association Bâtiments Durables Méditerranéens

www.batiment-durable-mediterraneen.org

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

- matériaux, ressources et nuisances de construction : limiter les rejets, optimiser les recyclages ;
- énergie, eau et déchets d'activités : limiter les besoins, limiter les rejets polluants, favoriser les énergies renouvelables ;
- confort et santé durables : préserver la santé et améliorer les confort, selon une approche transversale.

Sur la base de cette charte, l'association Bâtiments Durables Méditerranéens (voir encadré), structure interprofessionnelle regroupant maîtres d'ouvrage, maîtres d'œuvre, entreprises de mise en œuvre et utilisateurs, a développé le label BDM, simple et exigeant à la fois, visant la structuration du marché en Provence-Alpes-Côte d'Azur.



« Nous avons déplacé l'entrée de notre camping et créé un nouveau bâtiment d'accueil. Nous avons volontairement centré notre démarche sur l'intégration et la préservation du site ainsi que sur le choix des matériaux. Nous avons retenu un bois non traité de couleur rouge afin de rester dans les tons du sol. Nous avons aussi préservé la végétation existante et construit sur pilotis. La toiture est également végétalisée. »

Mme OLIVIER, camping Les Cigales, Le Muy, Var.

« Nous avons rénové et agrandi notre salle à manger panoramique, avec terrasse de toit, en la dotant d'une surélévation et d'une couverture pour y créer cinq nouvelles chambres. Nous avons retenu quelques options plus respectueuses de l'environnement, telles que :

- construction d'une toiture inclinée à 45°, dont le style est caractéristique des fermes vosgiennes ;
- préférence pour le bois : bardages extérieurs en mélèze et finitions intérieures en pin ;
- traitement des poutres à l'huile de lin chaude, produit non polluant et naturel ;
- isolation des cloisonnements en cellulose plutôt qu'en laine de verre.

Ceci est le fruit d'une étroite collaboration avec un architecte maîtrisant la démarche de Haute Qualité Environnementale qui nous a accompagné dès la naissance du projet.»

M. DEGOUY, témoignant dans le guide « Mon Hôtel et l'Environnement » - Les Alisiers (2 étoiles) - Labellisé Hôtel au Naturel - Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges.

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre



« Le col du Pas de Peyrol est protégé au titre de la préservation des paysages. Nous avons conçu la Maison de Site qui y est implantée en prenant en compte le respect de l'environnement (en nous appuyant sur les cibles de la démarche HQE). Notre priorité était naturellement l'intégration paysagère compte tenu de la sensibilité du site. Ceci nous a conduit à retenir un parti pris architectural très original imitant les éperons rocheux environnants. »

Bertrand GAUVRIT, chef de projet de l'opération Grand Site Puymary, syndicat Mixte de Puymary, Cantal.

Pour en savoir plus : www.puymary.fr



« Construire HQE c'est utiliser des matériaux naturels. »

VRAI : Construire HQE c'est avant tout définir les moyens d'obtenir la qualité environnementale sur une ou plusieurs des 14 cibles. À fonction donnée, les matériaux sont notamment sélectionnés en fonction de leur écobilan. Les matériaux naturels présentent souvent un écobilan favorable. Ce bilan comptabilise l'ensemble des impacts environnementaux tout au long du cycle de vie du matériau, en particulier la dépense énergétique (pendant l'extraction, la fabrication, le transport au chantier...), la pollution (pendant la fabrication, la pose et l'utilisation), les conditions d'élimination en fin de vie.

FAUX : Il n'y a pas que les matériaux qui font la qualité environnementale d'un bâtiment, la démarche porte sur 14 cibles au total.

« Construire HQE ça coûte plus cher ! »

VRAI : Il faut prendre plus de temps pour réfléchir à la prise en compte des facteurs environnementaux à chacune des étapes du projet, le gérer différemment et investir dans de meilleures techniques. Selon les choix, on peut arriver à un investissement initial plus élevé de l'ordre de 10 à 20 %. Mais ce n'est pas systématique.

FAUX : Le principe fondamental d'une approche HQE est de raisonner en coût global, à long terme. Par exemple, en cherchant à optimiser dès la conception, les consommations, les charges d'exploitation et de maintenance seront réduites pendant la durée de vie du bâtiment.



→ L'association EnviroBAT - Méditerranée a pour vocation de promouvoir et de développer la qualité environnementale des opérations de bâtiment et d'aménagement du territoire, en région méditerranéenne. Elle regroupe des acteurs de l'ensemble de la filière aménagement - bâtiment : maîtres d'ouvrage, collectivités locales, architectes, bureaux d'études, artisans, entreprises, paysagistes, urbanistes... Elle anime un forum de discussion sur Internet. Elle organise des journées de rencontres et d'échanges, des formations et des visites. Son action est soutenue par la Région et l'ADEME. Son site Internet regorge d'informations utiles sur la performance énergétique des bâtiments.

En savoir plus :
EnviroBAT - Méditerranée
www.envirobat-med.net

→ Dans le cadre de la démarche AGIR (Action Globale Innovante pour la Région) dédiée à l'énergie et au développement durable et du Contrat de projets État-Région-ADEME, la Région PACA et l'ADEME apportent leur soutien technique et financier aux « bâtiments durables ».

En savoir plus :
Région PACA
www.regionpaca.fr
rubrique Energie-Agir

Service Tourisme et Service
Energie, Déchets, Air et
Technologies de l'Environnement
tél. : 04 91 57 50 57

ADEME PACA
www.ademe.fr/paca
tél. : 04 91 32 84 44

Voir la fiche **MC03** Aides et
accompagnement financier

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre



La méthode de prise en compte de l'environnement ou plus largement du développement durable dans la construction varie selon les pays. Ces sites informatifs sur les référentiels étrangers constituent des sources complémentaires d'information sur le sujet :

BREEAM (UK)

www.breeam.org

Green Globes (UK)

www.greenglobes.com

Lead@ (US)

www.usgbc.org

MINERGIE-ECO® (Suisse)

www.minergie.ch

Nabers (Australie)

www.nabers.com.au/office.aspx

Green Star (Australie)

www.gbca.org.au

CASBEE (Japon)

www.ibec.or.jp/CASBEE/english

International Initiative for a Sustainable Built Environment (Canada, International)

<http://greenbuilding.ca/iisbe/start/iisbe.htm>



→ Les gîtes de France de PACA ont initié de nombreuses opérations d'éco-construction et d'éco-rénovation.

Pour en savoir plus : www.ecogite.fr

Voir la fiche **MC02** Labels et certification des démarches

→ Les matériaux des nouvelles chambres des hôtels Scandic en Norvège sont conçus pour être recyclables à 97 %. La première a ouvert à Oslo en 1997.

→ De nombreux lycées français (Calais, Limoges, Blanquefort...) et le nouvel hôpital d'Alès ont été édifiés en suivant une démarche HQE.

→ Dans le cadre du projet Européen « ECO-CAMPS », plusieurs campings aquitains ont créé des bâtiments et leurs aménagements en suivant la démarche HQE. Deux constructeurs d'hébergements locatifs ont également travaillé sur l'écoconception d'un mobile home et d'un chalet.

Pour en savoir plus : <http://ecocamps.aquitaine.fr>

→ Le Ritenhouse Square Hotel de Philadelphie a privilégié la santé des occupants par le choix de matériaux non polluants.

- Toutes les peintures, papiers peints et moquettes sont exempts de produits toxiques.
- Tous les tissus d'ameublement sont à 100 % en coton issu de l'agriculture biologique.
- Les matelas, en coton et en laine, sont fabriqués sans traitement chimique.
- Les murs du hall sont tapissés de bambou et le sol est à 93 % en granit recyclé.
- L'air de l'atrium est oxygéné par une grande quantité de bambou (plante très productive en oxygène) et les chambres sont ventilées par de l'air filtré 24 h / 24 h.

4. Bénéfices pour l'établissement

- Des structures touristiques plus économes en ressources.
- Des structures plus saines, plus fonctionnelles et plus agréables à vivre.
- Un accueil touristique plus équitable.
- De nouveaux atouts commerciaux.

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

A visiter

Centre Terre vivante : Domaine de Raud - 38710 MENS

Tél. : 04 76 34 80 80 - www.terrevivante.org

Le Loubatas : 17, chemin Neuf - 13 860 Peyrolles-en-Provence

Tél. : 04 42 67 06 70 - www.educ-envir.org/~loubatas

Sites Internet

Le Gabion (association spécialisée dans la formation à l'éco-construction et à la restauration du patrimoine bâti)

<http://gabionorg.free.fr/>

Réseau d'acteurs de la construction écologique

www.reseau-ecobatir.asso.fr

Construction respectueuse de l'environnement et économe de l'énergie

www.cr3e.com

Association pour le développement de l'éco-construction

<http://batirsain.free.fr>

Groupement de l'ingénierie acoustique

www.cicf.fr/cicf-syndicats/cicf-giac

Centre d'information et de documentation sur le bruit

www.infobruit.org

Observatoire de la qualité de l'air intérieur

www.air-interieur.org

Site d'accompagnement du Conseil Général du Nord sur la construction durable des hébergements touristiques

www.cg59.fr/hebergement-touristique-durable

Qualification des Entreprises du Paysage

www.qualipaysage.org

Portail du jardin et du paysage

www.lespaysagistes.com

Projet Entreprise et Construction Durable

www.constructiondurable.com

Centre ressource du développement durable

www.cerdd.org

Magazine La Maison Ecologique

www.la-maison-ecologique.com

Création Développement Eco-Entreprises

www.cd2e.com

Projet Eco-Camps

<http://ecocamps.aquitaine.fr>

Centre technique du bois et de l'ameublement

www.ctba.fr

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Moteur de recherche des savoir-faire et références du bois-
construction

www.acteurboisconstruction.com

Magazine Architecture Bois & Dépendances

www.magazinebois.com

Fédération de l'industrie bois-construction

www.batibois.org

Centre national pour le développement du bois

www.bois-construction.org

Portail de la construction bois

www.maisons-bois.com

Portail du BTP

www.batiweb.fr

Fédération française du bâtiment

www.ffbatiment.fr

Confédération des artisans et petites entreprises du bâtiment

www.capeb.fr

Fédération nationale du bois

www.fnbois.com

Fédération française du négoce bois

www.bois.tm.fr

Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement

www.unifa.org et www.ameublement-durable.com

Chambre Régionale de l'Economie Sociale et Solidaire PACA

www.cresspaca.org

Comité National des Entreprises d'Insertion

www.cnei.org

Passerelle BTP – Environnement

www.greenaffair.com

Site informatif sur les chantiers verts

www.chantiervert.fr

Salon d'éco-construction

www.batirecologique.com

Salon d'éco-construction

www.salon-ecobat.com

Batimat (salon international de la construction)

www.batimat.com

Ecorismo (forum-salon national des écoproduits et solutions
environnementales pour le tourisme)

www.ecorismo.com

Construire, rénover et aménager de façon durable : la marche à suivre

Bibliographie

- Bâtiments HQE et développement durable : Guide pour les décideurs et les maîtres d'ouvrage. Octobre 2008.
- Bâtiment et Environnement - Guide à l'intention des maîtres d'ouvrage. Référence 3182. ADEME Editions. 2001.
- Les démarches HQE (Haute Qualité Environnementale) en restauration : quels enjeux ? par Sylvaine Bouquerel, Gilles Castel, Olivier Robin et Maurice Vincent. Mars 2007.
- Manuel de construction écologique : Torchis, bottes de paille, bois cordé, ossature bois légère, enduits de terre, toit végétalisé par Clarke Snell, Tim Callahan et Loïc Cohen. Août 2006.
- Bâtir écologique : Chronique d'une construction en bois par Emmanuel Carcano. Avril 2007.
- Construire sain et naturel : Le guide des matériaux écologiques par Monique Vincent-Fourrier et A. Verpoort. Mars 2006.
- L'isolation phonique écologique : Matériaux, mise en œuvre par Jean-Louis Beaumier. Octobre 2006.
- Maisons naturelles : Construction, rénovation et décoration écologiques par Cathy Strongman et Pascal Loubet. Novembre 2008.
- La conception bioclimatique : des maisons économes et confortables en neuf et en réhabilitation par Jean-Pierre Oliva et Samuel Courgey. Mai 2006.
- Entretien écologique du bois par Peter Weissenfeld, Holger König et Denis Griesmar. Mars 2008.
- Maisons écologiques d'aujourd'hui par Claude Aubert, Antoine Bosse-Platière et Jean-Pierre Oliva. Novembre 2002.
- Maisons en bois, du rêve à la réalité : Votre projet de construction ou d'extension pas à pas par Pascale d'Erm, Patrick Petit et Julien Fouin. Avril 2008
- Guide raisonné de la construction écologique par Joséfa Pricoupenko. Décembre 2006.



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERME

OBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Communiquer sur sa démarche

La démarche de développement durable d'un établissement touristique, petit ou grand, mérite d'être connue. Cet effort est incontournable si l'on souhaite recueillir un minimum de bénéfices pour l'image de marque de la structure et conforter la satisfaction des clientèles. La démarche de développement durable ne doit pas rester confidentielle : une stratégie de communication doit être bâtie pour faire connaître la nature des initiatives contribuant par exemple à la préservation de l'environnement. Comme dans tout projet collectif, la communication assurera aussi l'information de chaque partie prenante afin que chacun puisse percevoir les résultats de l'action commune.



→ Est-ce qu'un gîte ou une chambre d'hôte est concerné par l'élaboration d'un plan de communication ? Oui ! Cette démarche n'est pas réservée aux plus grandes entreprises. Il sera sans doute plus léger mais suivre la méthode recommandée est un gage d'efficacité.

1. Bien connaître sa situation environnementale

Avant d'engager une communication de nature environnementale ou plus largement sur les thématiques du développement durable, il est primordial d'avoir dressé un état de lieux. La connaissance des forces et faiblesses de l'établissement constitue la base d'une communication crédible, notamment pour repérer les problématiques à assumer.

Voir la fiche **MC01** Organiser sa démarche

2. Identifier les parties intéressées

L'étape suivante consiste à identifier les personnes et les organisations concernées par la démarche de l'établissement. Souvent, l'éventail n'est pas si large que l'on pourrait le penser. Dresser une liste exhaustive est un exercice utile pour déterminer ultérieurement les cibles prioritaires des actions de communication.

Communiquer sur sa démarche



Exemples de parties intéressées pour une organisation touristique :

- Salariés
- Clients individuels
- Entreprises clientes et comités d'entreprises
- Associations et ONG
- Fournisseurs
- Prestataires de services
- Visiteurs
- Riverains et voisins
- Organismes de salons et congrès
- Collectivités locales
- Offices de tourisme
- Comités départementaux et régionaux du tourisme
- Voyageurs
- Autocaristes
- Associations et syndicats professionnels
- Médias professionnels et touristiques
- Groupements et réseaux commerciaux



→ Il est préférable d'employer un ton modeste et éviter de mettre trop en avant ses exploits ou prouesses, pour ne pas décrédibiliser son message. Un ton moralisateur est à bannir. Pour être réellement crédible, il est préférable d'évoquer à la fois ses difficultés, ses contraintes et ses succès. Éviter le risque plus spécifique d'une information partielle, imprécise et/ou mal formulée qui conduit à une communication sujette à caution. La communication sur l'environnement, du fait de sa nouveauté, doit garder un caractère pédagogique et être adaptée au niveau de connaissance de ses cibles. Il est utile d'accompagner sa communication d'un lexique qui reprend les termes techniques ou nouveaux utilisés et si nécessaire une documentation pédagogique qui explique les phénomènes sur lesquels on devra communiquer (ex. : changement climatique).

3. Définir son plan de communication

C'est le cœur de la démarche de communication. La méthode consiste à répondre aux questions suivantes :

Pourquoi communiquer ?

Quelles sont les raisons qui poussent à communiquer ? Est-ce pour une question d'image ? Pour des raisons commerciales et concurrentielles ? Pour s'intégrer à une dynamique en ce sens sur le territoire ?

Sur quoi communiquer ?

Communiquer sur des réalisations et des faits. Expliquer d'une façon simple mais précise et éventuellement technique. Donner des résultats tangibles et quantifiés. Qualifier les bénéfices. Ne pas tenter de dissimuler un transfert de pollution. Mentionner les partenariats privés, professionnels (avec des confrères ou des entreprises voisines) ou institutionnels. Montrer l'implication de l'entreprise et de son personnel dans des actions locales et dans la démarche. Expliquer les actions imperceptibles pour les clientèles ou visiteurs : gestion technique de l'établissement, réductions de pollutions en interne, maîtrise de l'énergie, utilisation d'énergies renouvelables, gestion des déchets et des eaux usées, utilisation de produits locaux...

Communiquer sur sa démarche



→ La communication des grands groupes sur le développement durable est instructive : Accor, Scandic Hôtels, Intercontinental Hotel Group, Hilton, Leadings Hotels of the World, TUI, Hotelplan...

→ Dans son journal de liaison, envoyé régulièrement à tous les clients et partenaires, le Camping Holiday Green (Var) consacre périodiquement un ou plusieurs encarts à l'avancement de sa démarche environnementale. Le document est imprimé sur papier recyclé. Une page Internet y est également consacrée.

→ A l'étranger, la plupart des établissements travaillant à l'amélioration de leurs pratiques environnementales présentent l'engagement personnel des dirigeants et leurs actions dans leurs brochures commerciales. Souvent, la politique environnementale ou de développement durable est affichée dans le hall d'entrée ainsi que dans les chambres. La plupart des grandes chaînes internationales communiquent également vers leur clientèle pendant leur séjour, en affichant par exemple leur engagement dans les ascenseurs et les salles de séminaire.

Vers qui communiquer ?

Toutes les parties intéressées : viser les clients (sur place et à distance), le personnel, les partenaires institutionnels locaux (OTSI, CDT...), les têtes de réseaux, les guides, les voyageurs, les collectivités locales, les fournisseurs...

Quand communiquer ?

D'abord, lors de la mise en place d'actions spécifiques, à leur lancement ou une fois accomplies. La communication prend alors appui sur un événement. Ensuite, lors de toute évolution significative de l'établissement : agrandissement, rénovation, aménagements, etc. Enfin, à période fixe, pour montrer l'avancement régulier de la démarche.

Quelle est la nature de ma communication ?

La communication sera différente selon que l'on veut lui donner un caractère informatif ou éthique, préventif ou réactif. La communication préventive annonce des actions prévues avant que l'entreprise n'ait des problèmes dans ce domaine. Elle est dite réactive quand elle intervient après des actions qui corrigeraient les mauvaises perceptions des publics (vocation curative).

Quels sont mes objectifs ?

La réponse à ces questions permettra de rédiger avec plus de précision les objectifs à atteindre pour chacune des cibles identifiées. Exemple : faire savoir une labellisation, faire connaître l'achèvement d'une rénovation rendant complètement accessible à tous une partie du site, faire connaître un partenariat avec une structure d'insertion et de solidarité, etc.

Quels sont les axes forts de ma communication ?

Choisir un axe, c'est définir la ligne directrice à suivre. Cela se traduit en une phrase simple et crédible, qui détermine un sujet central, un éventuel périmètre géographique et une cible ou un éventail de cibles.

Quels moyens vais-je employer ?

Presse écrite, radio, TV, relations publiques, site Internet, visites de site, expositions, newsletter...autant de moyens traditionnels qui sont à disposition en phase opérationnelle. Sur place, des supports peuvent délivrer une information directe : affiches (à disposer à l'accueil-réception, dans les halls ou les ascenseurs, dans les toilettes publiques...), chevalets cartonnés dans les chambres, affichettes, etc.

Communiquer sur sa démarche

4. Adapter la forme : éco-communication

La politique de responsabilité sociale et environnementale se décline aussi concrètement dans le domaine de la communication. Des solutions écologiques pour la communication sont impératives pour démontrer la cohérence de l'approche globale.

Voir la fiche **MC18** L'éco-communication

5. Évaluer les résultats de la communication

Cette dernière étape vise à mesurer les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés par la politique de communication. Les évaluations doivent être menées régulièrement, par exemple une fois par an. De ce bilan, des axes nouveaux seront choisis ou les axes de l'année en cours seront approfondis ou traités différemment. Le principal objectif sera d'évaluer la nouvelle perception de la démarche et des impacts environnementaux et sociaux par les cibles et ensuite la perception que les cibles ont eue de la communication : est-ce une campagne de communication bien reçue ?



→ Participer à des concours et prix est un challenge motivant pour le personnel et valorisant pour l'entreprise. Quelques prix à connaître : le prix régional de l'innovation touristique en Provence-Alpes-Côte d'Azur (PRIT), les trophées de la RSE en Provence-Alpes-Côte d'Azur, les Lauriers Ecorismo, Les Trophées du tourisme responsable (Voyages-sncf.com), Le Trophée Environnement Entreprise (ACFCI), le Green Hotelier & Restaurateur Environmental Award (IH&RA), l'Ecotourism Awards (Skal International)...

→ Ajouter quelques questions au questionnaire qualité pour recueillir l'avis et la perception des clientèles sur les actions concernant la responsabilité sociale et environnementale de l'établissement.



Méthode... évaluer :

- Nombre d'articles ou de pages dédiées à la RSE sur le site Internet de l'établissement.
- Nombre d'articles de presse.
- Nombre d'actions de communication accomplies.
- Nombre de réponses et bilan qualitatif des questionnaires clients.
- Rythme d'actualisation des supports Internet.
- Quantités de supports de communication dédiés à la RSE édités.



→ Association communication et information pour le développement durable : www.acidd.com

→ Site de réflexion sur la communication environnementale : www.sircome.fr



« J'avais été sensibilisé à l'environnement dès ma formation à l'École de Savignac. L'une des pages de notre site Internet est consacrée à nos réalisations et initiatives en faveur de l'environnement. Plus de 10 % des visiteurs de notre site la consultent ! »

M. BERNARD – Hôtel Les Goélands – Saint Jean de Luz.

« Nous travaillons avec deux voyageurs français, un anglais et un hollandais. Nous les avons tous invités à visiter notre aire de tri des déchets. Ils nous ont largement félicités. Nous avons gagné des points, c'est certain ! »

M. CHAIX – Camping Le Colombier – Fréjus

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
RESPONSABLES COMMERCIAUX

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERME

Vendre avec sa démarche

Sur le plan commercial, une démarche de responsabilité sociale et environnementale apporte de nouvelles opportunités et permet de se différencier. Elle permet aussi de répondre à des préoccupations croissantes aussi bien du côté des clientèles individuelles que dans le tourisme d'affaires. A ce titre, les résultats d'une enquête internationale conduite en 2007 par l'Association of Corporate Travel Executive est révélatrice, notamment le Travel Manager ayant répondu à l'enquête : « Ma société est une multinationale présente dans 90 pays. Le développement durable est pour nous une priorité. La direction nous a demandé de produire un rapport sur nos émissions de carbone liées aux compagnies aériennes, aux loueurs de voitures, etc. Mais il nous a été impossible de produire un tel rapport. Une alternative écologique pour le voyage d'affaires est quasi inexistante : les loueurs n'ont pas encore de véhicules hybrides disponibles et les compagnies aériennes n'offrent aucune alternative. De leur côté, les hôtels n'ont pas grand-chose d'autre à offrir que de ne pas changer les serviettes chaque jour ». Du côté des clientèles touristiques « loisir », nombre de sondages auprès de consommateurs montrent une préoccupation grandissante pour la consommation éco-responsable.



1. Une nouvelle carte à jouer dans la démarche commerciale

S'affirmer comme un établissement assumant, par des actions concrètes, ses responsabilités sociales et environnementales est un atout qui donne une légitimité pour s'avancer vers certains types de clientèles ou jouer une carte supplémentaire dans la démarche commerciale.

Quelques questions à me poser pour identifier des cibles sensibles à la RSE

- Combien de mes clients travaillent dans une entreprise menant une démarche de développement durable ?
- Combien d'entreprises dont le comité d'entreprise

Vendre avec sa démarche

m'envoie des clients mènent une démarche de développement durable ?

- Mes organisations clientes (entreprises, associations, collectivités...) mènent-elles des démarches de développement durable ? Si oui, quelles sont les thématiques qu'elles traitent ? Avons-nous des préoccupations communes ?
- Les entreprises menant une démarche de développement durable ont-elles un comité d'entreprise et proposent-elles des produits touristiques et de loisirs à leurs salariés ?
- Pour leurs séminaires, leurs déjeuners d'affaires, leurs séjours « incentive » ou les vacances de leurs salariés, n'ai-je rien à proposer aux éco-industries ou aux entreprises du secteur de l'environnement (éco-produits, services, solutions techniques environnementales...) ?
- Que puis-je proposer aux associations et antennes régionales des ONG intervenant dans le développement durable [préservation de la nature, solidarité, éducation à l'environnement...] ? Ont-elles des besoins en matière de séminaires, d'hébergement, de week-end de travail ?
- Les organisateurs d'événements ou agences événementielles avec qui je suis en relation ont-elles signé la charte « Eco-événement ? »
- Quelles sont les structures qui pourraient rechercher un lieu de vacances, un lieu de réunion ou de congrès accessible à tous, selon les handicaps ?
- Que puis-je proposer aux Centres d'Aides par le Travail ou aux Instituts médicoéducatifs, aux équipes sportives handisports, etc ?
- Quelle est ma part de clients originaires de l'Europe du Nord ?
- Mes clients habituels sont-ils sensibles à la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, me posent-ils des questions sur ma politique d'entreprise ? Quels types de questions ?

Quelques questions à me poser pour formuler des propositions nouvelles, facteurs de différenciation

- Que puis-je proposer aux organisateurs d'événements pour faciliter leurs bonnes pratiques environnementales ?
- Pour les pauses et déjeuners des séminaires, quelle offre bio et/ou locale puis-je formuler ?
- Sur mon territoire, quels sont les autres hébergements engagés ?
- Quels sont les atouts environnementaux visibles que je peux mettre en valeur ? Un lieu où la moitié de l'énergie consommée provient de sources renouvelables ?

Vendre avec sa démarche

2. Le discours : le développement durable comme avantage client

L'un des principes de l'approche commerciale est de faire aimer le produit ou service à vendre. Les initiatives et bonnes pratiques sociales et environnementales doivent donc être traduites en avantages qualitatifs pour le client. La question clé à se poser est donc « Qu'est-ce que le choix d'un établissement responsable apporte à mes clients ?, quels adjectifs positifs puis-je utiliser pour en parler ? ».

3. Se positionner dans les circuits spécialisés

Il existe aujourd'hui des guides et portails de référence spécialisés sur les établissements touristiques garantissant un haut niveau de bonnes pratiques environnementales.



Le référencement ou plus simplement l'approche commerciale seront facilités et plus lisibles si la démarche de l'établissement est validée par un label ou une certification. Comme pour la communication, la démarche commerciale sera appuyée d'éléments factuels et de réalisations tangibles et significatives.



Guides papier :

Le guide des restaurants bio et/ou végétariens. Editions La Plage (www.cuisine-vegetarienne-bio.com)

Guide de l'écotourisme - Petit Futé

Le Guide du Routard - Tourisme durable

Green Places to stay - Alastair Sawday Publishing (www.sawdays.co.uk)

Sites Internet :

Forum de voyageurs : www.greentraveller.co.uk

Portail BtoB : www.greentravelmarket.info

Portail de promotion : www.voyagespourlaplanete.com

Voyagiste anglais : www.responsibletravel.com

Voyagiste français : www.france-ecotours.com

Voyagiste français « incentive » : www.fair-incentive.com

Association ATR des voyagistes français :

www.tourisme-responsable.org

International Ecotourism Club : www.ecoclub.com

Voyages-sncf.com : <http://agence.voyages-sncf.com/tourisme-responsable/respect-homme-environnement.aspx>

Salon des voyages alternatifs :

www.reisepavillon-online.de

Vendre avec sa démarche

4. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Elargissement du mix clientèle.
- Accroissement de l'activité.
- Accroissement du taux de satisfaction des clientèles.



D'après l'étude TNS Sofres de mars 2008 « Les Français et le Tourisme Responsable » pour Voyages-sncf.com & Routard.com, **de plus en plus de voyageurs s'imprègnent du concept de tourisme responsable**. 59 % des voyageurs français connaissent le tourisme responsable contre 27 % en 2007. Près de 9 voyageurs sur 10 sont intéressés par le concept principalement en raison du respect de la nature et du développement local (72 % des sondés). La notion de tourisme responsable est mieux comprise : un tourisme respectueux de l'environnement et des populations, avec des attentes toujours aussi importantes en termes de contenu d'information (78 % des voyageurs français se déclarent mal informés). Les voyageurs français sont à peine un peu plus nombreux à avoir pratiqué le tourisme responsable (7 % en 2008 contre 2 % en 2007). Néanmoins, ils souhaitent toujours autant le pratiquer (72 % en 2008, contre 68 % en 2007), rassurés par la garantie de la sécurité et des informations plus détaillées sur l'offre. 65 % des voyageurs français restent, comme en 2007, prêts à compenser leurs émissions de CO₂.

45 % des personnes interrogées par l'Association of British Travel Agents **jugent très important que leurs vacances ne nuisent pas à l'environnement**.

ABTA (2002). Étude Mori. Londres: Association of British Travel Agents.

55 millions de voyageurs américains se disent soucieux de l'environnement et de la société. Ces géotravailleurs cherchent « des expériences de voyage uniques et culturellement authentiques tout en protégeant et en préservant le milieu écologique et culturel ». De ces voyageurs, 38 % seraient prêts à payer un surcoût pour recourir à des compagnies de voyages respectueuses de l'environnement.

Travel Industry Association of America (2003). Geotourism: New Trend in Travel Study.



Méthode... évaluer

- Chiffre d'affaires découlant des actions commerciales vers les nouvelles cibles commerciales.
- Taux de satisfaction suite aux nouvelles propositions commerciales intégrant mieux le développement durable.
- Fréquentation découlant d'un nouveau référencement.

Vendre avec sa démarche



Une étude menée en octobre 2007 par TNS Travel & Tourism auprès de plus de 6000 personnes en Grande-Bretagne, en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en Amérique du Nord a permis de conclure que le **pourcentage des voyageurs susceptibles d'assumer les coûts environnementaux de leurs vacances** s'échelonnait de 2 % (pour les Allemands) à 12 % (pour les Espagnols). Quand il s'agit de prendre les mesures nécessaires pour réduire leur impact sur l'environnement, les Italiens arrivent en tête : 32 % sont en effet prêts à opter pour des solutions plus vertes, tandis que les Américains restent loin derrière avec 16 % d'entre eux ayant exprimé un tel désir. TNS Travel and Tourism (8 novembre 2007). «Quarter of Holidaymakers Say They'll Switch to Greener Plans».

En avril 2007, la communauté virtuelle de voyage Trip-Advisor a sondé 1000 voyageurs dans le monde : 38 % ont déclaré prendre en considération le respect de l'environnement lors des voyages, 38 % logeaient dans un hôtel « vert » et 9 % cherchaient spécifiquement ces hôtels. De plus, 34 % se sont dits prêts à payer davantage pour rester dans un hôtel « vert », 25 % accepteraient de payer un surcoût de 5 à 10 % et 12 % un surcoût de 10 à 20 %. Trip-Advisor (17 avril 2007). «Trip-Advisor Travellers Keen on Going Green».



Des activités douces et écologiques

Le fait de privilégier des animations respectueuses de l'environnement ou encore de rendre son offre de loisirs plus écologique s'inscrit clairement dans la logique de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. L'offre d'activités « propres », loin de paraître ringarde, transmet une image responsable de l'entreprise. Mise en valeur par une communication adéquate, notamment via des animateurs motivés, elle montre l'implication de l'établissement pour son environnement et l'intérêt général

1. Établir un diagnostic

Avant de faire évoluer son offre d'activités, il est utile de se poser plusieurs questions :

- quelles sont les activités actuellement plébiscitées par les touristes et les attentes particulières de ma clientèle ?
- quelles sont mes ressources disponibles : moyens techniques, financiers et humains ? Recenser l'ensemble des activités et équipements proposés par l'établissement, mais aussi les aptitudes de mon personnel, en particulier des animateurs ;
- quelles pollutions et nuisances peuvent provenir de ces activités et équipements ?
- s'agit-il de proposer une offre permanente ou temporaire en déléguant à un prestataire ou un partenaire associatif ?
- en interne : quelles activités sont possibles sur place ? quels équipements puis-je proposer ?
- en externe : quelle est l'offre des prestataires locaux ? lesquels bénéficient d'un label ou d'une certification ? mon territoire dispose-t-il d'un patrimoine culturel attractif ?
- s'agit-il de substituer des activités douces aux activités actuelles ou de les proposer comme choix supplémentaire en expliquant leurs avantages aux clients ?



Une activité douce, qu'est ce que c'est ?

Les activités dites « douces » sont des activités – sportives ou de loisir – qui sont respectueuses de l'environnement et des personnes. Elles ne vont pas causer de dommage à la nature environnante ni déranger les habitants ou les autres vacanciers.

Une pratique « douce » va limiter les nuisances sonores (autant que possible pas de moteurs), va éviter le piétinement de la végétation en dehors des zones prévues (sentiers, terrains de sport...), va éviter de consommer trop de ressources (eau, espace) et d'énergie (carburant, électricité).



Des activités douces et écologiques

2. Développer l'offre d'activités plus écologiques

A partir du diagnostic établi, il s'agit de :

- trouver des solutions pour diminuer les pollutions et nuisances issues des activités des clients ;
- favoriser des animations non motorisées : randonnée, vélo, canoë, équitation, plutôt que des sports motorisés ;
- recruter des animateurs formés sur ces activités ou prévoir les formations en interne ;
- choisir des partenaires labellisés (labels de territoire, ISO 14001...) ;
- adapter l'offre selon les saisons et les potentialités du territoire.



C'est parfois la façon de pratiquer une activité qui va en faire

une activité douce ou non. Par exemple, le VTT ou les raquettes à neige peuvent être néfastes pour l'environnement si elles permettent aux pratiquants de passer partout au mépris de la tranquillité de la faune sauvage et des habitants. Un parcours « accrobranches » dont les équipements sont profondément vissés dans les arbres est nuisible pour ces arbres, alors qu'il existe aujourd'hui d'autres techniques d'installation.

Certaines activités ne sont pas considérées comme des activités douces car elles ont généré de nombreuses dégradations, mais peuvent toutefois faire l'objet d'une pratique respectueuse de l'environnement. C'est par exemple le cas de la plongée sous-marine en bouteilles, activité pour laquelle le parc national de Port-Cros a défini une charte de bonne conduite avec les professionnels concernés.



Pour toute activité de pleine nature, une formation de l'animateur au respect de l'environnement est nécessaire. Cet animateur devra ensuite être chargé de sensibiliser les clients et de veiller à leur comportement.



Pour les événements sportifs de l'été, un concours de pétanque ou de vélo cross seront préférables à une course de quad.

3. Prévoir des activités accessibles aux handicapés

Sur le plan de l'équité sociale, les activités seront adaptées et accessibles à tous. Dans une approche de RSE, il est en effet nécessaire d'aller au-delà du « verdissement » des activités de loisir. La première étape consiste à rendre facilement accessible l'information sur l'offre d'activités et de sites accessibles à tous (label Tourisme & handicaps). Ensuite, dans une optique d'intégration et de mixité sociale, le programme des visites, des activités et des excursions ne sera pas conçu en proposant des activités spécifiques et réservées aux personnes souffrant de déficiences mais bien comme une offre ouverte à tous, vraiment tous.



Regrouper les informations sur les activités et sites accessibles à tous dans les environs dans un même classeur en libre consultation pour la clientèle et faire savoir que cette information est disponible.

Des activités douces et écologiques

4. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Elargissement de l'offre d'animations.
- Valorisation de l'image de l'établissement.
- Développement de partenariats, rencontre de nouveaux prestataires.

Évaluer

Au cours de la saison, je peux diffuser un questionnaire auprès des clients à l'issue de l'activité afin d'évaluer leur satisfaction (réponse aux attentes, désir de recommencer, volonté de recommander l'activité...). Il peut être utile de leur demander quelles autres activités ils auraient aussi souhaité pratiquer. Après analyse des résultats, j'en tire les conséquences pour établir ma stratégie pour la saison suivante. Ce questionnaire peut aussi être proposé sur Internet pour éviter l'emploi de papier.



Les Centres Permanents d'Initiative pour l'Environnement proposent parfois des activités écologiques accessibles et peuvent conseiller sur les pratiques :

CPIE Alpes de Provence : www.cpie04.fr

CPIE du Pays d'Aix : www.cpie-paysdaix.com

CPIE Côte Provençale : www.atelierbleu.fr (en particulier sur les sentiers sous-marins)

CPIE des Pays de Vaucluse : www.cme-cpie84.org

CPIE de Haute Durance, Briançon : www.cpie.hautedurance.free.fr

CPIE des Îles de Lérins et Pays d'Azur, Cannes : www.cpieazur.free.fr

CPIE Rhône Pays d'Arles – Raphèle-lès-Arles

Le parc national de Port-Cros, sur les sentiers sous-marins et la pratique respectueuse de la plongée : www.portcrosparcnational.fr

Sur la mise en œuvre de parcours aventure et accrobranches : www.parcours-dans-les-arbres.com et www.accrobranche.org

Charte internationale du plongeur responsable de la Fédération Française d'Études et de Sports Sous-marins : www.ffessm.fr



Le pôle ressources national des sports de nature (PRNSN) <http://sportsdenature.gouv.fr/>

- Les correspondants locaux du PRNSN en PACA dans la rubrique « les personnes »

- La Direction Régionale de la Jeunesse et des Sports www.mjspaca.jeunesse-sports.gouv.fr

Pour trouver des jeunes formés aux pratiques sportives le centre d'éducation populaire et de sport (CREPS) PACA : www.crepspaca.fr

Pour trouver les coordonnées des fédérations sportives, la Direction de la Jeunesse et des Sports, annuaire des fédérations www.inet.jeunesse-sports.gouv.fr/fedes/federations.asp

Pour se renseigner sur le sport adapté :

- Fédération française handisport : <http://handisport.org/index.php>

- Fédération française du sport adapté : www.ffsa.asso.fr

Des activités douces et écologiques



Des activités qui peuvent être douces si elles sont bien pratiquées :

- Randonnée pédestre, course d'orientation, raids multisports de nature, parcours aventure
- Parcours accrobranche, randonnée arboricole, via ferrata, escalade
- Découverte du patrimoine et sentiers d'interprétation
- Baignade
- Tir à l'arc, pétanque
- Vélo, VTT
- Equitation, ânes de bât
- Sports collectifs
- Canoë-kayak, aviron
- Char à voile
- Voile, planche à voile, surf
- Arts martiaux, yoga, danse
- Raquettes à neige, randonnée en traîneau
- Cascade de glace
- Spéléologie
- Découverte des fonds sous-marins, sentiers sous-marins.

Des activités à éviter :

- Sports mécaniques : quad, moto-cross, 4x4...
- Glisses aérotractées
- Motonautisme : jet-ski, bateaux à moteur, ski nautique...
- Sports aériens
- Parachutisme ascensionnel.



30 millions de sportifs en France

Les sports de nature regroupent des activités dont les modalités de pratique variées attirent un très large public. De plus, les sites et espaces naturels français représentent un patrimoine exceptionnel en termes de beauté et d'authenticité ainsi qu'un terrain de pratique incomparable pour les activités physiques et sportives de pleine nature. Ces activités deviennent donc un élément de plus en plus déterminant dans le choix des destinations touristiques par la clientèle. Elles contribuent également à l'attractivité des territoires, à la valorisation de leur image et à la dynamisation de leur offre, en particulier lors de l'organisation d'événements sportifs (compétitions, concours, animations). Enfin, les équipements contribuent à l'amélioration du cadre de vie et favorisent la création d'une offre pérenne pour la pratique des populations locales.

L'encadrement des activités de pleine nature

D'après la loi du 6 juillet 2000, la présence d'un moniteur breveté d'Etat est obligatoire pour encadrer l'ensemble des activités physiques ou sportives de pleine nature. Dans les faits, un décret doit encore être adopté pour préciser les sports classés à risque, qui seuls nécessiteraient le recours à un moniteur diplômé d'Etat.



Satisfaire mes clients : démarche qualité

Une commercialisation dynamique permet de faire connaître l'établissement. Mais c'est un accueil de qualité, la propreté des lieux, un service efficace, un contact humain prévenant et positif qui permettront aux clients de vivre un séjour agréable et sans mauvaise surprise. La recherche permanente de la satisfaction du client constitue le cœur d'une démarche qualité. Cette satisfaction est l'une des conditions fondamentales pour la pérennisation de l'activité touristique. Elle contribue à la fidélisation des clients et à l'image positive de l'établissement. Sur un plan commercial, il est aussi moins onéreux de faire revenir un client heureux que d'aller chercher de nouveaux clients...



1. La qualité, c'est quoi ?

Une démarche qualité est la mise en œuvre de tous les moyens (humains, matériels, services) dont dispose un établissement pour fournir une prestation répondant aux besoins et attentes, exprimés ou non, de la clientèle. Du point de vue du client, un accueil et un service de qualité est « normal », c'est la non-qualité qui est pénalisante à ses yeux. Mais les attentes des clients évoluent en permanence. Cela doit inciter les établissements à améliorer régulièrement leurs prestations, à rester à l'écoute de leurs clients et savoir traiter toutes remarques ou insatisfactions.

2. Processus qualité : pour qui et pourquoi ?

Toute l'équipe de l'établissement est concernée par la démarche qualité, « du balayeur au directeur ». En effet, la réalisation efficace de chaque tâche permet aux autres membres de l'équipe de travailler dans des conditions optimales. Par exemple dans un hôtel, une observation remontant d'une femme de chambre sur l'état d'une douche ou sur le confort d'usage d'un produit d'entretien, permettra de réparer rapidement la douche ou éventuellement de faire évoluer les achats. Il en résulte que l'un des secrets de la qualité en interne réside dans la circulation de l'information au sein de l'équipe. La qualité est un état d'esprit pour animer l'équipe, orienté vers la réussite collective par la satisfaction des clients.

Satisfaire mes clients : démarche qualité

La qualité est également importante pour le(s) propriétaire(s), car elle participe à l'objectif de rentabilité sur le long terme, à bonifier les investissements humains et financiers et à reconnaître l'outil de travail, l'image de l'établissement. A l'échelle du territoire, la qualité est un élément de structuration et de segmentation de l'offre touristique, de positionnement face à d'autres destinations et s'avère généralement propice à des logiques de partenariats entre acteurs. En outre, selon certains territoires, la mise en œuvre d'une démarche qualité permet de prétendre à des aides financières (phénomène de conditionnalité des financements publics).

En résumé, le but d'un processus qualité est « de prendre du recul ... pour mieux avancer ». Il s'agit de porter un nouveau regard sur son activité quotidienne, d'analyser les points forts et les points faibles pour progresser.

3. Les principes de base d'une démarche qualité

Un processus qualité peut être décliné sur un produit touristique ; sur une filière comme la démarche Camping Qualité pour l'hôtellerie de plein air, Restaurateur de France pour la restauration... ; à l'échelle d'un territoire : les Plans Qualité Stations, Normandie Qualité Tourisme, Qualité Tourisme en Martinique... Toutes ces démarches ont des points communs.

Un processus d'amélioration continue

La démarche d'amélioration de la qualité de service s'appuie sur la méthode habituelle d'une démarche de progrès. Elle débute par une première analyse sous la forme d'un audit en client mystère généralement, permettant d'identifier les forces et faiblesses de l'accueil et des services offerts aux clients. Il est alors possible de définir un plan d'amélioration, puis d'engager les actions, d'évaluer les résultats des actions menées et de les corriger si nécessaire avant de se fixer de nouveaux objectifs. La mobilisation de l'équipe est une constante tout au long du processus qualité.

Voir la fiche **MC01** Organiser sa démarche

Une gamme d'outils de mesure

Plusieurs outils simples et pratiques peuvent être utilisés pour évaluer le niveau de satisfaction des clients :

- questionner directement le client, plutôt à la fin de son séjour ;

Satisfaire mes clients : démarche qualité

- dresser un cahier des plaintes et réclamations que les clients auront exprimées ;
- mettre à disposition un livre d'or ou une boîte à suggestions ;
- proposer une enquête de satisfaction, par exemple avec un questionnaire à remettre lors de la facturation ;
- analyser le taux de fidélisation des clients ;
- réaliser une auto-évaluation (audit interne) sur la base d'une grille (ou référentiel) ;
- solliciter un audit externe par un spécialiste.

Des engagements précis

Une structure touristique qui adhère à une démarche qualité, s'engage auprès de ses clients, notamment pour garantir :

- le sourire et l'amabilité en toutes circonstances, la courtoisie étant fondamentale dans la relation à l'autre ;
- un accueil convivial et prévenant, une équipe sachant se rendre disponible et être à l'écoute du client ;
- une équipe compétente, rapide, apportant une solution à chaque demande et parlant plusieurs langues ;
- une information, une communication et des renseignements clairs, précis et complets, afin d'éviter toutes mauvaises surprises. Tant lors d'un contact téléphonique, que sur de la documentation papier, sur Internet ou dans la signalétique dans l'établissement ;
- une propreté et une hygiène irréprochables en tous lieux, notamment dans les sanitaires mais aussi, par exemple, aux abords immédiats de l'établissement ;
- un équipement et un mobilier en bon état et confortable, des espaces bien entretenus.

Des critères d'analyse selon un parcours client

Pour chaque activité touristique, le parcours type d'un client ou d'un visiteur lambda sert généralement d'architecture à l'analyse. L'auditeur se glisse dans la peau d'un client pour évaluer la qualité perçue par celui-ci. Les grandes étapes sont généralement :

- réservation, demande de renseignement : appels téléphoniques, demande et prise de réservation, gestion des annulations, analyse des courriels et fax, observation du site Internet...
- analyse des aspects extérieurs : signalisation, enseignes, informations (tarifs, classement, horaires...), aménagements, parking, propreté extérieure et des abords, affichages à l'entrée, accessibilité, intégration paysagère et/ou architecturale, fleurissement...
- arrivée, prise de contact et prise en charge : sourire et

Satisfaire mes clients : démarche qualité

convivialité, disponibilité, authenticité, écoute du client, aménagements et équipements (espace, circulation, présence de chaises...), décoration et rangement, propreté des lieux, état du mobilier, affichages intérieurs, documentation touristique locale, accueil en langue étrangère, spécificité pour l'accueil de groupes / de familles / d'enfants...

- consommation du service : sourire et disponibilité du personnel, efficacité du service, cadre et esthétique du lieu, confort et niveau d'équipement, sanitaires (communs et privés), propreté et hygiène, bon état des équipements, présentation et mise en valeur de l'alimentation, espaces communs et hall, ascenseurs, présence et qualité des services annexes, salles de réunion, informations utiles, effort d'explication et de pédagogie, mise en avant du territoire, dispositif sécurité, prise en charge des enfants...
- facturation et départ : affichage et modalités de paiement acceptées, prix conforme aux tarifs annoncés, demande sur la satisfaction du service, formules de politesse et prise de congés, sourire et disponibilité, présence des fiches d'appréciation, rôle d'ambassadeur du tourisme local...
- gestion de la qualité : analyse du back office, existence de procédures, circulation de l'information en interne, programme de formation, mise en œuvre d'actions d'amélioration, respect de la réglementation ou de normes de classement...

Une analyse indépendante

Une auto-évaluation périodique est un exercice riche d'enseignements pour et sur l'établissement. Néanmoins, afin de certifier au client une analyse impartiale, l'intervention d'un auditeur externe, spécialiste dans le tourisme et dans la qualité, est plébiscitée. L'autonomie de l'auditeur vis-à-vis de l'audité contribue à la crédibilité de la démarche et donc à la confiance que pourra accorder le client envers l'établissement.

Une analyse objective

L'auditeur s'attache à analyser tous les établissements avec un regard équitable et avec professionnalisme. Ainsi, il est généralement pratiqué une « visite mystère », c'est-à-dire qu'un auditeur non identifié par l'établissement consommera les services et prestations, comme n'importe quel autre client, de manière « incognito ». La date de l'évaluation n'est

Satisfaire mes clients : démarche qualité

pas connue à l'avance. L'auditeur s'appuie sur une grille détaillant des critères précis et factuels. Il vit et rapporte à la fois le regard du client (qualité perçue) mais aussi son regard d'expert. Il peut alors jouer un rôle de conseil auprès de l'établissement, pour lui permettre de perfectionner son accueil et ses services.

4. M'engager dans une démarche qualité

Participer à une démarche collective

L'inscription dans une démarche collective facilitera la valorisation auprès d'un large public, tout en permettant d'abord de bénéficier d'outils spécifiques, communs et éprouvés avec d'autres établissements, aboutissant à une dynamique partenariale entre professionnels (saine concurrence). Ces processus collectifs sont portés et proposés par les chambres de commerce et d'industrie, les filières professionnelles, les organismes certificateurs ou les collectivités locales.

Viser l'obtention de la marque Qualité Tourisme TM

Face à la diversité des labels et des chartes qualité qui se sont développés dans le tourisme depuis les années 80 et 90, souvent grâce à l'impulsion des CCI, la Direction du Tourisme a décidé en 2003 d'apporter plus de visibilité aux démarches qui respectaient un cahier des charges commun. C'est ainsi que la marque « ombrelle » Qualité Tourisme TM a été créée en 2005. Son objectif est de fédérer les démarches existantes, de structurer et professionnaliser les plus récentes, de renforcer la lisibilité pour les consommateurs, de valoriser l'image de la destination France. Actuellement, la marque Qualité Tourisme est portée par plus de 4600 établissements, en France métropolitaine et outre-mer.

Mettre en place un système de gestion de la qualité (norme ISO 9001)

La norme ISO 9001 établit des exigences organisationnelles requises pour un système de gestion de la qualité. En tant que liste d'exigences, elle sert de base à la certification de conformité d'un organisme. Ses exigences sont relatives à quatre grands domaines : responsabilité de la direction, système qualité, processus (exigences relatives à l'identification et à la gestion des processus contribuant

Satisfaire mes clients : démarche qualité

à la satisfaction des parties intéressées), amélioration continue (mesure et enregistrement de la performance à tous les niveaux utiles ainsi que d'engagement d'actions de progrès efficaces).

Mettre en œuvre un système de gestion de la qualité selon les exigences de la norme ISO 9001 consiste à démontrer d'une part l'aptitude à fournir régulièrement un produit ou un service conforme aux exigences du client et aux exigences réglementaires applicables, et d'autre part à chercher à accroître la satisfaction des clients par l'application efficace du système, et en particulier, la mise en œuvre d'un processus d'amélioration continue.

Cette approche est complémentaire aux démarches basées sur des référentiels de critères de résultats, et réellement utiles aux établissements conduisant plusieurs activités différentes : restauration, hébergement, congrès...

5. Questions fréquentes à propos de la démarche qualité

Qui contacter pour m'engager dans un processus qualité ?

Le conseiller tourisme de ma CCI ou le référent de mon réseau saura identifier avec moi la démarche qui convient le mieux à mon établissement et à mon activité.

Est-ce que c'est rentable ?

L'amélioration permanente de la qualité d'accueil et de service est un investissement rentable. D'une part, parce qu'il permet d'éviter des situations de non qualité pouvant aller jusqu'au remboursement du séjour, d'autre part parce qu'en fidélisant les clients, le coût de la commercialisation est géré au mieux. De plus, la dynamique interne autour de l'objectif de qualité induit une meilleure productivité de l'équipe.

Qui assure la communication auprès du grand public ?

Chaque réseau participe à la visibilité de sa démarche et la Direction du Tourisme met en œuvre un plan de communication spécifique pour la marque Qualité Tourisme TM. De plus, chaque établissement peut assurer un rôle d'ambassadeur auprès de ses clients et promouvoir activement sa démarche.

Satisfaire mes clients : démarche qualité

Combien de temps dure une action qualité ?

La recherche de la qualité est un état d'esprit à maintenir durablement, pour l'éternité pourrait-on dire ! Il est nécessaire de garder à l'esprit le fait que, d'une part, les attentes des clients sont en perpétuelle évolution (exemple des écrans de téléviseurs dans les chambres d'hôtel, du WiFi...), et que d'autre part, un établissement est toujours perfectible.

Quelles sont les démarches permettant d'obtenir la marque Qualité Tourisme TM ?

Il y a trois possibilités, en intégrant une démarche de métier ou une démarche d'un réseau délégataire ou une démarche territoriale.

6. Bénéfices pour l'entreprise

- Développement et fidélisation de la clientèle.
- Elargissement des cibles clients.
- Argument commercial supplémentaire.
- Positionnement clarifié.
- Amélioration de la rentabilité de l'entreprise.
- Reconnaissance par les clients, les pouvoirs publics ou les partenaires...
- Renforcement de l'esprit d'équipe.
- Amélioration de la productivité des salariés.
- Développement des compétences et du professionnalisme.



Chambres de Commerce
et d'Industrie

www.pacac.cci.fr

Marque « ombrelle » et nationale
Qualité Tourisme TM

www.qualite-tourisme.gouv.fr

Camping Qualité

www.campingqualite.com

HOTELcert

www.hotelcert.com

Restaurateur de France

www.restaurateursdefrance.com

Cuisineries Gourmandes

www.cuisinerie-gourmande.com

Café et Brasseries de Qualité

49, rue de la Glacière - 75013

PARIS - Tel. 01.53.63.00.77

Fédération Nationale des
Offices de Tourisme et Syndicats
d'Initiative

www.tourisme.fr



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 2
IMPLICATION DANS L'ÉCONOMIE
ET LA VIE LOCALE

Créer des liens multiples avec le territoire

De l'ouverture d'un établissement à son intégration au tissu socio-économique, les niveaux d'implication possibles sont nombreux ! Tisser des liens avec son territoire permet souvent de proposer une offre originale et donc attractive pour les touristes. La dégustation de produits locaux, des animations spécifiques ou un environnement

mis en valeur sont autant d'atouts pour attirer les touristes. En créant un réseau local, l'entrepreneur dynamise l'ensemble d'une communauté et génère des retombées positives et directes pour le territoire.



1. Pérenniser l'économie locale

L'établissement, quel que soit son statut juridique (association, société commerciale, etc.) est une entreprise qui exerce son activité sur le territoire. Elle peut donc interagir avec les autres entreprises du territoire, en particulier en favorisant les circuits d'affaires courts :

- acheter des produits et services locaux : faire appel à des prestataires locaux pour des objets de décoration ou pour le petit déjeuner fournira des débouchés aux entrepreneurs voisins et permettra de valoriser et de conserver des savoir-faire locaux.
- utiliser des matériaux de construction locaux/ traditionnels : briques, tuiles, ardoises, bois...
- s'approvisionner chez des distributeurs proches permet de maintenir des services et commerces de proximité, mais aussi de limiter les déplacements nécessaires aux livraisons.
- établir des partenariats avec les prestataires locaux en négociant des réductions pour les clients et les employés tout en assurant une clientèle à ces prestataires, ou dans le cadre d'échanges de bons procédés en matière de publicité ou de services rendus.

2. M'engager pour la qualité de vie

Au-delà de son activité économique, l'établissement a également un rôle de « citoyen » à jouer sur son territoire, en participant à son attractivité et à la qualité de vie de la population :

Créer des liens multiples avec le territoire

- favoriser l'embauche de personnel local, en particulier des jeunes, qui participent à l'animation et la dynamisation du territoire mais doivent parfois le quitter pour trouver un emploi. Des structures de proximité existent pour vous accompagner ;
- communiquer sur les activités locales : distribuer les brochures aux clients et collaborateurs, vendre les activités depuis l'établissement ;
- ouvrir l'offre d'activités et de loisirs aussi aux habitants : piscine, restaurant, location de vélos, animations, discothèque, soirées à thème, espace de projection, organisation de randonnées...
- structurer l'offre de transport : proposer un service de navettes vers les principales attractions, augmenter le nombre de rotations...
- favoriser la rencontre entre touristes et habitants en organisant par exemple des événements ouverts et communs ;
- s'engager dans la gestion du territoire avec les institutions : participer à la planification et l'animation touristique, transmettre de l'information aux offices de tourisme et aux comités départementaux de tourisme, participer au débat public quand des occasions se présentent...

3. Préserver et valoriser le patrimoine

L'établissement interagit avec son environnement naturel dont il dépend pour l'attractivité de son produit. Il peut donc :

- préserver l'environnement alentour (pelouse, lacs, bois, plage) des déchets divers, de l'érosion, des pollutions, en mettant en place des équipements spécifiques (poubelles, panneaux d'information du public, cheminements piétons signalisés, places de parking...) ou en s'impliant dans le nettoyage (opération avec des associations, financement...).
- proposer des activités de découverte de l'environnement et du patrimoine local. **Voir les fiches MC08 Des activités douces et écologiques et MC21 Sensibiliser pour faire agir mes clients**
- favoriser une architecture traditionnelle et une végétation locale et variée qui sont souvent plus adaptées aux conditions climatiques, participent à la recréation de biodiversité et s'intègrent mieux dans le paysage. Elles permettront de maintenir la typicité qui constitue l'intérêt touristique du territoire.



→ Signaler mon intérêt pour l'environnement à mes clients et leur distribuer des sacs pour leurs déchets. Pour leurs randonnées ou leurs journées à la plage, leur distribuer des cendriers portatifs.

→ Se renseigner auprès des associations de ma commune. Beaucoup proposent des activités de découverte du territoire : randonnée, dégustation, artisanat, découverte du patrimoine...

→ Proposer des interventions de professionnels sur des thèmes environnementaux : faune, flore, phénomènes géologiques en invitant un intervenant. Contacter les centres de recherches, universités ou fondations de mon département (ONF, LPO, Fondation Nature et Découvertes...).

Voir fiche MC21 Sensibiliser pour faire agir mes clients

Créer des liens multiples avec le territoire



Des associations et fondations environnementales :

Association Régionale Pour l'Environnement
www.arpe-paca.org, rubrique Agenda

Ligue de Protection des Oiseaux
<http://paca.lpo.fr>, rubriques Agenda et Actualités

Fondation Nature et Découvertes
www.natureetdecouvertes.com/pages/AENP/PDF/SUD-EST.pdf

Trouver les adresses d'établissements proposant des formations au tourisme et à l'hôtellerie sur www.certiferme.com, rubrique Mes Ecoles

4. M'ancrer dans mon territoire en créant un réseau

S'implanter dans un territoire, c'est d'abord créer un réseau avec les acteurs locaux. L'hébergement joue un rôle névralgique : point d'arrivée et de départ des touristes, c'est un espace carrefour qui concentre les besoins. Repos, information, orientation, l'hébergement sera pour le touriste de passage un espace vitrine du territoire. Alors pourquoi ne pas en profiter et mutualiser les savoir-faire locaux ? « L'union fait la force » pour profiter des potentialités de mon territoire ! Entrepreneurs complémentaires, associations dynamiques, centres de formation, services incontournables, je peux « formaliser » mes relations par des partenariats ou plus simplement par des accords de principe.

Multiplier les échanges avec les acteurs locaux permet de mieux faire connaître mon territoire à mes clients. Mais cela contribuera aussi au goût d'authenticité de mon établissement.



Pour travailler en synergie avec les acteurs locaux du tourisme, contacter en priorité l'OTSI et le Comité Départemental du Tourisme (CDT), mais aussi les parcs naturels régionaux (www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr) à proximité et autres espaces naturels comme les parcs nationaux et réserves naturelles : tous les espaces naturels de la région sur www.renpaca.org

Pour s'impliquer dans la vie et l'économie du territoire, contacter directement la commune et ses acteurs locaux (commerçants, entrepreneurs, associations...).

5. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Développement de l'offre d'animations de l'établissement.
- Mise en place de partenariats et de tarifs préférentiels, voire création d'un pôle de compétences (artisanat, formation, sport, art).
- Dynamisation du territoire : offre d'activités, de services, de transports et amélioration de l'image du territoire d'accueil.
- Retour de la part des acteurs de votre territoire sur le développement de votre activité.

Voir aussi les fiches :

MC21 Sensibiliser pour faire agir mes clients

MC08 Des activités douces et écologiques

Accueillir les saisonniers

En termes de qualité de vie et de conditions de travail, il est essentiel pour tous les salariés, y compris les saisonniers, d'avoir un hébergement décent. Plus épanouis, plus en forme, c'est l'ambiance au sein de votre équipe de travail ainsi que leur amabilité envers la clientèle qui sont en jeu. Enfin, si vous manquez de personnel faute de solution de logement, votre capacité de service risque d'en être aussi fortement affectée.



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 3
QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL


Pour le respect des règles de sécurité liées à la présence de certains équipements, tels que une piscine ou un club enfant, l'embauche de personnel spécialisé supplémentaire peut être nécessaire (surveillant de baignade, accompagnateur...)



→ Je me sers du logement pour attirer les saisonniers. En effectuant des recherches en amont et en leur proposant un choix de logements, je présente un atout par rapport aux autres employeurs. Il me sera plus facile de recruter du personnel compétent !

→ D'une année sur l'autre penser à répertorier les logements loués par les saisonniers pour constituer une base de données. En prenant contact avec les propriétaires avant le début de la saison, j'aurai une idée du nombre de logements sur lesquels mes employés pourront compter !

→ Tourner la contrainte en avantage. En aidant mes saisonniers à se loger, je peux favoriser des solutions à proximité de l'établissement et optimiser la logistique ! Je peux aussi regrouper les salariés et leur proposer de s'inscrire dans mon « plan de déplacement d'entreprise ». Voir la fiche **MC17**

La mobilité durable

1. Évaluer les possibilités de logement

Dans un premier temps, il est nécessaire de connaître le nombre de lits qui peuvent être mis à disposition des employés saisonniers. Si l'établissement ne dispose pas de logements en interne, plusieurs pistes peuvent être explorées :

- dans la ville la plus proche : contacter la mairie ou la mission locale, en recherchant d'éventuels logements sociaux vacants pendant la saison touristique ou bien des logements proposés par la collectivité pour les saisonniers ;
- aux alentours : passer des annonces dans les journaux et commerces locaux pour estimer le nombre de logements disponibles, les prix et fournir ainsi des pistes aux futurs employés ;
- sur Internet : les sites de location d'appartements offrent également de nombreuses possibilités. Penser à diffuser une annonce et à faire une présélection pour les employés.



Pour être à l'aise, vos collaborateurs ont besoin de pouvoir conserver leur intimité. Outre un lit, c'est un espace privé qui leur est nécessaire.

Accueillir les saisonniers



Disponibles dans les grandes villes, les logements universitaires restent souvent vacants pendant l'été. Pourquoi ne pas contacter le Centre Régional des Œuvres Universitaires et Scolaires (CROUS) de votre région et voir si vos employés pourraient en bénéficier pendant les périodes estivales ?



A Saint-Martin-en-Ré, le glacier accueille jusqu'à 35 saisonniers en été. Il a investi dans un bâtiment à proximité de son entreprise pour loger gratuitement ses saisonniers dans de bonnes conditions et témoigne : « ils sont plus en forme en arrivant au travail et je peux offrir une qualité de service élevée à mes clients ». En parallèle, la mairie de Saint Martin-en-Ré réfléchit, avec les prestataires touristiques de l'île, à transformer l'ancien bâtiment de la maison de retraite en « hôtel des saisonniers ».



La Direction du Tourisme : www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/prof_touristique/emploi_tourisme/emploi/saisonniers/lieu.jsp

Guide du logement aidé pour les salariés saisonniers du tourisme à l'usage des élus locaux, sur le site du ministère du logement et de la ville : www.logement.equipement.gouv.fr/rubrique.php?id_rubrique=1308

2. Trouver des solutions alternatives

Si vous pensez avoir passé en revue toutes les solutions de logements disponibles et vous manquez encore de personnel, essayez :

- d'employer en priorité des personnels locaux ayant déjà un logement sur place ;
- de proposer aux permanents de louer une chambre de leur logement pour la saison ;
- de consulter les agences de travail temporaires locales.

3. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Des facilités de recrutement.
- Une meilleure ambiance de travail.



L'Association des Lieux d'Accueil des Travailleurs Saisonniers (ALATRAS) a vocation à fédérer, au niveau national, les différentes structures locales d'accueil des saisonniers et des pluriactifs et leurs partenaires : www.alatras.fr

Pour les zones de montagne, le Centre de Ressources Inter-régional Alpin sur la Pluriactivité et la Saisonnalité : www.pluriactivite.org qui rassemble :

- ADECOHD, comité de bassin d'emploi du Briançonnais : www.adecohd.com
- PERIPL, dispositif chargé du recueil et de la diffusion d'informations sur la pluriactivité
- Les maisons des saisonniers : site www.pluriactivite.org, rubrique « la saisonnalité »

Logements étudiants :

- CROUS : www.crous-aix-marseille.fr, rubrique Logements ou au 04 42 16 13 13
- www.crous-nice.fr, rubrique Logement ou au 04 92 15 50 66
- Les Estudines : www.estudines.com

Sites d'annonces de location et de collocation :

- www.seloger.com
- www.appartager.com
- <http://paca.kijiji.fr/f-Immobilier-W0QQCatIdZ31>

L'Aide Personnalisée au Logement : www.caf.fr, rubrique Particuliers/ Toutes les prestations

L'Union d'Economie Sociale pour le Logement : www.uesl.fr

Voir aussi la fiche **MC17** La mobilité durable

Recruter, former, fidéliser

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
DIRECTION DES RESSOURCES
HUMAINES

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERMEOBJECTIF 3
QUALITÉ DE VIE AU TRAVAILOBJECTIF 4
ÉQUITÉ SOCIALE

Mettre la bonne personne au bon poste, savoir la faire évoluer et faire en sorte qu'elle reste le plus longtemps possible à vos côtés : voilà résumées en quelques mots trois grandes préoccupations du dirigeant d'une structure touristique. Il s'agit de gérer les compétences, les savoir-faire, les savoir-être et les projets de vie des uns et des autres afin de constituer une équipe de travail performante et enthousiaste. Le recrutement, l'évolution professionnelle et la formation font partie intégrante de la responsabilité sociale de l'entreprise via une approche empreinte de préoccupations pour l'équité sociale et les conditions de travail.

1. Recruter

Les fondamentaux

Le recrutement est une phase cruciale dans le développement d'un établissement qui nécessite une attention toute particulière. Pour cela, la phase de préparation est primordiale. Le poste doit d'abord être défini avec précision : missions, objectifs, responsabilités et tâches, liens hiérarchiques, statut et niveau de rémunération, avantages et contraintes du poste, évolutions possibles. Ensuite, vient la définition du profil recherché : compétences techniques (métier), expérience requise, savoir-être (comportement), autres connaissances diverses (langues étrangères, informatique...).

Identifier l'outil de recrutement est l'étape charnière (annonce presse/internet, salons/forums pour l'emploi, simulations...) avec la seconde phase qui consiste à préparer les futurs entretiens. Pour cela, il est indispensable de trier les CV reçus en fonction de la fiche de profil, puis d'identifier les questions relatives aux CV et aux exigences du poste. Ne pas oublier enfin de parler avec le candidat de son projet de vie et de ses centres d'intérêt. La phase d'entretien est ensuite une phase d'écoute où le recruteur n'est censé prendre la parole que 20 % du temps.

Le succès du recrutement passe par la préparation, l'implication des employés en place, la prise en compte des attentes et des valeurs de l'équipe actuelle, l'envie d'établir un nouvel échange et un partage d'expérience, le suivi du processus d'intégration.



Cette phase de préparation peut s'enrichir de la participation de tout ou partie des employés de l'établissement. En effet, pour un poste donné, les besoins en matière de définition des tâches mais aussi l'identification des compétences et du comportement requis peuvent être complétés par l'équipe déjà en place. Certains entretiens peuvent également être réalisés par des employés. Tout cela permet d'impliquer de manière concrète votre équipe au développement de l'établissement et de faciliter l'intégration d'un futur collaborateur.



Dans cette phase, le recruteur devra à la fois sélectionner et séduire le candidat en donnant envie de travailler chez lui. Pour cela, il devra donner du sens à son engagement, démontrer le dynamisme de son équipe et proposer un certain degré d'autonomie.



Recruter, former, fidéliser

Bibliographie

Hôtellerie et restauration :
gérer les ressources humaines
pour dépasser la pénurie

Lab'Ho – Groupe Adecco

Ressources Humaines

Jean-Marie Peretti – Vuibert

Les Relations Humaines

Maurice Thévenet – Eyrolles

La Gestion des Ressources
Humaines

Jean-Marc Le Gall – Que Sais-je ?

Le recrutement et la gestion
du personnel dans les petites
entreprises

Geneviève Madou – Puits Fleuri

La culture d'entreprise pour
manager autrement

Eric Delavallée – Organisation



Pour qu'une formation soit un succès, son effet positif doit rapidement se voir : elle doit permettre à l'individu d'évoluer au sein de l'établissement et de crédibiliser ses compétences.

Réglementation : le DIF

Le Droit Individuel à la Formation stipule que tout salarié bénéficie chaque année d'un temps de formation qu'il peut capitaliser d'une année sur l'autre. Les formations suivies s'effectuent hors temps de travail sauf convention ou accord collectif de branche stipulant une réalisation partielle pendant le temps de travail. Le DIF rentre dans le cadre du financement de la formation professionnelle continue.



→ Mettre en place une « carte privilège » à l'échelle d'un territoire donné, qui serait réservée aux employés du secteur et leur donnerait accès à des conditions préférentielles à certains établissements touristiques...

Bannir les discriminations

C'est dans les principes de sélection des candidats que l'équité sociale doit transparaître. Toute discrimination doit impérativement en être bannie, notamment celles portant sur :

- l'origine ethnique,
- la nationalité,
- la religion,
- les handicaps et besoins spécifiques,
- le sexe ou l'orientation sexuelle,
- l'appartenance syndicale,
- l'engagement politique.

Voir la fiche **MC15** L'entreprise solidaire

2. Former

Favoriser l'évolution professionnelle

A chaque étape de la vie professionnelle correspond des besoins en formation différents. Par ailleurs, l'évolution des technologies mais aussi la concurrence engendrent l'apparition de nouveaux métiers tandis que certains nécessitent d'évoluer. La formation tout au long de la vie professionnelle s'avère aujourd'hui un outil indispensable et précieux pour développer les performances individuelles et collectives de son équipe. A l'opposé, ne pas pouvoir évoluer est un frein à l'épanouissement personnel. L'accès à la formation est en ce sens un enjeu important du volet social d'une politique de développement durable.

Dans le domaine du développement des compétences, l'employeur joue un rôle incitateur auprès de son équipe en fonction des besoins qu'il identifie mais doit se tenir également à l'écoute des attentes exprimées par ses collaborateurs. Selon les âges et le parcours de chacun, la stratégie d'accompagnement est différente :

- un jeune qui intègre une équipe recherchera du soutien en interne. Cette période d'adaptation au monde du travail se fera sous la forme d'un tutorat plus ou moins formel, encore faut-il savoir l'anticiper et dégager un minimum de temps nécessaire à la bonne intégration de la « nouvelle recrue » ;
- entre 26 et 40 ans, c'est une phase d'avancement et d'atteinte de ses objectifs qui peut être accompagnée par des formations complémentaires. Cela peut également être une époque de la vie où les femmes choisissent de quitter, au moins temporairement, le monde du travail ;
- entre 40 et 60 ans, des formations concernant l'encadrement d'équipes sont souvent nécessaires. Il est aussi possible de procéder à une réorientation par un

Recruter, former, fidéliser

accompagnement que ce soit vers un autre métier ou pour une expérience d'entrepreneuriat. C'est aussi une période où les femmes souhaitent parfois réintégrer le monde du travail, bénéficiant d'une grande maturité affective et faisant preuve d'un fort enthousiasme. Une mise à niveau de leurs compétences techniques s'avère cependant parfois nécessaire ;

- après 60 ans, il est judicieux de faire profiter à l'organisation de l'expérience accumulée et de mettre en place un véritable outil-relais de transmission des compétences en interne.

3. Fidéliser

Fidéliser ses employés, c'est être capable de garder à peu près la même équipe sur une période plus ou moins longue. Recruter et intégrer un nouveau collaborateur implique des changements au sein de votre équipe, nécessite du temps et des besoins financiers. Une fois la personne recrutée, encore faut-il savoir faire en sorte qu'elle reste le plus longtemps possible dans l'établissement. Pour cela, différentes approches et outils sont mobilisables :

- la formation : c'est un outil permettant de progresser sur le plan professionnel. Une entreprise où l'on peut apprendre et enrichir ses compétences est plus attractive ;
- créer un véritable esprit d'équipe, représentatif des valeurs partagées, une sorte de culture « maison » qui fasse que l'on se sente chez soi et que l'on partage la même histoire. L'employeur aura tout avantage à faire partager sa vision sur ce qu'il souhaite pour son établissement et permettre ainsi à d'autres d'adhérer en ayant envie de se joindre à son aventure en toute connaissance de cause ;
- les démarches de progrès sont connues pour leur caractère fédérateur : la fidélisation passe aussi par la mobilisation de l'équipe, par une approche participative, sur la qualité, l'environnement, l'accessibilité, etc. ;
- le bien-être dans l'entreprise est enfin un paramètre clé dans la fidélisation des salariés. Cela passe par ses temps de transport, sa facilité de logement, la prévention du stress (gestion du temps et des pics d'activité), le soutien et la célébration des succès, le dialogue et l'écoute, le style de management, l'ergonomie du poste de travail, la mesure de la satisfaction des employés...

Voir les fiches :

MC11 Accueillir les saisonniers

MC14 L'ergonomie pour améliorer les conditions de travail



→ **VAE** : la Validation des Acquis de l'Expérience permet l'obtention d'une certification sur la base d'une expérience professionnelle. La VAE peut être financée dans le cadre du DIF. C'est un outil de professionnalisation des compétences mais également un outil de valorisation et de fidélisation de ses collaborateurs.

→ Le groupement d'employeurs est une structure qui permet de partager les compétences des employés entre différents employeurs sur un bassin d'emploi et sur une même année. Un emploi saisonnier devient de fait plus attractif s'il s'inscrit dans un ensemble offrant un emploi stable à l'année.



Fédération de la formation professionnelle

www.ffp.org

Association pour la formation professionnelle des adultes

www.afpa.fr

Ministère du Travail, des Relations Sociales, de la Famille, de la Solidarité et de la Ville

www.travail-solidarite.gouv.fr

Portail national de la Validation des Acquis de l'Expérience

www.vae.gouv.fr

Portail régional de la Validation des Acquis de l'Expérience

www.vae-paca.org

Droit individuel à la formation

www.droit-individuel-formation.fr

Direction de la formation et de l'apprentissage de la Région PACA

www.regionpaca.fr

Union des groupements d'employeurs de France

www.ugef.fr

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 1
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE
À LONG TERME

OBJECTIF 3
QUALITÉ DE VIE



Il est indispensable de connaître la perception des nuisances sonores éventuellement subies par la clientèle et les personnes travaillant dans l'établissement. Le diagnostic du bruit ne peut être pertinent s'il ne s'appuie pas sur leur consultation.

Réglementation

Le bruit est une nuisance qui a un impact sur la santé. Vous travaillez dans une ambiance musicale ?

Sachez que vous pouvez vous exposer à des risques de perte progressive de l'audition.

- Pour la clientèle, la réglementation interdit d'aller au-delà de 105 dB(A)

- Pour les travailleurs, exposés plus fréquemment, il est reconnu qu'une exposition régulière au bruit à des niveaux supérieurs à 85 dB(A) provoque progressivement une perte d'audition irréversible, dont on ne se rend pas compte car elle est indolore.

Pour le personnel qui travaille dans une ambiance musicale, si l'on se réfère au Code du Travail, à partir de 85 dB(A) il est nécessaire de porter des protections.

Lutter contre le bruit

Un établissement touristique se doit d'offrir un cadre de vie agréable à sa clientèle. Or, parmi les sources d'insatisfaction récurrentes des clientèles touristiques, le bruit figure en tête de liste. Les sources sont très variées. C'est un enjeu à ne pas négliger car la pérennité de l'établissement est intimement liée à la satisfaction des hôtes. Par ailleurs, le bruit est aussi une nuisance qui a un impact sur la **santé** physique et psychique des travailleurs. Le niveau de bruit est donc un facteur important de la qualité de vie au travail.

1. Repérer le bruit environnant

La première étape de la démarche consiste à identifier les **sources de bruits à l'extérieur** de la propriété susceptibles de toucher les occupants des bâtiments et du site, telles que les routes (fréquences / heures de passage, type de véhicules...), les voies ferrées, les aéroports ou passages d'avions, les ateliers, les cours d'écoles, les hôpitaux (ambulances), les casernes de pompiers...

2. Identifier le bruit des activités

Les établissements insérés dans des zones habitées sont les plus concernés par la nécessité de veiller à la maîtrise de l'impact sonore de leurs activités sur leur entourage. Cette démarche peut paraître délicate mais faire le premier pas en ouvrant le dialogue, est une attitude constructive qui sera reconnue. Il s'agit d'aller à la rencontre des riverains en expliquant la démarche de l'établissement, muni d'un questionnaire tel que celui proposé pour les clientèles. De la même façon, les bruits perçus par les salariés pendant leur travail doivent aussi être repérés.



Lutter contre le bruit

Chère cliente, cher client,
Nous nous sommes engagés dans une démarche de gestion environnementale et souhaitons à ce titre évaluer le confort acoustique de notre établissement. Vous pouvez nous aider à lutter contre le bruit en répondant aux quelques questions suivantes.

Votre tranquillité a-t-elle été perturbée par du bruit... :

Hôtels & Résidences

	Oui	Non
en provenance des couloirs (grincement et claquement de portes, activité de notre personnel, conversations...)?		
émis par des équipements de votre chambre ou appartement ? (chasse d'eau, ventilation...)?		
provenant des chambres ou des pièces voisines (télévision, bruit de pas...)?		
lié au trafic automobile ?		
produit par des équipements techniques (ascenseurs, chasse d'eau, vibration de tuyauteries...)?		
des bruits particuliers ailleurs que dans les chambres ou les appartements ?		
provenant de l'extérieur ?		

Campings

	Oui	Non
émis par nos activités durant la journée ou en soirée ?		
émis par nos animations ?		
provenant des aires de jeux ou d'autres équipements ludiques (piscine, tennis...)?		
provenant d'équipements des sanitaires ou d'autres bâtiments ?		
émis par des équipements de votre chalet ou mobile home ? (chasse d'eau, réfrigérateur...)?		

Merci de votre aimable contribution.
M/Mme... (directeur, propriétaire...)



85 dB(A)

C'est une voiture qui passe à côté de vous.

105 dB(A)

C'est le bruit d'un marteau piqueur.



Comment établir une étude d'impact sonore pour être en conformité avec la réglementation ?

Il convient de faire appel à des bureaux d'études techniques électro-acoustiques, dont certains sont membres du Groupement de l'Ingénierie Acoustique (GIAC) présent au sein de la Chambre de l'Ingénierie et du Conseil de France (CICF).

<http://www.cicf.fr>

Bibliographie :

Guide méthodologique des lieux diffusant de la musique amplifiée, GIAC, Ministère de l'Environnement, 2000.

Réglementation

En application des articles R571-25 à R571-25 du Code de l'Environnement, des prescriptions sont applicables aux établissements et locaux recevant du public qui diffusent de la musique amplifiée.

Qui est concerné ?

Tous les établissements ou locaux recevant du public, qui diffusent de la musique amplifiée à titre habituel, c'est-à-dire selon un rythme mensuel ou saisonnier (notamment les lieux d'animation des centres de vacances et de campings).

A quoi sert cette réglementation ?

- A protéger la santé auditive du public, par la limitation du niveau sonore à l'intérieur des établissements.
- A préserver l'environnement et la qualité du cadre de vie, par l'exigence d'un isolement acoustique minimum entre ces établissements et les locaux d'habitations voisins.

La réalisation d'une étude de l'impact des nuisances sonores est obligatoire.

3. Anticiper et réduire l'exposition au bruit dans l'organisation du site

Bien évidemment, on ne peut pas remanier totalement un site existant. Néanmoins, lors d'une extension, d'une requalification ou d'une rénovation, il est possible et recommandé d'en profiter pour redistribuer les activités en intégrant l'objectif de réduction de l'exposition aux nuisances sonores. Trois sources de nuisances sont à prendre en compte pour améliorer la qualité de vie des clientèles pendant leur séjour.

Lutter contre le bruit

Se positionner par rapport aux nuisances externes

Les chambres seront par exemple positionnées à l'opposé d'une voie de circulation bruyante, protégées par une pièce tampon où la sensibilité au bruit est moins forte. Si la nuisance sonore ne peut être contournée par une implantation judicieuse, des solutions techniques devront être recherchées. Ces solutions pourront affecter le plan d'aménagement extérieur, par exemple lorsqu'il est nécessaire de créer un écran sonore tel qu'un talus en bord de route pour un camping.

Anticiper les nuisances générées par l'établissement lui-même

Les équipements extérieurs bruyants sont nombreux dans une structure touristique : tourelles d'extraction d'air de cuisines, compresseurs de chambres froides, cris d'enfants autour d'une piscine... Les zones calmes seront donc positionnées loin de ces sources de bruit ou protégées par des zones tampons. De même qu'un système d'assainissement des eaux usées sera également éloigné au maximum des zones ouvertes à la clientèle, surtout si la dérive de fonctionnement du système peut générer des mauvaises odeurs.

Anticiper les nuisances perçues à l'intérieur des bâtiments

Ne pas oublier que des équipements sont bruyants (chaudières, ascenseurs, ventilateurs-convecteurs...) et que des zones spécifiques génèrent du bruit vers d'autres zones où le calme est nécessaire (couloir vers les chambres, zone de livraison ou de dépôt des déchets vers les chambres ou les emplacements s'ils sont proches, etc).



« Nous avons malheureusement une route bruyante à proximité de l'hôtel. Je me suis adressé à un bureau d'étude acoustique qui a d'abord mesuré les niveaux de bruit en différents points de l'hôtel pour ensuite tester sur un modèle numérique les solutions possibles. Nous avons ensuite sélectionné une protection localisée précisément, en prenant notamment en compte le coût des matériaux, la hauteur, etc. Notre investissement a été vraiment optimisé. »

Un hôtelier de la côte méditerranéenne.

4. Gérer le bruit lorsqu'il est là...

Confiner et réduire les sources de bruits internes

Les zones où sont implantés des matériels bruyants (chaudières, machines à laver...) seront isolées phoniquement. De plus, les bruits engendrés par les équipements placés à l'intérieur ne doivent pas dépasser un certain niveau de pression acoustique dans les pièces principales (35 dB(A)) et dans les pièces dites de service (50 dB(A)). Le niveau de pression acoustique émis par les équipements est tout d'abord fonction des matériels choisis et des précautions prises lors de leur installation au sol et surtout sur les parois. Il peut être ensuite encore atténué par des moyens techniques (manchons résilients, supports antivibratoires, capotages...).

Lutter contre le bruit

Traiter le bruit des activités à la source

Tous les services génèrent du bruit. Au quotidien, quelques écogestes aideront à le réduire.

- Les livraisons, notamment tôt le matin, peuvent occasionner du bruit gênant pour le voisinage ou la clientèle (si le restaurant fait partie d'un hôtel, d'un camping ou d'une résidence). Demander aux livreurs de couper le moteur de leur camion. Si possible et s'ils sont bruyants, couper aussi les compresseurs sur les camions frigorifiques. Si possible aussi, décalez les horaires de livraisons.
- Le système d'extraction d'air peut être une source de bruit gênante pour les clients (dans le cas où le restaurant fait partie d'un hôtel, d'un camping ou d'une résidence) ou le voisinage.
- La plonge est souvent une zone bruyante. Il est reconnu que l'ambiance sonore d'un lieu de travail peut contribuer à la fatigue nerveuse du personnel. Un cadre plus calme améliore en revanche l'efficacité de tous ainsi que l'ambiance de travail.

Procéder à l'isolation acoustique des locaux par les écogestes

L'amélioration du confort acoustique et la lutte contre le bruit constituent une question complexe sur le plan technique mais essentielle pour le bien-être de la clientèle et le confort de travail des salariés. Les actions à entreprendre risquent d'impliquer la réalisation de travaux auxquels il faudra penser lors de la prochaine rénovation. Face à des problèmes de bruit, seule une approche personnalisée est efficace (en particulier pour des sources ponctuelles de bruit). Dans tous les cas, un diagnostic acoustique doit être mené par un spécialiste pour :

- valider, évaluer ou identifier les sources de bruit ;
- identifier les voies de transmission du bruit dans la structure des bâtiments ;
- classer les problèmes par ordre de priorité et sélectionner ou étudier les solutions à mettre en place ;
- éviter d'investir dans des solutions inadaptées ou trop coûteuses.

Au niveau des bâtiments, diverses solutions pourront être mobilisées.

- Zonage acoustique. Outre l'implantation et l'orientation des bâtiments, des zones acoustiques peuvent être différenciées à l'intérieur des bâtiments en fonction des usages des locaux ou des pièces.



Il existe des brochures et des vidéos sur le thème de la réduction du bruit au travail disponibles auprès de votre Caisse régionale d'assurance maladie.

www.cram-sudest.fr

De plus, un guide pratique a été édité par l'Institut National de Recherche et de Sécurité (« Réduire le bruit dans l'entreprise » – ED 208)



Ne pas traiter avec un professionnel ne s'engageant pas contractuellement sur des résultats sonores mesurables après réalisation des travaux.

Eviter les vendeurs de fenêtrage à isolation acoustique offrant un conseil gratuit mais intéressé. La technique qu'ils vous vendent n'est peut-être pas la solution à votre problème. Choisir plutôt un acousticien totalement indépendant vis à vis des solutions préconisées.

Lutter contre le bruit



« Nous avons fait intervenir un acousticien dès le début de la rénovation de notre établissement thermal intégré (comprenant deux hôtels et des thermes). Voici quelques exemples d'améliorations.

- Au niveau des thermes, déplacement de certaines pompes bruyantes en extérieur vers des zones mieux isolées. Certaines d'entre elles ont été immergées au fond des cuves.
- Grâce aux conseils de l'acousticien : choix d'un bon modèle de fenêtre à double vitrage acoustique.
- Modification des cloisons séparant les chambres pour protéger les clients des bruits émis dans les salles de bains voisines (bruit de l'eau qui coule dans les douches ou chasse d'eau par exemple).
- Isolation des moteurs d'un ascenseur qui étaient auparavant trop bruyants. »

M. BROUX - Hôtel de la Paix, Dax. (Source « Mon Hôtel & l'Environnement »)

- Isolation acoustique des parois. Celle-ci consiste le plus souvent en un doublage intérieur des parois concernées, selon la provenance des bruits, au moyen d'isolants non rigides. Pour une isolation en priorité acoustique, l'isolant est choisi en fonction de son indice d'affaiblissement acoustique. L'isolation doit être réalisée en continu car les ponts phoniques deviennent, comme les ponts thermiques vis-à-vis du froid, des points faibles par lesquels arrivent les bruits. La correction acoustique consiste à renforcer le pouvoir d'absorption des parois des locaux jugés trop réverbérants (cantine, gymnase) ou de circulation, au moyen de bois, feutre, flochage...
- Chapes flottantes. Les bruits peuvent être transmis par les murs extérieurs et les parois latérales qui y sont rigidement liées. Il est conseillé, pour de meilleures performances acoustiques et thermiques, de réaliser des chapes flottantes plutôt que des dalles en béton pour les planchers. La chape de béton est dite flottante car elle est désolidarisée des murs par une bande d'isolant, ce qui évite les transmissions solidiennes. Le béton est également coulé sur un isolant. La désolidarisation périphérique des cloisons peut aussi se faire au moyen de joints souples.
- Des fenêtres acoustiques. Une forte épaisseur de vitrage est la meilleure façon de renforcer la performance acoustique d'une fenêtre. Un vitrage monolithique de masse égale offre des résultats supérieurs à un double vitrage. Cependant, les doubles vitrages ont l'avantage de pouvoir concilier isolation thermique et acoustique. Pour renforcer plus particulièrement l'isolation acoustique, le double vitrage doit être constitué de deux vitres d'épaisseur différente. Les liaisons entre la maçonnerie et les menuiseries et l'ajustement entre les ouvrants et les dormants doivent être effectués avec soin, l'étanchéité à l'air des menuiseries participant également fortement à l'isolement acoustique.
- Un système de ventilation silencieux. L'isolement acoustique des entrées d'air peut être choisi selon le niveau à atteindre : 30, 35, 40 ou 45 dB(A) en bruit route. Pour un isolement de 30 dB(A), le choix d'une entrée d'air sur menuiserie ou volet roulant avec « silencieux » suffit. Pour un isolement de 35 dB(A), on ajoute à l'en-

Lutter contre le bruit

trée d'air un capuchon acoustique, placé à l'intérieur ou à l'extérieur. En revanche, pour un isolement de 40 et 45 dB(A), mieux vaut placer les entrées d'air dans le mur extérieur. Il est également possible, pour éviter la pose de bouches d'entrée d'air en façade dans un contexte bruyant, d'installer un système de ventilation double flux, avec (ou sans) récupérateur de chaleur pour préchauffer l'entrée d'air neuf en hiver.

- Désolidarisation des équipements. Les bruits peuvent être à la fois transmis par voie aérienne, notamment par les gaines, et par voie solidienne à travers la structure du bâtiment. Minimiser les bruits mécaniques et aérauliques à la source reste la solution la plus simple pour réduire la pression acoustique. Pour éviter les transmissions par voie solidienne, un équipement au sol susceptible de vibrer peut être posé sur des plots ou un socle anti-vibratiles, un équipement placé sur une paroi peut être désolidarisé de celle-ci au moyen de matériaux élastiques. (Source : Tribu)



L'isolation phonique écologique, matériaux et mise en œuvre. Jean Louis Beaumier. Editions Terre Vivante.

Guide de l'acoustique dans les bâtiments HQE
Convention GIAC ADEME - 60 pages - 2000

Mémento technique du bâtiment : confort acoustique.
CERTU 2007.

Groupement de l'Ingénierie acoustique :
www.cicf.fr/cicf-syndicats/cicf-giac

Centre d'information et de documentation sur le bruit :
www.bruit.fr

Direction Régionale de l'Équipement :
http://www.paca.equipement.gouv.fr/article.php3?id_article=557&var_recherche=bruit

Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire :
www.developpement-durable.gouv.fr

Méthode... Évaluer

Indicateurs de suivi et d'évaluation des performances :

- Taux de satisfaction des clientèles au questionnaire sur le bruit.
- Nombre de plaintes sur le bruit provenant sur le voisinage
- Nombre de postes de travail dont le niveau sonore est bruyant (au-dessus de 85 dB(A) puis par tranche de 5 dB(A) en dessous).



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
ENSEMBLE DE L'ÉQUIPE

OBJECTIFS

OBJECTIF 3
QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Se poser des questions en amont est plus économique !

La non-prévention et la non-adaptation de l'outil de travail coûtent cher :

Le coût direct moyen d'un accident du travail : 2300 euros.

Le coût moyen d'un accident grave avec incapacité : 61000 euros.

Le coût d'un décès : 400000 euros.

Sans compter le coût indirect pour l'entreprise : remplacement du blessé, remplacement du matériel détérioré, perturbation de l'organisation, temps passé à gérer administrativement l'accident...



L'architecte et l'ergonome sont très complémentaires et devraient systématiquement travailler en collaboration lors de la conception des sites. L'un se centre sur le cadre bâti, l'esthétisme, la faisabilité, l'autre appréhende les contraintes de fonctionnement, l'organisation du travail et les besoins qui en découlent. Associé à la conception des plans, l'ergonome travaille sur la prévention des risques professionnels, sur l'adaptabilité du poste de travail et l'accessibilité du site.

L'ergonomie pour améliorer les conditions de travail

Un salarié heureux fait des clients heureux ! Les entreprises du tourisme utilisent déjà l'ergonomie à destination de leur clientèle pour améliorer l'accessibilité globale. Tout est fait pour satisfaire le client et adapter la prestation à ses besoins et ses capacités. La démarche ergonomique peut aussi s'étendre à l'adaptation des postes de travail aux compétences et au potentiel des salariés. L'enjeu est de taille, la qualité de vie au travail offerte par la structure rejaillira sur l'efficacité et la productivité, le confort au travail, la santé des salariés, l'ambiance de travail, le nombre d'accidents et d'arrêts de travail, l'implication des salariés dans l'entreprise, la fidélisation des équipes, l'attractivité de l'entreprise lors du recrutement.

1. Qu'est ce que l'ergonomie ?

On parle beaucoup d'ergonomie pour les objets de notre quotidien : un « siège ergonomique » va donc être adapté à la morphologie de celui qui l'utilise, la cuillère ergonomique pour le nourrisson qui apprend à manger adaptée à sa capacité de préhension... Dans le cadre de l'activité professionnelle, la démarche ergonomique permet d'améliorer la qualité de vie au travail, d'ajuster l'organisation et l'environnement de travail à la personne qui travaille. Elle a pour objectifs d'apporter des solutions pratiques et concrètes à des problèmes concrets :

- réduire les accidents du travail ;
- améliorer la sécurité de tous ;
- répondre à l'obligation légale de prévention des risques professionnels.

2. À quel moment utiliser l'ergonomie ?

La démarche ergonomique peut répondre aux questions d'organisation des locaux dès la conception, lors de la construction, de la rénovation ou même de l'agrandissement d'un établissement. Dans ce cadre, on parle d'ergo-conception. L'ergonomie peut également résoudre le dysfonctionnement des situations de travail, les problé-

L'ergonomie pour améliorer les conditions de travail

matiques liées à la sécurité ou à l'organisation générale, on parle alors d'ergo-management.



Un restaurateur du Béarn et Saoul témoigne

« Dans le cadre de la rénovation de ma cuisine, j'ai lancé une démarche ergonomique qui m'a apporté des solutions dans l'organisation des espaces, la circulation de mon personnel, la gestion du bruit et de la lumière notamment. Mon outil de travail est maintenant plus performant, plus adapté et aussi plus facile à utiliser. Cette démarche m'a également permis de mettre en place mon document unique ainsi que mon plan d'actions de prévention des risques professionnels. »

3. Quelles sont les thématiques traitées par l'ergonome ?

L'ergonomie traite tous les sujets relatifs à l'activité de travail :

- l'architecture du poste de travail (en prenant en considération les normes anthropométriques)
- les postures de travail (quelles sont celles qui peuvent être facteur d'accident du travail ?)
- le port de charge (comment limiter la pénibilité au travail et son impact sur la santé des salariés ?)
- les zones de circulation (sont-elles suffisamment larges ? suffisamment anti-dérapantes ?)
- les modes de communication (sont-ils efficaces et permettent-ils de mener à bien l'activité ?)
- l'ambiance thermique, sonore, lumineuse (est-elle adaptée à l'activité de travail à réaliser ?)
- l'utilisation de produits dangereux (comment utiliser ces produits ? est-il possible de les remplacer par des produits moins dangereux ? les procédures sont-elles respectées ? comment limiter les risques pour la santé ?)
- les interactions entre les services et le mode organisationnel de la structure (ont-ils un lien avec les difficultés ressenties ? quelles solutions apporter ?)
- le stress (quelles peuvent être les sources de mal être ?)

4. Quelle méthode appliquer ?

Le diagnostic de l'établissement est établi grâce à l'expertise d'un ergonome. Il analyse l'organisation et l'activité de travail. Ce type de démarche s'effectuera **en collaboration avec les salariés** : ils seront **consultés** sur leur activité et **observés** afin de collecter le maximum d'informations. Ce fonctionnement permet d'identifier l'ensemble des contraintes de travail.

Les actions seront plus constructives et plus productives avec une forte implication des salariés : ce sont eux qui connaissent le mieux leurs postes et les procédures employées ; ce sont eux qui sont à même d'expliquer les difficultés qu'ils rencontrent, les outils dont ils ont besoin et qui seront les utilisateurs des futures installations ou de la nouvelle organisation.



L'ergonomie pour améliorer les conditions de travail



La DRTEFP

www.sdtefp-paca.travail.gouv.fr

Le Conseil Régional

www.regionpaca.fr

La CRAM

www.cram-sudest.fr

5. Y a-t-il des aides ?

- L'**Association Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail** accorde des aides au conseil dans le cadre d'un travail sur la prévention des risques professionnels (ergonomie, diminution des accidents du travail et des maladies professionnelles, diminution des troubles musculosquelettiques, risques psycho-sociaux, stress au travail...).
- La **Caisse Régionale d'Assurance Maladie** propose un contrat de prévention ouvrant droit, par exemple, à des aides à l'investissement, des aides au conseil ou à la formation selon la part accordée dans le projet à l'amélioration des conditions de travail et à la prévention des risques professionnels.



Droit du travail

Légifrance

www.legifrance.gouv.fr

Risques professionnels

INRS (Institut National de Recherche et de Sécurité)

www.inrs.fr

ARACT - Associations régionales pour l'amélioration des conditions de travail

www.anact.fr/aract/actmed

Bureau International du Travail (BIT)

www.ilo.org/public/french

Bibliographie

Guide pratique pour l'amélioration des conditions de travail dans l'hôtellerie et la restauration (UMIH Région Aquitaine conception François-Tourisme-Consultants). 2006

Filmographie

Film pédagogique « la démarche ergonomique dans l'hôtellerie et la restauration » produit par la CRAM Aquitaine, le SST de Périgueux et l'UMIH Dordogne. 2003

L'entreprise solidaire

L'économie dite solidaire est une forme d'économie se développant parallèlement aux lois traditionnelles du marché. Privilégiant les valeurs sociales et l'implication locale à la notion de profit, ce modèle de développement intègre notamment le commerce équitable ou l'insertion par l'activité économique. Les entreprises du secteur touristique, par leurs retombées dans de multiples domaines et par leur vocation sociale intrinsèque, sont particulièrement prédisposées à ce type de croissance. Faire du tourisme un instrument de développement local et équitable, permettant aux visiteurs, aux riverains autant qu'aux collaborateurs de s'épanouir, voici donc le type d'enjeux que devront relever les entreprises touristiques solidaires.



1. Pratiquer un recrutement responsable

- Respecter l'égalité des chances homme-femme et prohiber la discrimination envers des publics en situation défavorisée vis-à-vis de l'emploi : handicapés, étrangers, seniors, anciens détenus...
- Choisir l'insertion pour mes recrutements : l'entreprise peut devenir un tremplin pour les personnes connaissant des difficultés d'accès au marché du travail. Dans le secteur du tourisme, l'insertion peut aussi constituer un outil pour contourner les difficultés de recrutement.
- Favoriser la requalification des demandeurs d'emploi, l'insertion des jeunes, les travailleurs handicapés...
- Un chantier de construction ou de réhabilitation d'hébergement touristique peut offrir des opportunités d'activités à des personnes jusque-là exclues du marché du travail.

2. Être solidaire envers mes collaborateurs

La notion d'entreprise solidaire rejoint celle d'entreprise responsable. Concernant mes employés, plusieurs principes peuvent être appliqués :

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
DIRECTION DES RESSOURCES
HUMAINES
CHEF D'ÉQUIPE

OBJECTIFS

OBJECTIF 4
ÉQUITÉ SOCIALE



Les GEIQ (Groupements d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification) sont des groupements d'entreprises qui, pour résoudre leurs problèmes de recrutement, parient sur le potentiel des personnes en difficulté d'accès à l'emploi. Ils embauchent directement les publics ciblés (jeunes sans qualification, demandeurs d'emploi de longue durée, bénéficiaires du RMI...) puis les mettent à disposition des entreprises adhérentes en organisant une alternance entre apprentissage théorique et situations de travail concrètes.



Une grande brasserie d'Amiens a misé sur le potentiel d'une personne de 50 ans éloignée de l'emploi depuis 2 ans, en situation précaire (logée dans un foyer après plus d'un an sans domicile fixe). C'est un groupement d'employeurs, un GEIQ, qui emploie cette personne puis la met à la disposition de la brasserie. L'entreprise n'endosse pas seule le risque employeur et elle est rassurée par la mise en œuvre d'un accompagnement social. « Aujourd'hui le salarié donne entière satisfaction – il est sérieux, travailleur et jamais absent. »

L'entreprise solidaire



« Favoriser la mobilité des jeunes en leur proposant un terrain d'accueil pour une première expérience internationale d'un an est une des responsabilités du Centre Azur qui accueille ainsi trois volontaires chaque année. Ceci ne peut se faire que si les jeunes sont préparés au départ par le partenaire et accueillis dignement localement, non seulement du point de vue matériel – chambre seule et restauration garantie – mais aussi par le respect de la culture d'origine ce qui peut entraîner des aménagements dans les rythmes de travail par exemple. Le tutorat, la formation professionnelle et linguistique, sont également des nécessités intégrées à notre charte d'accueil. »

François Seidenbinder,
de Centre Azur, Var

- anticiper et aménager le poste de travail en fonction du personnel recruté : offrir des jours de congés différents selon la confession de l'employé, adapter les repas en fonction des employés, offrir des outils de travail adaptés si l'employé présente un handicap...
- en cours de carrière, promouvoir la formation de mes employés pour favoriser leur évolution professionnelle et privilégier un recrutement en interne pour les postes à responsabilité ;
- si mon entreprise n'est pas légalement tenue d'avoir un comité d'entreprise, rien ne m'empêche de faire bénéficier mes employés d'avantages similaires : mutuelle, garde d'enfants, épargne salariale...

3. Favoriser l'accessibilité à tous

Si l'idée de solidarité envers mes clients peut sembler paradoxale, le client choisissant habituellement son lieu d'hébergement, certains publics peinent plus que d'autres à trouver un logement pendant les vacances :

- participer à des opérations de vacances pour tous : opération Bourse solidarité vacances par exemple ;
- anticiper la loi et adapter l'établissement aux normes d'accueil handicapés : largeur des couloirs, rampes d'accès, sanitaires et douches... Et pour aller vers le label Tourisme et Handicap, intégrer les pré-requis du label dès la phase de conception.



L'association « Tourisme et Handicaps » (ATH) a été créée en 2001 et est chargée d'assurer la coordination nationale du label. Ce label a pour but d'informer clairement et objectivement les personnes handicapées et leurs proches sur l'accessibilité aux sites, équipements, hébergements touristiques, restaurants... afin qu'ils puissent disposer des prestations mises à leur disposition avec le plus d'autonomie possible.

Le label « Tourisme & Handicaps » concerne les quatre types de handicap :

- La déficience motrice
- La déficience visuelle
- La déficience auditive
- La déficience mentale

Le label représente un engagement de qualité dans la

L'entreprise solidaire

prestation touristique proposée et permet à l'entreprise d'être répertoriée sur le site de Maison de la France. Les différents logos du label indiquent clairement quels handicaps sont concernés par les équipements mis à disposition dans les lieux où ils sont affichés. Les professionnels doivent s'adresser à l'instance régionale ou départementale « Tourisme et Handicaps » pour effectuer une demande de label. Après visite des évaluateurs et instruction du dossier, le label peut être accordé pour un, deux, trois ou quatre handicaps, pour une durée de 5 ans.

Informations complémentaires sur www.tourisme-handicaps.org

4. Créer des liens avec ma communauté d'accueil

Etre solidaire avec mon territoire, c'est pour l'entreprise jouer un rôle de moteur économique du développement local : favoriser l'embauche de personnel local, m'approvisionner chez des distributeurs proches et acheter des produits locaux, établir des partenariats avec les prestataires de services de la région et communiquer sur les activités locales (Voir fiche **MC10** **Créer des liens multiples avec le territoire**)... Mais aussi m'engager en faveur de l'épanouissement social local et :

- développer l'offre d'activités et de loisirs pour les habitants ;
- établir des partenariats avec des associations locales (scolaires, seniors, insertion...).



Je dispose d'espace, de personnel formé ? Je peux parrainer des jeunes en difficulté d'insertion, mettre mon établissement à disposition pour la réalisation d'un évènement, donner le matériel dont je n'ai plus besoin...

5. Soutenir les démarches solidaires

Par le choix de mes partenaires commerciaux, j'influe directement sur le développement d'une économie dite solidaire : placements financiers solidaires, produits certifiés issus du commerce équitable (Voir la fiche **MC22** **Achepter éco-responsable**), mise en place de partenariats avec des associations caritatives...

6. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Epanouissement des collaborateurs (meilleure efficacité) et fidélisation grâce à ma politique solidaire.
- Atout marketing : gain d'image à valoriser auprès des



La Région, Direction de l'emploi, de la solidarité sur www.regionpaca.fr

Portail emploi formation PACA
www.emploiinformationpaca.org/employeur/

Sur la discrimination et l'insertion :

- Les groupements d'employeurs pour l'insertion et la qualification www.geiq.net

- Le comité national des entreprises d'insertion

www.cnei.org

Sur l'accessibilité :

- www.handicap.gouv.fr

- Association Tourisme et Handicaps www.tourisme-handicaps.org

Les relais locaux du label

Tourisme & Handicaps :

- Direction Régionale du Tourisme, 04 91 59 91 91 ou DRT-PACA@tourisme.gouv.fr

- ADT Alpes-de-Haute-Provence

- CRT Riviera Côte d'Azur

- CDT Bouches-du-Rhône

- CDT Var

- CDT Vaucluse

- Conseil général des Hautes-Alpes

Sur les vacances pour tous :

- L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances, brochure Chèques Vacances

www.ancv.com

- La Bourse Solidarité Vacances, brochure BSV

www.bsv-tourisme.fr

Sur les fournisseurs et prestataires équitables et solidaires

- www.finansol.org pour les placements financiers solidaires

- la plateforme du commerce équitable

www.commerceequitable.org

Sur la formation professionnelle :

- Portail de la formation professionnelle

www.formaguide.com

- AFPA

www.afpa.fr/region/paca/PACA.html

- Centre National des Arts et Métiers www.cnam-paca.fr

L'entreprise solidaire

clientèles, mise en place de partenariats et de tarifs préférentiels avec des partenaires locaux.

- Fidélisation de la clientèle qui demande toujours plus de personnalisation des services et qui se sentira mieux prise en compte dans le cadre d'un accueil solidaire.
- Amélioration de l'image et dynamisation du territoire d'accueil (offre d'activités, de services, de transports) et création d'un pôle de compétences local (artisanat, formation, sport, art).



Sur la discrimination et l'insertion :

- Articles L1131-1 à L1134-5 du Code du travail

- La Haute Autorité pour la Lutte contre les Discriminations et pour l'Égalité, www.halde.fr, et son Guide pour les PME, les TPE et l'artisanat (<http://www.halde.fr/-Brochures-.html>)

- Le Conseil National pour l'Insertion par l'Activité Economique : www.cniae.gouv.fr

- <http://www.stop-discrimination.info/881.0.html>

- Label Diversité sur www.afaq.org, rubrique Nos Services

Sur l'égalité des chances :

- Articles L1141-1 à L1146-3 du Code du travail

- www.egaliteprofessionnelle.org

- www.avecegalite.com

- Label Egalité professionnelle sur www.afaq.org, rubrique Nos Services

Sur l'accessibilité :

- La loi dite « handicap » du 11 février 2005 (loi n°2005-102, JO n°36 du 12 février 2005) et l'arrêté du 21 mars 2007 (application des articles R. 111-19-8 et R. 111-19-11 du code de la construction et de l'habitation) imposent la mise en accessibilité des établissements existants avant 2015

- Décret n° 2006-555 du 17 mai 2006 relatif à l'accessibilité des établissements recevant du public, des installations ouvertes au public et des bâtiments d'habitation et modifiant le code de la construction et de l'habitation

- Ressources documentaires : <http://www.cg05.fr/index.php?id=487>

Sur la solidarité internationale :

- Semaine de la solidarité internationale : www.lasemaine.org

- Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire : www.tourisme-solidaire.org

Et aussi le guide des associations de l'économie sociale : www.gaes.org pour mettre en place des partenariats ou encourager les collaborateurs à s'engager.

Voir les fiches :

MC22 Acheter éco-responsable

MC10 Créer des liens multiples avec le territoire

MC16 Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets

Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets

La production de déchets est un impact environnemental majeur des entreprises touristiques. Optimiser leur gestion constitue souvent l'une des premières étapes d'une démarche environnementale en s'appuyant sur plusieurs principes : réduire, réutiliser, recycler. Il est essentiel d'orienter chaque type de déchets vers une filière de traitement adaptée et conforme à la réglementation. Gérer efficacement les déchets nécessite la mise en place d'une organisation particulière pour assurer la séparation des déchets, faciliter leur manipulation et minimiser les risques de pollutions accidentelles, le tout en garantissant la traçabilité des déchets jusqu'à leur destination finale de traitement.



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 9
RÉDUCTION DES POLLUTIONSOBJECTIF 8
UTILISATION MAÎTRISÉE DES
RESSOURCES NATURELLES

1. La feuille de route pour moderniser son plan de gestion des déchets

Étape 0 : réduire la production de déchets

Bien éliminer les déchets, c'est bien. Accroître leur valorisation par le recyclage, le compostage ou le réemploi, c'est mieux. Et réduire globalement les quantités de déchets produites, c'est encore mieux ! Cette démarche s'appuie sur une révision des pratiques d'achats en réduisant et abandonnant si possible les produits jetables, les suremballages et portions individuelles. Au niveau de la préparation culinaire en restauration, il s'agira aussi de réduire les pertes matières et de travailler de façon plus économe.

Voir la fiche **MC22** Achats éco-responsables

Étape 1 : identifier son gisement

Essayer de connaître au mieux la production de déchets de l'établissement :

- Quelle est la nature des déchets produits ?
- Quelles sont les quantités en jeu (totales et par type de déchets) ?



Quelques définitions :

Valorisation : le réemploi, le recyclage ou toute autre action visant à obtenir des matériaux réutilisables ou de l'énergie (seule voie d'élimination pour les emballages).

Élimination : Ensemble des opérations de collecte, transport, regroupement, tri, valorisation, traitement, stockage des déchets ultimes.

Traitement : réduction dans des conditions contrôlées du potentiel polluant initial des déchets et / ou du flux de déchets à mettre en décharge.



→ Vérifiez que les déchets confiés à des collecteurs sont bel et bien traités efficacement dans un centre agréé. A chaque intervention ou enlèvement, exigez l'utilisation d'un bordereau de suivi des déchets (même pour les déchets banals) en trois volets qui en assure la **traçabilité** : un volet pour le producteur et responsable du déchet (votre entreprise), un pour le transporteur et un pour le centre de traitement. Votre volet doit vous revenir tamponné par le centre de traitement. Conservez précieusement ces documents.



→ Principes d'aménagement et de fonctionnement de la zone ou du local dédié à la gestion des déchets :

- localisation à l'interface entre l'intérieur et l'extérieur de la propriété (la plupart des collecteurs ne rentrent pas) ;
- localisation sur le parcours entrée - sortie dans les campings, gîtes, villages vacances et résidences ;
- qualité : soigner l'esthétique et l'intégration visuelle, dissimuler l'intérieur ;
- prévoir un point d'eau pour le nettoyage et le lavage des mains des utilisateurs, éventuellement disposer des lotions antiseptiques sans rinçage ;
- prévoir un siphon de sol raccordé au réseau de collecte des eaux usées ;
- sol : imperméable ;
- ajuster le plan de masse aux équipements de collecte (consulter le collecteur) ;
- se donner la possibilité d'évoluer : comment la zone devrait-elle évoluer si les équipements de collecte changeaient ou si la capacité d'accueil de l'établissement augmentait ?

Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets

Étape 2 : déterminer les filières de valorisation

- Quels services de collecte des déchets propose la collectivité (Mairie, Syndicat intercommunal...) ? Quels matériels la collectivité utilise-t-elle ? Quelles sont les fréquences de passage ? Quels services aux professionnels existent au niveau de la déchèterie ? Où la collecte doit-elle s'effectuer ?
- Quels services proposent les prestataires privés de collecte des déchets ? Quels déchets peuvent-ils faire recycler, valoriser ou traiter convenablement ? Quels matériels utilisent-ils (bacs, bennes, compacteurs, écobox...) ?

Étape 3 : concevoir, aménager ou adapter la zone unique de dépôt et de collecte des déchets

Une bonne gestion des déchets implique la création ou l'amélioration d'une zone spécialement dédiée (aire ou local). Pour être fonctionnelle, elle doit respecter plusieurs critères (voir encart).

Étape 4 : installer les équipements de collecte séparative

Pour les déchets banals, tous les équipements doivent être installés au même endroit. Les conteneurs de tri ne doivent pas être plus éloignés que ceux dédiés aux déchets non valorisables. Tous les points de regroupement à l'intérieur du site sont à supprimer.

Étape 5 : implanter des équipements de tri sur chaque point de production de déchets

- Mettre des poubelles de tri à l'intérieur de la structure et choisir les matériels avec le personnel concerné : cuisine, étages, bar, réception...
- Implanter également des équipements de tri dans les activités en gérance : commerces et boutiques, points de restauration...
- Confier des équipements de tri individuels aux clients dans les structures où ceux-ci sont autonomes dans la gestion de leurs déchets (tente, caravane, HLL, mobile home, appartement, gîte...) ou aux exposants pour les palais des congrès (cabas, sacs transparents colorés, caissettes, poubelles compartimentées...).

Étape 6 : informer intensivement tous les producteurs de déchets

- Créer une signalétique et utiliser des outils d'information visuelle (sacs et poubelles de couleur, affichettes, autocollants, guide de tri...).

Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets

- Former le personnel aux consignes de tri (au lancement de la démarche et à chaque recrutement).
- Informer activement la clientèle et les structures en gérance sur le site.

2. Les critères de réussite d'une politique de tri et de valorisation des déchets

- Couvrir tous les types de déchets produits par l'établissement.
- Assurer une gestion irréprochable de la zone de dépôt (propreté, rangement).
- Offrir partout une solution de tri à la source.
- Code couleur : une couleur par flux de déchets, de la source à l'équipement de collecte.
- Rappeler les consignes de tri à chaque étape.
- Assurer une communication orale sur le tri (notamment à l'arrivée).
- Sensibiliser les clients et le personnel grâce à des animations pédagogiques et ludiques.

3. Valoriser sur site les déchets organiques

Dans les gîtes ou hébergements locatifs des campings, les clients ont la possibilité de cuisiner sur place. Les déchets issus de la préparation des repas sont de nature organique et peuvent être traités simplement sur place par compostage. Les équipes en cuisine sont aussi concernées. Pour inciter les clientèles à pratiquer le compostage « domestique » pendant leurs vacances, il convient de suivre les recommandations suivantes :

- mettre à disposition un composteur individuel (dans le jardin ou sur l'emplacement). Les silos à compost s'intègrent facilement ;
- mettre à disposition un petit seau au niveau du coin cuisine et un lot de sacs en « plastique » biodégradable (en amidon) ;
- expliquer les consignes de tri des déchets organiques (en mettant à disposition une brochure d'information et par une affichette derrière l'une des portes de placard de la cuisine) ;
- surveiller le bon déroulement du compost (arrosage notamment) ;
- utiliser le compost au jardin : c'est un amendement de qualité pour la terre. Il renforce le stock d'humus dans le sol et améliore sa fertilité. Il favorise ainsi la vie du sol.



→ Confier ses déchets d'équipements électriques et électroniques triés à un prestataire spécialisé ou à la déchèterie locale.

→ Confier ses huiles de friture à un prestataire spécialisé ou à la déchèterie locale.

→ Confier les cartouches et toners d'impression aux éco-organismes, aux fournisseurs ou aux déchèteries.



→ Un espace dédié aux déchets dangereux doit être créé, de préférence dans un local à accès réservé. Les déchets y sont triés et identifiés. Eventuellement, des bacs de rétention recueilleront les fuites.

→ Déchets dangereux à conserver dans un espace dédié : piles et accumulateurs, restes de peinture et divers produits chimiques et phytosanitaires, huiles usagées, déchets d'équipements électriques et électroniques...



Placer un silo à compost non loin des cuisines pour y déposer les déchets organiques issus de la préparation des repas.



Valoriser des déchets organiques par compostage : les avantages

- En allégeant les quantités de déchets transportés, la facture déchets est aussi allégée grâce au compostage sur site.
- Le compost remplace les engrais synthétiques à acheter.
- Renforcement du stock d'humus du sol, alimentation des plantes de façon continue, amélioration des propriétés physiques du sol (meilleure circulation de l'air et conservation de l'eau). Tout ceci réduit les risques de maladies des plantes et donc les achats de traitements chimiques.
- Technique à l'image très écologique valorisante/valorisable auprès de la clientèle.



Guide régional du recyclage et de l'élimination des déchets
Provence Alpes Côte d'Azur
www.guide-recyclage-paca.com

Clic'ADEME entreprises : **kit de communication sur le tri des déchets** (Réf. : 4994)

Guide ADEME : <http://www.ademe.fr/particuliers/Fiches/compost/index.htm>

Eco-emballages
www.ecoemballages.fr

Informations sur la gestion des déchets : **conseiller environnement de votre CCI.**

Site grand public d'information
www.compostage-au-jardin.org

Liste des composteurs dotés du label NF-Environnement
www.marque-nf.com

Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets

Les composteurs sont vendus dans les jardinerias, les quincailleries et les grandes surfaces. Ils sont parfois proposés par les collectivités locales dans le cadre d'opérations de promotion du compostage individuel. Choisissez de préférence la marque NF-Environnement « composteurs individuels de jardin », qui vous apporte des garanties sur la qualité du matériel.

Réglementation

Obligations générales des entreprises

Tout producteur de déchets est :

- responsable de l'élimination de ses déchets.
- obligé d'assurer ou de faire assurer cette élimination en évitant des nuisances sur l'environnement.
- obligé de valoriser les déchets qui peuvent l'être.
- en particulier, soumis à l'obligation de tri et de valorisation des déchets d'emballage dès que la production hebdomadaire dépasse 1 100 litres.

Solutions

- Recourir au dispositif de collecte séparative et de recyclage mis en place par la collectivité (mairie, communauté d'agglomération...).
- Recourir aux services d'un opérateur privé. Un contrat écrit est alors obligatoire, ainsi que l'enregistrement de la nature et des quantités des déchets collectées, de façon à faciliter les contrôles.

Les collectivités locales et les déchets des entreprises

En matière de gestion des déchets, les obligations légales des collectivités sont :

- assurer l'élimination des déchets des ménages (pas d'obligation concernant ceux des entreprises) ;
- faire payer les entreprises en fonction du service rendu, grâce à une redevance spéciale dont le montant dépend de la quantité et de la nature des déchets collectés ;
- éliminer les déchets dans de meilleures conditions pour l'environnement. Conséquence de la mise en place de la redevance spéciale pour les entreprises commerciales :
- à l'avenir, forte augmentation des coûts d'élimination des déchets à prévoir ;
- le prix de l'élimination des DIB non triés sera largement supérieur à celui des déchets recyclables triés à la source en vue d'une valorisation ;
- la collectivité est à considérer comme un prestataire de service, à comparer à des opérateurs privés.

Trier ses déchets aujourd'hui, c'est payer moins cher l'élimination de ses déchets demain.



La mobilité durable

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
DIRECTION DES RESSOURCES
HUMAINES

OBJECTIFS

OBJECTIF 9
RÉDUCTION DES POLLUTIONSOBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La majorité des émissions de gaz à effet de serre liées à l'activité touristique proviennent des transports. Ceux-ci sont aussi sources de nuisances pour les clients et les voisins (bruit, pollution de l'air ambiant, congestion des routes...). Le développement d'un tourisme dit durable demandera donc une nouvelle approche des modes de transport, à la fois pour l'acheminement des visiteurs mais aussi pour leurs déplacements pendant leur séjour. Les trajets des employés vers leur lieu de travail et sur le site de l'entreprise entrent aussi dans le périmètre d'action.

1. Se déplacer sur le site de l'entreprise

Si l'établissement est implanté sur un grand terrain, organisé en plusieurs bâtiments, la circulation sur le site peut nécessiter l'utilisation de véhicules : répartition de l'approvisionnement, transport des bagages, acheminement des personnes à mobilité réduite... Dans ce cas, avec des distances faibles à parcourir, des solutions alternatives sont possibles, pour le déplacement des collaborateurs et des clients :

- par l'encouragement en priorité de l'usage de modes de déplacement doux ;
- par l'utilisation de véhicules motorisés, mais dans ce cas ne pas hésiter à investir :
 - dans des voitures ou voiturettes électriques ou hybrides ;
 - des segway, moyen de transport, pour une personne, électrique et auto-équilibré ;
- par un mode plus alternatif en ayant recours à des triporteurs dont certains sont à assistance électrique. Ils permettent de transporter du matériel tout en diminuant les temps de trajet parcourus à pied ;
- en cantonnant les voitures des clients à l'entrée du site, sur un parking aménagé pour limiter la circulation sur le site.



Pourquoi ne pas proposer aux conducteurs une formation d'éco-conduite ? Style de conduite basé sur une sollicitation modérée du véhicule, l'éco-conduite permet de réduire jusqu'à 10 % de la consommation d'un véhicule. En effet, si l'aspect matériel est essentiel, la façon de se servir d'un véhicule est aussi déterminante. En prêtant attention à certains détails, le conducteur peut lui aussi apporter une contribution importante à la réduction de la consommation de son véhicule.

La mobilité durable



Si j'encourage mes collaborateurs à utiliser des vélos pour se rendre sur leur lieu de travail, je dois prévoir un garage ou un emplacement pour qu'ils puissent les ranger en toute sécurité ! Prévoir également des douches pour les collaborateurs qui utilisent le vélo.



Travailler en partenariat avec l'office de tourisme afin de proposer des forfaits « hébergement + transport » à vos clients ? En favorisant le train et en regroupant les arrivées, il est possible de mutualiser une navette pour aller chercher les clients. La réduction de pollution sera réelle.



Le personnel en charge de l'accueil téléphonique doit être en mesure de fournir toutes les informations pratiques sur les transports collectifs mais il peut également être chargé d'encourager avec tact les clients à laisser leur voiture à la maison pendant les vacances ou éventuellement de proposer du « parking mort » (laisser leur voiture garée en sécurité) pour la durée de leur séjour.

2. Acheminer les collaborateurs sur leur lieu de travail

Pour les trajets domicile-travail des salariés, l'entreprise, en fonction de sa taille, peut avoir intérêt à mettre en place des mesures spécifiques :

- réaliser un plan de déplacements entreprise (PDE), éventuellement inter-entreprises. Bien conçu, il permet de réduire en moyenne de 15 % sur trois ans le nombre de déplacements en voiture vers le site concerné ;
- encourager les transports alternatifs par rapport à l'auto-solisme (une seule personne par véhicule) : ramassage collectif d'entreprises, co-voiturage entre employés d'entreprises proches, transports en commun (participation aux abonnements des salariés), vélo (mise à disposition, achat groupé, accord avec un loueur de vélo...), marche à pied ;
- recruter du personnel résidant à proximité ;
- mettre en place une gestion des stationnements en concertation avec l'ensemble des collaborateurs dissuadant le recours à la voiture individuelle et encourageant les modes doux (parc à vélos le plus proche de l'entrée...).

3. Acheminer les clients sur leur lieu de séjour

Agir sur l'acheminement des clients depuis leur domicile jusqu'à leur lieu de séjour représente une réelle opportunité de réduire les impacts sur le changement climatique mais aussi sur la congestion des routes et la sécurité :

- communiquer sur mon site Internet ou mes brochures autour des possibilités de desserte en transports en commun : correspondances depuis les principales gares, compagnies, horaires, tarifs...
- offrir d'acheminer les clients entre la station la plus proche et le site d'hébergement et pourquoi pas en véhicule électrique !
- avoir des accords avec les entreprises de transport : formule séjour + transport (train, bus, taxis...) à tarif préférentiel ;
- faire une centrale de transport collective avec les autres prestataires locaux (campings, gîtes...) ;
- nouer des partenariats avec des loueurs de véhicules pour les personnes qui viendraient en train par exemple.

La mobilité durable

4. Transporter les clients pendant leur séjour

Que les clients arrivent en voiture ou en transports en commun, ils apprécieront des solutions alternatives pour se déplacer et se promener durant leur séjour :

- mettre des vélos, trottinettes, rollers à disposition des clients pour leurs déplacements de proximité ;
- passer des accords avec les prestataires de transport et obtenir des tarifs préférentiels pour vos clients ;
- fournir des systèmes de transport collectif à partir du site si votre volume de clientèle le permet ;
- mettre à disposition des guides et prospectus sur les itinéraires de circulations douces : voies vertes, véloroutes et itinéraires cyclables, sentiers piétons ou encore circuits équestres, etc, tant pour la promenade que pour rejoindre les points d'intérêt touristique (centre du village, musée, parc récréatif...) ;
- informer les clients des points d'intérêt touristique accessibles par les transports publics ou en vélo.



En ville, j'encourage mes clients à prendre des transports collectifs en leur offrant quelques trajets. Et je profite aussi de la vague des vélos en libre accès (Marseille, Aix-en-Provence, Cannes...) pour offrir un abonnement à mes clients et une visite différente de la ville ! Des hôtels vont même jusqu'à proposer des vélos à assistance électrique équipés d'un GPS à leurs clients.



En plus d'un espace pour ranger les vélos, il faudra prévoir pour les clients l'équipement nécessaire : antivol, casques, pompes à vélos, porte-bébé... Disposer d'une gamme complète de vélos, toutes tailles, tous sexes est primordial mais prévoir aussi des « tagalone » (demi-vélo enfant adaptable sur un vélo adulte), des tandems très utiles pour faire circuler les non ou mal voyants, des tricycles pour ceux qui ont un équilibre approximatif. En cas de transport des clients par mon établissement (entre la gare et l'hôtel par exemple), le prix de la course doit être inclus dans la prestation globale de l'hôtel et non pas réglé indépendamment. Sinon, le transport est considéré comme professionnel, avec la responsabilité qui en découle.

5. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Le développement de la gamme de services de l'établissement.
- Une démarche valorisable auprès des clients et dans un plan de développement durable.
- La réduction du poste des carburants.



Toute activité humaine, quelle qu'elle soit, engendre directement ou indirectement des émissions de gaz à effet de serre. Afin d'agir, il est nécessaire d'établir un bilan pour connaître ses marges de manœuvre. La méthode Bilan Carbone® a été développée par l'ADEME pour comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre de toute organisation. Cette démarche est très instructive pour analyser les achats du point de vue de leur contribution au changement climatique.

Pour en savoir plus : [www.ademe.fr / Domaines d'intervention / Changement climatique / Entreprises](http://www.ademe.fr/Domains_d'intervention/Changement_climatique/Entreprises)



www.voyages-sncf.com

Les Conseils généraux, autorités organisatrices de transports :

www.cg13.com

www.cg84.com

www.cg83.com

www.cg06.com

www.cg04.com

www.cg05.com

Pour les Bouches-du-Rhône, portail des transports :

www.lepilote.com

AF3V (véloroutes et voies vertes) :

www.af3v.org

Association pour l'éco-conduite :

www.ecodrive.org

www.eco-drive.ch/

go.cfm?homefr

Sites de co-voiturage :

<http://ecole-et-nature.solution-covoiturage.com/>

www.123envoiture.com

www.covoiturage.fr

Les possibilités de véhicules électriques :

www.amazing-golf-car.com

www.segway.fr

La compensation carbone

www.compensationco2.fr

CO₂ Solidaire, à Aubagne

www.co2solidaire.org



« Certains clients viennent avec leur propre vélo mais sinon j'en propose sur place ainsi que des circuits VTT ou VTC. C'est toujours une agréable surprise, notamment pour les familles ! Durant un séjour, elles en redemandent souvent pour le contact avec la nature. »

Florian PASCAL, chambres d'hôtes à la ferme Le Moulin Brun, Aubenas-Alpes (04)



Gaz à effet de serre (GES) : ensemble de gaz émis par les activités humaines, qui contribuent à augmenter le « forçage radiatif » de l'atmosphère, donc son réchauffement et les évolutions climatiques qui en découlent. Le plus connu des GES est le CO₂ ou dioxyde de carbone mais on peut aussi citer le méthane ou la vapeur d'eau par exemple.

Le saviez-vous ?

- En France, 6 % du total des émissions de GES sont dus aux déplacements touristiques. (Source : TEC)
- 75 % des touristes utilisent leur voiture pour partir en vacances, comptant pour 36% des émissions de GES dues aux déplacements touristiques. (Source : TEC)
- Grâce à l'éco-conduite, les conducteurs peuvent utiliser jusqu'à 10 % de carburant en moins. (Source : www.ecodrive.org)

La compensation carbone

En dernier recours, lorsqu'il n'est pas possible d'éviter un déplacement en avion, en voiture ou même en train, les émissions de CO₂ générées par ce déplacement peuvent être compensées volontairement. Pour cela, des organismes proposent aux particuliers comme aux entreprises de soutenir financièrement des projets visant à réduire les émissions de CO₂ dans des pays du sud. La contribution financière est proportionnelle à la quantité de CO₂ émise par le déplacement. → <http://www.compensationco2.fr/servlet/KBaseShow?sort=1&cid=96&m=3&catid=14263>

Les Plans de Déplacements Entreprise (PDE)

La mise en place d'un Plan de Déplacements Entreprise (PDE) est une démarche volontaire du directeur d'établissement qui vise à rechercher puis à mettre en place les mesures permettant de rationaliser les déplacements des salariés, que ce soit entre le domicile et le lieu de travail ou dans le cadre professionnel, et à favoriser le développement des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle (transports en commun publics, transports en commun dédiés, covoiturage, vélo).

→ <http://www.plan-deplacements.fr/servlet/getDoc?id=33875&m=3&cid=17275>

Dans les zones où les activités touristiques sont concentrées, il est possible de développer un PDE inter-entreprises, permettant à plusieurs établissements de mutualiser leurs moyens pour proposer des solutions aux salariés (navette ou garage à vélos communs par exemple).

Évaluer

Pour évaluer mes actions en faveur d'une mobilité plus durable je peux suivre :

- la part des clients qui arrivent en voiture/ en train... (en %) ;
- la part d'employés qui viennent travailler en voiture/ en train... (en %) ;
- le nombre de kilomètres effectués par jour par mes salariés en fonction du moyen de transport.

L'éco-communication

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
RESPONSABLE COMMERCIAL
CHARGÉ DE COMMUNICATION

OBJECTIFS

OBJECTIF 8
UTILISATION MAÎTRISÉE DES
RESSOURCES NATURELLES

OBJECTIF 9
RÉDUCTION DES POLLUTIONS

OBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Réaliser ses supports en papier écolabellisé et imprimer moins, c'est bien. Dans ce cas, il est nécessaire de vérifier la cohérence entre le message véhiculé et la politique de communication menée par l'entreprise. A l'inverse, ne pas adopter de démarche écologique pour la communication alors que l'établissement promeut de manière active le développement durable risque de dévaloriser son engagement. La politique environnementale et les principes d'éco-conception appliqués au secteur de la communication permettent de communiquer différemment, à efficacité égale, de rendre cohérents discours et actes, messages et actions, leur donner plus de sens et de valeur ajoutée.

1. Identifier mes besoins

« Éco-communiquer » implique une approche nouvelle du métier et, plutôt qu'un travail dans l'urgence, une réflexion en amont et globale. Elaborer un état des lieux des outils et actions de communication actuels et des objectifs nouveaux à atteindre permet d'élaborer un cahier des charges adapté et rigoureux où inclure des exigences environnementales.

- Recenser l'ensemble des supports de communication de l'entreprise : cartes de visite, plaquettes, tracts, affiches sur site, brochures, courrier, journaux, site internet...
- Distinguer plusieurs catégories, en fonction du positionnement de l'entreprise (gamme, type de clientèle...), des objectifs visés et de la typologie des informations à transmettre (traduction/langues étrangères, durée de vie...) :
 - les indispensables / les pérennes ;
 - les adaptables, pour lesquels une solution moins polluante ou plus éphémère existe ;
 - les superflus.

2. Ajuster au mieux le volume et la forme des outils et des actions de communication

Avant de rechercher des techniques ou des matériels plus économes ou plus écologiques, il convient de produire les outils adéquats, dans les formes et quantités adaptées, ajustées au « strict nécessaire ».



Aérer mais pas trop : trouver

le juste équilibre entre une présentation trop condensée et une publication trop aérée, pour dimensionner au mieux le nombre de pages de la publication, en évitant les interlignages surdimensionnés et les espaces vides.

L'éco-communication



Eviter l'envoi massif de plaquettes et brochures papier en guise de mailing commercial. Diriger plutôt les clients sur le site Internet en donnant une possibilité de téléchargement en ligne.



→ Attention ! Un prestataire respectueux de l'environnement dans ses activités ne sera pas forcément celui qui vous fera la proposition la plus éco-responsable. Analysez toutes les réponses avec la plus grande vigilance.

→ La communication génère des déchets qu'il est souvent possible de valoriser tels que les cartouches d'imprimantes, le papier, le carton... Penser au tri sélectif !

Voir fiche **MC16** Bâtir un plan global de réduction, de tri et de valorisation des déchets



Diffuser un questionnaire pour évaluer la réaction des clients à cette nouvelle politique de communication.

- **Trouver des solutions alternatives à l'impression et l'envoi systématiques** : site internet, fichiers téléchargeables, consultation sur place, affichage plutôt que distribution individuelle, diffusion limitée au public ciblé ou à la demande.
- **Mieux orienter ses choix de conception** : choisir un grammage adéquat et le bon format. Cela permet de limiter les chutes de papier, les quantités de déchets, les consommations et le transport de matière. La logistique est optimisée et les impacts environnementaux réduits.
- **Limiter ou réduire la densité des aplats de couleur**, excessivement consommateurs d'encres.
- **Éviter les effets spéciaux et les pelliculages** : ils constituent en effet autant de produits chimiques et d'obstacles au recyclage ! Au besoin, préférer un simple vernis.

3. Opter pour les techniques et produits les moins polluants

- **Le papier** : privilégier les fibres recyclées et/ou issues de forêt gérées durablement, titulaires d'un écolabel ou certification officiels (écolabel européen, NF environnement, Ange Bleu, Cygne Blanc, FSC, PEFC...).
- **Les encres** : en fonction des quantités requises, l'impression chez un imprimeur utilisant des encres à base d'huiles végétales est parfois plus écologique que les impressions sur imprimante laser.
- **Le matériel** : utiliser du matériel certifié : Classe A/label Energy Star, NF environnement, Ecolabel européen.

4. Optimiser la production des supports

Favoriser les entreprises certifiées en veillant à limiter les transports entre les divers intervenants (fournisseurs de matière, imprimeurs, routeurs, lieu de diffusion : établissement ou manifestation / foire / salon / colloque...). Examiner avec le plus grand soin les actions en faveur de l'environnement que peut justifier un prestataire : gestion des effluents, des déchets, optimisation des livraisons... Certains labels ou normes expriment l'engagement des prestataires dans des démarches environnementales (certification ISO 14001, Imprim'Vert®, Reflex Nature...).

L'éco-communication

5. Dresser un bilan et suivi du budget communication avec un comparatif année par année

	2008	2009
Matériel		
Quantité de papier acheté		
Part de papier acheté disposant d'un éco-label ou recyclé 100 %		
Quantité de cartouches achetées		
Quantité de petit matériel utilisé : colle, marqueurs, agrafes...		
Plan d'amortissement des achats de matériel		
Nombre de documents imprimés		
Nombre de documents envoyés		
Nombre de documents téléchargés		
Nombre de visites sur le site Internet		
Quantité de déchets recyclés		
Consommation en électricité du bureau		

6. Le bénéfice pour l'établissement

Éco-communicer permet de valoriser un positionnement éco-responsable auquel de plus en plus de clients français et étrangers sont sensibles. Cela peut également générer des économies : le bénéfice écologique est souvent synonyme de bénéfice financier. Ainsi, l'investissement dans un site Internet peut, à terme, engendrer efficacité et économies substantielles :

- à comparer à l'ensemble des frais liés à l'impression et l'envoi massif de plaquettes, de brochures et de catalogues ;
- en offrant des possibilités de réservation en ligne ;
- en permettant une réactualisation efficace et immédiate ;
- en proposant diverses versions (traductions) des informations.



Pour mentionner les attraits environnementaux d'un document, j'évite les déclarations vagues et imprécises telles que « papier écologique », « papier recyclé » ou qui ne correspondent pas à des améliorations spécifiques. **Je valorise ma démarche en utilisant des sigles et mentions significatifs :**



Imprimé par un imprimeur ayant obtenu la marque Imprim'Vert®



Imprimé sur du papier certifié ecolabel européen ou cygne blanc nordique



Imprimé sur du papier recyclé 100 %



Imprimé sur papier issu d'une gestion durable de la forêt (FSC ou PEFC)



Guide ADEME

www.ademe.fr/eco-conception
rubrique Eco-Communication

Fournisseurs de papier certifiés
www.eco-label.com/french/

Les imprimeurs titulaires de la marque Imprim'vert
www.imprimvert.fr

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION

OBJECTIFS

OBJECTIF 6
PRÉSERVATION DES SITES

Les réponses à ces grandes lignes directrices sont différentes d'un établissement l'autre, d'un site à l'autre, d'un écosystème à l'autre. Il n'y a donc pas de solution standard, de technique efficace ni d'espèce végétale idéale pour tout le monde. Pour appliquer ces quelques recommandations, il peut être efficace de se faire conseiller par un architecte paysagiste, notamment lors des phases de modification du terrain ou de création de nouvelles zones. Il pourra également dresser un diagnostic de votre site et améliorer la composition et l'organisation du terrain. L'appui d'un architecte paysagiste dans le processus de création est aussi recommandé pour concilier fonctionnalité des lieux et qualité paysagère.



Guide de préconisations paysagères de la Fédération Nationale de l'hôtellerie de Plein Air (FNHPA)

Qualification des Entreprises du Paysage

www.qualipaysage.org

Fédération Française du Paysage (organisation représentative de la profession de concepteur paysagiste)

www.f-f-p.org

Intégration paysagère

L'aspect visuel d'un lieu à vocation touristique entre dans le champ de la responsabilité sociale et environnementale en raison du nécessaire respect du site et du lien à créer avec le patrimoine naturel. La démarche à suivre est intimement liée au site. Les compétences de concepteurs spécialisés dans ce domaine sont particulièrement utiles pour créer des espaces extérieurs fonctionnels et intégrés au plan paysager. Les enseignes et fléchages directionnels (pré-enseignes) génèrent parfois des impacts négatifs sur le paysage et le cadre de vie, points que ne manquent pas de relever les clientèles touristiques. Un effort particulier doit être consenti sur la réalisation de ces supports publicitaires dans le but de préserver l'intégrité des sites et des paysages.

1. Eco-aménager : les principes

Aménager dans un souci de préservation de l'environnement repose sur quatre grands principes.

Aménager en respectant le site, en modifiant au minimum ses caractéristiques naturelles, voire plutôt en tirant profit de ses particularités :

- terrasser au minimum, s'adapter au relief ;
- planter des espèces qui poussent naturellement sur le territoire et épargner au maximum la végétation naturelle existante ;
- imperméabiliser le sol au minimum.

Réduire les nuisances visuelles perçues depuis l'extérieur (à différentes échelles d'observation) :

- traiter soigneusement les limites de propriété (état, esthétique, capacité à créer des écrans pour préserver la vue de l'intérieur...) ;
- dissimuler les aspects techniques et nuisances visuelles : fils électriques, citernes, zones techniques...
- intégrer les zones de stationnement des véhicules dans le paysage afin de rendre la présence des voitures la plus discrète possible.

Intégration paysagère

Améliorer les qualités esthétiques du cadre de vie offert à la clientèle :

- utiliser des matériaux naturels (bois brut ou travaillé, pierre locale...);
- gommer les « taches » sur le décor intérieur ;
- mettre en scène les richesses naturelles du site : points de vue, pièces d'eau...

Créer des ambiances extérieures de qualité :

- valoriser et mettre en scène les percées visuelles ou perspectives sur des éléments remarquables de la parcelle, du site ou du territoire, proches et lointains ;
- tirer parti du relief de la parcelle pour donner du caractère au projet et jouer sur les particularités du lieu ;
- choisir des matériaux naturels apportant du cachet et de l'authenticité (revêtements de sol, mobilier, clôtures vivantes, barrières, etc.) ;
- choisir des végétaux dont la floraison s'échelonne pour colorer longtemps le site.

2. Une signalisation respectueuse du paysage

Les critères de dimensions et les conditions d'implantation fixés par la loi déterminent des garde-fous. Mais sur un plan qualitatif, il n'existe pas de règle stricte, plutôt des principes à suivre :

- rechercher un compromis entre l'efficacité commerciale et l'intégration visuelle dans le cadre environnant : bâtiments alentours et paysages naturels ;
- éviter de contribuer à la pollution visuelle avec des supports aux contrastes forts, des typographies agressives et des couleurs criardes destinés à attirer l'œil du client de passage ;
- à l'intérieur de l'établissement, accorder visuellement les enseignes et les fléchages aux éléments qui les entourent, tant par la taille et les couleurs que par le choix des matériaux, en reflétant l'identité du lieu.



Le premier cadre à examiner est celui du schéma départemental de signalisation touristique.

Le régime général de la réglementation pose le double principe de la liberté d'expression et de la protection du cadre de vie. Les principales règles à respecter constituent donc un équilibre entre ces deux principes. Ces règles sont énoncées dans le code de l'environnement au Livre V, Titre VIII, Chapitre 1^{er} : Publicité, enseignes et pré-enseignes. Les principaux décrets d'application sont le décret n° 80-923 du 21 novembre 1980 qui vaut règlement national de publicité et le décret n° 82-211 du 24 février 1982 qui vaut règlement national des enseignes. Les élus locaux ont la possibilité d'adapter la réglementation nationale aux circonstances locales en créant des zones de réglementation spéciale par voie de règlements locaux de publicité (décret n° 80-924 du 21 novembre 1980).



Guide publicité et cadre de vie (Diren Aquitaine)

www.aquitaine.ecologie.gouv.fr/snep/publicite/site/diren/indexb.htm

La Fédération Nationale des Conseils d'Architecture, d'Urbanisme et de l'Environnement
www.fncaue.asso.fr

Association Paysages de France
www.paysagesdefrance.org

Direction régionale de l'environnement PACA
www.paca.ecologie.gouv.fr/-Atlas-de-paysages

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
CHEFS DE SERVICE

OBJECTIFS

OBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Faire du développement durable un comportement naturel.

La mise en place d'une démarche structurée (procédures écrites...) permet des résultats quantifiables. Cependant, une démarche trop encadrée, trop formalisée (augmentation du nombre de consignes) peut entraîner une certaine automatisation des gestes ou des comportements des équipes avec, à la clé, une adhésion mitigée des collaborateurs. La sensibilisation permet de faire le lien entre les grands enjeux et l'action de chacun, rendant les initiatives et bonnes pratiques plus naturelles. Les collaborateurs s'approprient le discours et le transmettront aux clients, à leur famille ou à leur entourage.



Organiser une projection. Après le succès du film d'Al Gore « Une vérité qui dérange » et d'autres documentaires récents, pourquoi ne pas diffuser un film à son personnel ? Séance en plein air, en soirée ou l'après-midi, avec les clients ou en interne, à vous d'en choisir les modalités. Sur la base du volontariat, cette diffusion vous permettra de rassembler votre équipe et de discuter ensemble des points qui vous ont frappés. Dans certains cas, faire venir des intervenants (réalisateur, acteurs) peut donner encore plus de relief à votre action.

Sensibiliser pour faire agir mes équipes

La responsabilité sociale et environnementale dépend de l'implication de l'ensemble du personnel, à tous les niveaux, dans toutes les fonctions, depuis les plus techniques jusqu'aux plus administratives. Par leurs gestes quotidiens, les salariés participeront au développement durable réel de l'entreprise. Jeter son mégot dans les cendriers plutôt que par terre, réutiliser du papier, savoir informer les clients, autant de gestes qui devront devenir usuels. La Direction devra donc accompagner une gestion responsable et son plan d'action, par un programme de sensibilisation et de formation accessible à tous. En montrant l'exemple, le chef d'entreprise favorisera aussi la prise de conscience générale.

1. Comment communiquer sur la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise avec mon équipe ?

Plusieurs outils complémentaires peuvent être utilisés :

- **des aide-mémoire aux points stratégiques** : parties communes, vestiaires du personnel, postes de travail en cuisine, jardin...
- **des réunions rapides d'explication** sur le plan d'actions de l'établissement et les résultats attendus, en soulignant les bénéfices pour l'entreprise et pour la société en général (économies, qualité de l'air, image, conditions de travail...). Cette explication doit être apportée de façon exhaustive en début de saison par exemple (grande réunion d'information), puis renforcée régulièrement par le discours et les consignes des chefs d'équipes ;
- **une sensibilisation** aux actions possibles à l'intérieur de l'entreprise mais aussi dans la vie quotidienne personnelle. Des outils de communication interne existent (par exemple le CLIC'ADEME Santé Sécurité Environnement - www.ademe.fr) ;
- **de l'information et de la discussion** : organiser des débats, une conférence ou une intervention, de manière régulière ou exceptionnelle, sur différents thèmes (selon le profil de l'en-



Sensibiliser pour faire agir mes équipes

treprise et les fonctions) est un excellent moyen de sensibiliser son personnel.

2. Impliquer

Dans la mise en œuvre, il est important de faire sentir à tous que le développement durable de l'entreprise repose sur chacun, en instaurant par exemple :

- **une boîte à idées**, et des récompenses pour les meilleures idées ;
- **des challenges ludiques** : qui économisera le plus d'énergie, qui recyclera le plus de déchets... ?
- **une organisation** avec des responsables par thème : énergies, déchets, communication...
- **des actes d'engagement de vos collaborateurs** sur des petits gestes à réaliser au quotidien.

3. Donner les moyens

Adopter de bonnes pratiques nécessite parfois quelques moyens minimaux et des changements d'organisation :

- **moyens matériels** : différents bacs pour le tri, multi-prise avec interrupteur...
- **des espaces de travail adaptés** : penser l'espace et le rendre pratique pour réaliser les écogestes facilitera l'acceptation des évolutions (des bacs de tri ou un local à déchets placés au bon endroit, robinets faciles à fermer même les mains prises...) ;
- **accès à la formation continue** : l'introduction des nouvelles habitudes de travail pour mettre en application la politique de développement durable de l'entreprise doit être appuyée par la formation surtout lorsque les fonctions évoluent de façon significative (exemple : entretien, achat...).

4. Inciter à des comportements plus durables

Encourager la démarche personnelle des collaborateurs à leur poste comme à la maison, passe par le soutien actif de l'entreprise :

- en offrant de recycler leurs déchets personnels : piles ou matériel informatique par exemple ;
- par des solutions économiques : développement d'un système de co-voiturage pour les employés ;
- en montrant l'exemple : préparation de cuisine biologique, réunions internes organisées de façon régulière.



Privilégier une information continue à des actions de communication ponctuelles permet d'imprégner le quotidien. En complément, certains thèmes peuvent faire l'objet d'une communication plus conséquente selon l'actualité ou les besoins de l'entreprise.



→ Accueillir une conférence ouverte à tous au sein de mon établissement : inviter un intervenant pour débattre d'un sujet de la RSE qui m'est cher. Elle profitera aux clients et aux collaborateurs. La communication autour de cet événement pourra également avoir des retombées positives pour mon établissement (presse locale) et même permettre d'attirer des clients potentiels.

→ Profiter de la Semaine du développement durable ou de démarches locales spécifiques comme la Fête du Soleil à Aubagne, etc, pour organiser une animation spécifique ou mener une action conjointe avec des partenaires locaux.

Sensibiliser pour faire agir mes équipes



Graine PACA, réseau régional pour l'éducation à l'environnement
www.grainepaca.org

Associations locales : contacter les communes ou le Conseil général

ADEME

www.ademe.fr

Espace Particuliers WWF
www.wwf.fr et www.panda-junior.com pour les enfants

Fondation Nicolas Hulot
www.fondation-nicolas-hulot.org

Mountains Riders
www.mountain-riders.org
 en montagne

Surfrider Foundation
www.surfrider.fr, rubrique Education/Sensibilisation sur le littoral

Jeux éducatifs de l'Ifremer
www.ifremer.fr
www.maisondudeveloppementdurable.com

Centre d'information sur l'eau
www.cieau.com

Centre Permanent d'Initiative pour l'Environnement
www.cpie.fr

Maison de la Nature et de l'Environnement
www.mne13.org

ECOPOLENERGIE
www.ecopolenergie.com

Calculer son empreinte écologique
www.agir21.org

5. Valoriser les comportements durables

Les collaborateurs doivent se sentir soutenus et valorisés, au moyen de primes (sur objectifs, pour les gagnants de challenge, etc.) ou de récompenses en cohérence avec les objectifs de développement durable (vélo, « panier bio », abonnement, livre, film...).

6. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Renforcer la culture d'entreprise, facteur de cohésion et de fidélisation des collaborateurs.
- Faciliter la mise en place de la politique RSE en démultipliant les efforts.
- Eviter le besoin de contrôle systématique par la responsabilisation des employés.



Participer à des concours ou trophées est une façon intéressante de motiver son personnel et de valoriser l'entreprise ! Il en existe plusieurs :

Lauriers Ecorismo, PRIT (Prix Régional de l'Innovation Touristique, Région PACA), Trophée Environnement Entreprise (ACFCI), Green Hotelier & Restaurateur Environmental Award (IH&RA), Club Planète Gagnante (ADEME - www.planetegagnante.fr)

Adhérer à des associations liées au développement durable et mener des actions conjointes : Ligue de Protection des Oiseaux, Association pour la Maison de la Nature et de l'Environnement, Ecopolenergie...

Des films pour sensibiliser

- Une vérité qui dérange (Al Gore, 2006)
- Pacte écologique (Fondation Nicolas Hulot)
- Billy et Willy 2 (Mountain Riders/ Fondation Nicolas Hulot)
- Des Montagnes à l'Océan, périple d'une goutte d'eau (Surfrider Foundation)
- Le cauchemar de Darwin (Hubert Sauper, 2005)
- La 11^e heure, le dernier virage (Nadia Conners, Leila Conners Petersen, Leonardo Di Caprio, 2008)

Sensibiliser pour faire agir mes clients

L'éducation au développement durable

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
AGENTS D'ACCUEIL
CHARGÉS D'ANIMATION

OBJECTIFS

OBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La responsabilité sociale et environnementale est le résultat d'efforts communs. Et dans le tourisme plus encore que dans d'autres secteurs, le résultat dépend en partie du comportement des clients. Leur faire comprendre leur rôle est donc essentiel. Néanmoins, le tact et les approches ludo-pédagogiques sont de mise. Les touristes sont de plus en plus sensibles à la préservation de l'environnement : économies d'énergie, utilisation des produits bio et écologiques, gestion des déchets... Sensibiliser ses clients au développement durable est donc un élément de plus en plus important tant pour la réussite de sa démarche que pour l'image de l'établissement.



1. Communiquer et expliquer

La règle d'or pour sensibiliser et faire agir, c'est la communication. L'établissement communique grâce à différents supports : brochures, site internet, panneaux et affichettes, mais aussi à travers le discours des équipes aux clients ou les animations proposées. Au-delà d'une simple communication, les explications permettent de faire passer le message et surtout de justifier les efforts demandés. Il est donc important d'expliquer clairement, directement, concrètement et simplement :

- ce qu'est le développement durable ;
- ce que l'établissement fait déjà en matière de responsabilité sociale et environnementale : je montre l'exemple !
- ce que l'on attend du client et les écogestes de base, à l'aide de fiches ou dépliants ;
- les spécificités du territoire sur lequel on se trouve, ses richesses, ses fragilités ;
- pourquoi un changement de comportement est attendu : pour moins polluer, préserver les ressources en eau, faciliter la gestion des déchets...
- ce que chacun peut faire à son niveau : entreprise, collaborateurs, visiteurs... et dans quel but précis ;
- le bénéfice pour l'environnement du nouveau comportement attendu.

Sensibiliser pour faire agir mes clients

L'éducation au développement durable



→ Même avec des moyens limités, je peux monter un projet d'éducation au développement durable avec l'aide d'un stagiaire. L'éducation à l'environnement est une discipline nouvelle. De nombreux jeunes diplômés cherchent à mettre en pratique leurs connaissances sur ce sujet à travers des stages ou une première expérience. Ils constituent un vrai vivier de connaissances et bénéficient souvent de dispositifs d'accompagnement à l'emploi avantageux pour l'entreprise ! Le projet, s'il est réfléchi en amont et encadré, peut être d'un réel intérêt pour l'étudiant et l'entreprise.

→ Je peux me renseigner auprès des associations de ma commune. Beaucoup proposent des activités au développement durable. Elles pourront me conseiller dans la mise en place de modules ou même prendre en charge certaines activités pour moi.



→ C'est quoi l'éducation au développement durable ?

L'éducation au développement durable vise à faire prendre conscience des questions environnementales, sociales et économiques pour que chacun puisse décider en connaissance de cause d'adopter les comportements quotidiens nécessaires à la préservation de notre environnement et au bien-être de tous. Elle ne concerne pas que les enfants ou les scolaires mais chacun d'entre nous. On ne parle pas ici de formation (avec élèves, professeurs et tableau noir), mais d'une façon de faire passer des messages et des connaissances sans contrainte, par des approches ludiques par exemple, en invitant les clients à s'engager personnellement, même modestement pour commencer. Au sein d'un hébergement touristique, l'éducation à l'environnement peut concerner plusieurs thèmes :

- les gestes « éco-citoyens » au quotidien, profitant que le client a l'esprit plus libre et plus ouvert pendant ses vacances ;
- les pratiques « douces » d'activités de loisir ;

Voir fiche MC08 Des activités douces et écologiques

- la découverte des richesses du territoire qui l'entoure : les paysages, les animaux, l'artisanat, l'histoire et la culture... L'hébergeur peut donner au visiteur les informations et les outils qui lui permettront de faire cette découverte. Les alentours de l'hôtel ou du gîte ne constituent pas seulement un décor figé que l'on observe depuis la fenêtre de la chambre mais un monde vivant qui peut être source de visites et d'échanges.



→ Le programme des nations unies pour l'environnement a édité et mis en ligne un outil de sensibilisation des clients. Il est disponible en plusieurs langues, dont le français et l'anglais : www.unep.fr/greenpassport

2. Organiser l'éducation au développement durable

Deux approches sont possibles pour développer la sensibilité des visiteurs et leur faire découvrir de nouvelles habitudes de vie :

- **l'éducation active** : requérant la participation et l'implication des clients. Dans ce cas les activités seront clairement orientées sur des aspects principalement environnementaux. Si les moyens ludiques sont de bons vecteurs, les actions et les animations ne seront pas les mêmes selon

Sensibiliser pour faire agir mes clients

L'éducation au développement durable

les publics visés : enfants, adolescents, adultes... et elles concerneront essentiellement des touristes en vacances qui souhaitent participer à des animations.

- **l'éducation passive** : moins perceptible, elle consiste à faire passer des messages et enseignements à travers les activités quotidiennes des clients sans ostentation. Elle dépendra des explications fournies par les personnels, de notes laissées auprès des équipements, de documentation laissée à disposition, des jeux proposés... Ce type d'approche concerne surtout le public adulte et en particulier les visiteurs qui ne sont pas là en vacances et ne souhaitent pas participer à des animations.

Dans tous les cas, mon objectif est d'inciter mes clients à s'engager sans les culpabiliser !

3. Impliquer

Pour que les clients agissent, ils doivent se sentir impliqués dans la démarche collective de l'établissement. Ils ne doivent cependant pas se sentir obligés de consentir des efforts mais participer volontairement et de façon simple :

- grâce aux équipements disponibles (bac à tri, chasse d'eau à double débit...);
- grâce à la mise en place d'actions spécifiques et bien mises en valeur : plan de déplacement pour les clients (établissement-station de transports en commun), offre de produits biologiques/écologiques...
- grâce à l'implication du personnel qui montre l'exemple ;
- grâce aux explications fournies par le personnel qui doit donc être formé à cela ;
- par des moyens ludiques : jeux pour les enfants, concours...

4. Traduire et valoriser

Convertir les efforts de chacun permet de mieux convaincre les clients, voire pérenniser une prise de conscience. L'établissement peut :

- valoriser les efforts réalisés par les clients : les informer des résultats, leur remettre un prix symbolique...
- responsabiliser les clients face au défi du changement climatique... sans leçon de morale !
- leur expliquer comment réaliser les mêmes gestes chez eux et surtout leur indiquer les bénéfices qu'ils peuvent en retirer ;
- signaler les actions de l'établissement à l'extérieur : adhésion à des associations, nettoyage de plage, compensation carbone (voir page suivante). Voir la fiche **MC17** La mobilité durable



→ **Pour les enfants**, selon les âges, on peut imaginer des jeux en plein air, mettre à disposition des jeux de société, faire venir un conteur, organiser des ateliers de dessin sur un thème « nature », sortir observer les animaux dans leur habitat naturel...

→ **Pour les plus grands**, des jeux et des challenges sportifs, des projections DVD, des sorties « nature » ou « culture » avec un conférencier spécialisé...

→ **Faire des fiches explicatives** auprès des différents équipements ou fournir une liste des principaux gestes à respecter lors du séjour.

→ **Proposer aux clients une éco-bibliothèque dans la salle commune** avec une sélection de guides et d'ouvrages sur le thème du développement durable et sur les richesses du territoire.

→ **Dans l'espace commun, proposer des jeux de société** sur le thème du développement durable ou des DVD documentaires sur la région ou sur les grands défis environnementaux.



« Chez nous le tri est un jeu qui amuse beaucoup les enfants car nous avons installé de grands filets (environ 2 m²) sous quelques panneaux de baskets pour collecter les bouteilles plastiques à recycler. Incroyable, ils se chamaillent pour faire le tri ! »

M. PORTEFAIX - Camping Nautic International - Caurel, Côtes d'Armor



Le client est en vacances. Il est là pour se détendre. Il est important qu'éducation au développement durable ne rime pas avec ennui ou contrainte. Pour cela, prenez soin de faire toujours ressortir le côté ludique des activités. L'organisation de challenge peut être motivante également. Dans tous les cas, essayez d'inciter les clients en jouant la carte de la curiosité, de la convivialité ou de la nature retrouvée et surtout évitez les activités trop scolaires.



→ Remettre un bilan ou diplôme aux clients à leur départ : en leur montrant les progrès accomplis grâce à leurs comportements, les économies d'énergie réalisées ou encore les sommes éventuellement reversées à des programmes de développement durable auxquels l'entreprise est associée : compensation carbone, projets avec des associations environnementales ou de développement local, partenariats avec les fournisseurs locaux...

→ Certains labels d'hébergement travaillent déjà sur l'éducation à l'environnement. Les gîtes Panda mettent à disposition de leurs clients des guides d'identification de la faune et de la flore locales, une paire de jumelles, des cartes d'état major du site et de la région, une documentation sur le parc naturel régional ou national, des brochures d'information sur la nature locale et ses possibilités de découverte.

Sensibiliser pour faire agir mes clients L'éducation au développement durable

5. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- une relation client de qualité, pas seulement marchande ;
- une offre d'activités enrichie ;
- des économies d'énergie à la clé grâce aux efforts de chacun ;
- une image positive pour l'entreprise et une fidélisation accrue de la clientèle.



Le territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur bénéficie depuis longtemps de nombreuses actions d'éducation à l'environnement vers un développement durable (EEDD) par l'implication des associations, des collectivités territoriales et des institutions publiques : Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Agence de l'Eau, Direction Régionale de l'Environnement (DIREN), Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME), GRAINE réseau régional pour l'éducation à l'environnement, Education Nationale, Direction Régionale de l'Agriculture et de la Forêt (DRAF), Direction Régionale de la Jeunesse et des Sports (DRJS).

Au niveau national :

- Le pôle national de ressources : www.pole-education-environnement.org
- La FEEE, Fondation pour l'Education à l'Environnement développe par exemple les programmes Clé Verte et Pavillon Bleu www.f3e.org
- Le réseau national Ecole et Nature : www.ecole-et-nature.org et <http://educ-envir.org/papyrus.php>

Des films pour sensibiliser

- Une vérité qui dérange (Al Gore, 2006)
- Pacte écologique (Fondation Nicolas Hulot)
- Billy et Willy 2 (Mountain Riders/ Fondation Nicolas Hulot)
- Des Montagnes à l'Océan, périple d'une goutte d'eau (Surfrider Foundation)
- Le cauchemar de Darwin (Hubert Sauper, 2005)

Et d'autres références sur les sites internet cités dans cette fiche.

* **La compensation carbone** : lorsqu'il n'est pas possible d'éviter un déplacement en avion, en voiture ou même en train, les émissions de CO₂ générées par ce déplacement peuvent être compensées volontairement. Pour cela, des organismes proposent aux particuliers comme aux entreprises de soutenir financièrement des projets visant à réduire les émissions de CO₂ dans des pays du sud. La contribution financière est proportionnelle à la quantité de CO₂ émise par le déplacement. Une Charte des bonnes pratiques de la compensation carbone a été initiée par l'ADEME afin de permettre d'identifier les acteurs respectueux d'une déontologie professionnelle.

www.compensationco2.fr

Sensibiliser pour faire agir mes clients

L'éducation au développement durable



Graine PACA, la plateforme régionale pour l'éducation au développement durable, est l'interlocuteur à privilégier pour trouver des contacts près de chez vous : www.grainepaca.org

Les Centres Permanents d'Initiative pour l'Environnement :

CPIE Alpes de Provence : www.cpie04.fr

CPIE du Pays d'Aix : www.cpie-paysdaix.com

CPIE Côte Provençale : www.atelierbleu.fr

CPIE des Pays de Vaucluse : www.cme-cpie84.org

CPIE de Haute Durance : www.cpie.hautedurance.free.fr

CPIE des Iles de Lérins et Pays d'Azur : www.cpieazur.free.fr

CPIE Rhône Pays d'Arles - Raphèle-lès-Arles

Autres associations locales :

La Maison de la Nature et de l'Environnement (MNE) à Aix-en-Provence est un lieu d'accueil du public qui propose des ressources intéressantes www.mne13.org

Le Réseau d'éducation à l'environnement montagnard alpin

www.reema.fr, le Réseau Education Environnement 05 & Ecrins

www.ree05.org et le réseau mer www.reseaumer.org

Des jeux pour l'éducation à l'environnement :

Le site www.econo-ecolo.org propose une sélection de jeux et jouets écologiques

www.bioviva.com

www.surfrider.fr, rubrique Education/Sensibilisation

Jeux éducatifs de l'Ifremer : www.ifremer.fr

S'évaluer

Idées d'indicateurs de suivi et d'évaluation de la performance :

- Nombre de personnes sensibilisées par an.
- Nombre d'actions de sensibilisation menées.
- Budget alloué à la sensibilisation des clientèles.
- Satisfaction des clientèles (à mesurer par des questionnaires spécifiques).



TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
DIRECTION DES ACHATS

OBJECTIFS

OBJECTIF 2
IMPLICATION DANS L'ÉCONOMIE
ET LA VIE LOCALE**OBJECTIF 7**
PRÉSERVATION DE LA DIVERSITÉ
BIOLOGIQUE**OBJECTIF 9**
RÉDUCTION DES POLLUTIONS

Acheter éco-responsable

Dans les activités touristiques, faire évoluer ses critères et pratiques d'achats est la voie la plus naturelle pour améliorer ses pratiques environnementales et réduire les flux associés (énergie, ressources, déchets...). Si tous les produits de consommation ont des impacts sur l'environnement, certains d'entre eux sont plus respectueux de l'environnement tout en conservant leurs qualités. Intégrer les paramètres environnementaux dans la démarche d'achats permet de limiter de manière significative les impacts sur l'environnement et très souvent faire des économies !



→ L'avion est parmi les modes de transport les plus polluants, le train parmi les moins polluants.

Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
www.ademe.fr / Domaines d'intervention / Management environnemental

Passeport écoproduit :

Ademe, brochure référence 5851, mars 2006.

L'éco-conception expliquée simplement

www.storyofstuff.com

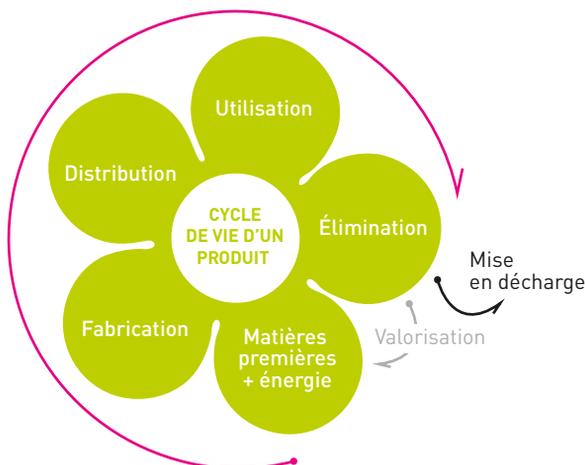
Devenir éco-consommateur :

« acheter et consommer mieux ».

Guide gratuit de l'ADEME (ref. 3739) disponible sur commande au 0810 060 050 ou en téléchargement sur le site www.ademe.fr rubrique publications.

1. La vie d'un produit et l'environnement

A tous les stades de son cycle de vie, un produit ou un service génère des impacts négatifs sur l'environnement : épuisement des ressources naturelles (minérales, végétales ou animales), consommation d'énergie, pollutions dues aux rejets dans l'eau, l'air ou les sols... En effet, tout produit a besoin de matière et d'énergie pour être fabriqué, pour être emballé et transporté, sachant qu'il deviendra un jour un déchet. Le poids des achats et surtout de la façon d'acheter dans la « facture » environnementale est donc énorme. S'il n'existe aucun produit sans impact sur l'environnement, certains se démarquent malgré tout par des impacts moins importants à différents stades de leur cycle de vie et conservent plus longtemps leurs performances.



Acheter éco-responsable

2. Étiquetage environnemental des produits

Les écolabels officiels

Les écolabels officiels sont mis en place par les Pouvoirs publics. Ces écolabels garantissent à la fois la qualité d'usage du produit et ses caractéristiques écologiques. En France, l'écolabellisation fait l'objet d'une certification régie par la loi.



Marque NF Environnement



Ecolabel européen



Ecolabel scandinave (cygne blanc)



Ecolabel allemand (ange bleu)

L'agriculture biologique



L'agriculture biologique et les produits qui en sont issus garantissent des modes de production plus respectueux de l'environnement. Par exemple, la non-utilisation de pesticides et d'engrais chimiques en agriculture biologique évite la détérioration des sols arables et la pollution des eaux souterraines et des rivières.



La présence du logo assure le respect du règlement sur l'agriculture biologique de l'Union européenne (Règlement (CE) N°834/2007 du conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques).



Marque NF Environnement
www.marque-nf.com

Ecolabel européen
www.eco-label.com

Site des écolabels officiels français
www.ecolabels.fr/fr



Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique
www.agence-bio.org

Syndicat National des Transformateurs de Produits Naturels et de Culture Biologique
www.synabio.com

Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique
www.ifoam.org

Portail de l'agriculture biologique européenne (Commission européenne)
http://ec.europa.eu/agriculture/organic/home_fr

Centre National de Ressources en Agriculture Biologique
www.abiodoc.com

Acheter éco-responsable

Les auto-déclarations



Les produits labellisés Demeter satisfont aux exigences du règlement européen sur l'agriculture biologique et, en plus, répondent au cahier des charges spécifique de l'agriculture bio-dynamique.

Pour en savoir plus sur l'agriculture bio-dynamique :

www.bio-dynamie.org



NATURE & PROGRES est une fédération internationale rassemblant des agriculteurs, des transformateurs, des fournisseurs, des distributeurs et des consommateurs de produits issus de l'agriculture biologique. Les signataires de la charte s'engagent sur des pratiques répondant aux enjeux environnementaux, socio-économiques et humains. Pour en savoir plus :

www.natureetprogres.org



Organisme de certification du commerce équitable

www.flo-cert.net

Association Max Havelaar

www.maxhavelaarfrance.org

Plateforme du commerce équitable

www.commerceequitable.org

Fibre citoyenne

www.fibrecitoyenne.org

Campagne du WWF pour une pêche durable

www.pourunepechedurable.fr

Label de la pêche durable MSC

www.msc.org/fr



Le commerce équitable est centré sur le versement d'une plus « juste » rémunération du travail des producteurs et des artisans les plus défavorisés, leur permettant de satisfaire leurs besoins élémentaires. Il cherche aussi à privilégier des relations commerciales durables et permet aux consommateurs d'accompagner les producteurs dans leur développement.



Le Marine Stewardship Council est une organisation indépendante, à but non lucratif, créée dans le but de trouver une solution au problème de la surpêche. Le MSC a créé un programme indépendant de certification environnementale et d'éco-étiquetage pour la pêche sauvage. Le référentiel environnemental du MSC se base sur le Code de conduite de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) pour une pêche responsable et est conforme aux Directives de la FAO pour l'étiquetage écologique du poisson.

Acheter éco-responsable



Le programme Fibre Citoyenne® est géré par une ONG (Yamana) et destiné aux entreprises du secteur textile-habillement et aux donneurs d'ordre -publics et privés- consommateurs de produits textiles, qui souhaitent concilier activité textile et développement durable. Il offre un accompagnement de ces acteurs pour l'intégration des enjeux du développement durable respectivement au cœur de leurs modes de production et au cœur de leurs politiques d'achats d'articles textiles.



Le Forest Stewardship Council (FSC) est une organisation internationale fondée par des représentants de la filière bois, des associations de défense de l'environnement et des consommateurs. Les critères économiques, sociaux et environnementaux du FSC permettent d'évaluer le respect d'une gestion durable des forêts.



Le système de certification PEFC (Program for Endorsement of Forest Certification Scheme) est une initiative des professionnels de l'exploitation forestière et de la filière bois. D'abord européen, ce système est maintenant en place dans différentes régions du monde. La certification PEFC garantit l'application concrète de plusieurs principes de gestion forestière durable : maintien des capacités de renouvellement et du bon état sanitaire, respect de la biodiversité, protection du sol et des eaux, maintien des fonctions d'agrément (accueil du public, paysage...).



Le programme Energy Star a été mis en place par l'agence gouvernementale américaine de protection de l'environnement (EPA). Il est également en place en Europe en



Information générale sur la certification PEFC

www.pefc-france.org

Recherche des produits certifiés PEFC

www.pefc-france.org/pro
rubrique Forêt, entreprises et produits certifiés.

Information générale sur FSC en français www.fair-timber.be

Recherche des produits certifiés FSC www.fsc-info.org



Site communautaire sur l'efficacité énergétique des équipements de bureau

www.eu-energystar.org/fr

Acheter éco-responsable

tant que programme communautaire d'étiquetage relatif à l'efficacité énergétique des équipements de bureau. Le logo est attribué aux produits qui consomment moins d'énergie ou qui permettent des économies d'énergie (copieurs, écrans, ordinateurs, imprimantes...).



Cosmébio est l'Association Professionnelle Française de la Cosmétique Ecologique et Biologique qui regroupe l'ensemble des acteurs de la filière engagés dans la cosmétique naturelle et biologique. La certification de la Cosmétique Ecologique et Biologique repose sur un cahier des charges strict (charte Cosmébio) et l'intervention d'un organisme de contrôle indépendant.



Association Professionnelle
Française de la Cosmétique
Ecologique et Biologique

www.cosmebio.org

Organisme certificateur Ecocert

www.ecocert.fr



Ecocert, organisme de certification international, a développé dans le domaine environnemental des référentiels pour la certification de produits sur des objectifs environnementaux. Après la certification des cosmétiques Bio, Ecocert propose dorénavant le contrôle de parfums d'ambiance écologiques ou biologiques, de détergents écologiques et de textiles biologiques.

Autres étiquetages utiles



Mises en place par la communauté européenne depuis 1995, les étiquettes-énergie signalent les appareils électroménagers, les ampoules et les véhicules économes. Les classes A ou B rassemblent ceux qui offriront les meilleures performances en matière d'économies d'énergie. Malheureusement, pour les matériels professionnels dont l'usage sera intensif, il n'existe pas encore de classement aussi simple que l'étiquette-énergie. La seule méthode possible consiste donc à comparer les consommations par cycle, les consommations annuelles, les caractéristiques d'isolation et les caractéristiques techniques (ex. plonges à recyclage des eaux de rinçage).

Acheter éco-responsable



L'association des producteurs et des utilisateurs de papiers-cartons recyclés a créé une marque qu'elle gère et qu'elle contrôle. C'est une marque déposée assortie d'une charte d'usage : le logo papier-carton recyclé indique clairement la proportion de fibres cellulosiques de récupération utilisées et comporte un numéro d'agrément dont a fait l'objet chaque gamme de papier ou carton, garantissant l'authenticité de l'information donnée aux consommateurs.



Association des Producteurs
et des Utilisateurs de papiers-
cartons Recyclés

www.apur-papiersrecycles.com



Attention à ne pas se méprendre sur la signification de certains logos ou pictogrammes portés par certains produits. Ils ne garantissent pas la qualité écologique des produits mais apportent seulement une information :

Le point vert «éco-emballage» signifie que le producteur contribue financièrement à un dispositif aidant les communes à développer des collectes sélectives des déchets d'emballages afin de les valoriser.

www.ecoemballages.fr

Ce sont des symboles d'identification des matériaux (qui servent lors du tri des produits et emballages usagés pour faciliter leur recyclage).

La « boucle de Moebius » signifie généralement que le produit ou l'emballage est recyclable. Il s'agit là d'une caractéristique technique du matériau. Ceci ne veut pas forcément dire que le produit sera effectivement recyclé, tout dépend de ce que le détenteur en fait...



Ce logo précise simplement la nature du matériau employé : il signifie que le matériau utilisé est ferreux et sensible au champ magnétique.



Attention au déplacement de pollution

L'amélioration environnementale apportée sur une étape du cycle de vie d'un produit ne doit pas être contrebalancée par des impacts plus grands à une autre étape. Par exemple, il n'est pas forcément judicieux de choisir des produits fabriqués plus loin voire à l'étranger (pollution liée au transport) juste parce qu'ils arborent un écolabel alors qu'un fabricant produit les mêmes dans votre région.

Acheter éco-responsable

3. Les démarches des fabricants et des prestataires

Il est aussi recommandé de chercher des produits fabriqués par des entreprises cherchant à mieux gérer leurs activités dans une optique de préservation de l'environnement ou, plus largement, de développement durable. Il en est de même pour les prestataires de services. De telles démarches peuvent être certifiées en référence à des normes ou lignes directrices internationales telles que :

- la norme ISO 14001 portant sur la gestion environnementale de tous types d'organisations ;
- le système européen de management environnemental EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) faisant l'objet d'un règlement européen publié au Journal Officiel de l'Union Européenne ;
- le guide SD 21000 publié par l'AFNOR proposant des recommandations pour la prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management des entreprises de toutes tailles, administrations et organisations diverses...
- la marque Imprim'Vert® dont le cahier des charges est fondé sur trois critères simples : la bonne gestion des déchets dangereux, la sécurisation de stockage des liquides dangereux et la non utilisation des produits toxiques.

4. La démarche d'achat éco-responsable

L'acheteur soucieux de faire évoluer ses pratiques dans le sens d'une meilleure prise en compte des aspects environnementaux et sociaux a plusieurs cordes à son arc. L'intégration de critères environnementaux pousse à l'approche en « coût global » des achats.

Changer le type de produits achetés

- Fourniture de papier labellisé.
- Produits d'entretien conformes à l'écolabel européen.
- Produits alimentaires issus de l'agriculture biologique.

Modifier les qualités du produit recherché

- Intégrer des critères de performance environnementale dans la recherche du produit : consommation d'eau ou de produit par cycle de lavage, isolation thermique, recyclabilité des matériaux, utilisation de recharges possible...
- Poser des exigences sur les procédés de fabrication auprès des fournisseurs : exclusion de pesticides (AB),

Acheter éco-responsable

% d'électricité d'origine renouvelable utilisée dans le processus de fabrication, certification ISO 14001 du site de blanchisserie...

Changer les relations avec les fournisseurs

Il s'agit là de cibler les conditions de distribution, d'utilisation et de valorisation du produit comme :

- la livraisons en vrac ;
- la reprise des emballages ;
- la reprise des produits en fin de vie (et garanties sur la revalorisation) ;
- la reprise du produit remplacé (DEEE) ;
- la livraison en conteneurs réutilisables ;
- l'optimisation des parcours de livraison et Bilan Carbone® de la tonne transportée ;
- la mise à disposition d'un système de dosage (éviter les surconsommations) ;
- la fréquence de livraison : cahier des charges à déterminer (stock + appros + émissions carbone).

5. Les critères d'achats éco-responsables

Contenu en matières recyclées

Puis-je trouver un produit qui me rende le même service mais qui contienne des matières recyclées ?

Economie de ressources

Le mode de production de ce produit est-il moins gourmand en ressources naturelles ?

Réduction des déchets - Quantité d'emballage réduite

Le fabricant met-il en avant la réduction de déchets qu'il a réalisée durant la fabrication du produit ?

Ce produit me permet-il de produire moins de déchets (car il a par exemple moins d'emballages ou de parties inutiles qui devront être jetées après usage) ?

Consommation énergétique réduite

En l'utilisant, ce produit ou cet équipement permet-il de consommer moins d'énergie ?

Economie d'eau

En l'utilisant, ce produit ou cet équipement permet-il de consommer moins d'eau ?

Longue durée de vie

Ce produit est-il fiable pour longtemps ou va-t-il vite devenir un déchet ?

Acheter éco-responsable



Ecorismo : forum-salon annuel national des écoproduits et des solutions environnementales pour l'hôtellerie, le camping, la restauration, les collectivités et le tourisme

www.ecorismo.com

Trouver des informations pour acheter local et biologique :

Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural en Provence-Alpes-Côte d'Azur

www.civampaca.org

Les agriculteurs Biologiques de Provence-Alpes-Côte d'Azur

www.bio-provence.org

Campagne nationale de l'ADEME pour réduire les déchets

www.reduisonsnosdechets.fr

Dossier ADEME / éco-consommation

www2.ademe.fr/servlet/KBaseShow?sort=-1&cid=21435&m=3&catid=21436

Réutilisable ou re-remplissable

Peut-on utiliser des recharges pour produire moins de déchets ?

Recyclable

Le ou les matériaux qui composent ce produit permettent-ils de le recycler ? L'emballage est-il en matériaux recyclables ?

Conçu pour le désassemblage

Cet équipement a-t-il été volontairement conçu pour qu'une fois arrivé en fin de vie, ses composants puissent être facilement séparés puis valorisés ou traités séparément ?

Compostable / biodégradable

Ce produit ou son emballage peut-il se dégrader naturellement par compostage ? (Ex. : le carton plutôt que le plastique)

Distance parcourue

Comment a été transporté ce produit ? Est-il produit au plus proche du lieu d'utilisation ou de consommation ?

Process moins polluant

La fabrication / la production est-elle moins polluante ?

Évaluer

Quelques indicateurs de suivi et d'évaluation de la performance de mes achats :

- Part de produits écologiques achetés en valeur et en nombre
- Nombre de produits écolabellisés / nombre total de produits
- Nombre de fournisseurs et prestataires engagés dans une démarche environnementale (ou possédant une certification environnementale)
- Quantité de produits fabriqués dans un rayon de 50 km, de 100 km, etc.
- Valeur des produits d'origine locale / valeur totale des produits achetés (retombées économiques locales)
- Quantité de produits d'entretien utilisés classés comme dangereux (irritant, nocif, dangereux pour l'environnement...)
- Quantité de produits jetables utilisés par an
- Nombre de produits (et quantités) contenant des matières recyclées / total
- Empreinte carbone par famille de produits achetés



Gestion écologique des espaces verts

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT

MÉTIER ET FONCTIONS

JARDINIERS
PRESTATAIRES ESPACES VERTS

OBJECTIFS

OBJECTIF 7
PRÉSERVATION DE LA DIVERSITÉ
BIOLOGIQUEOBJECTIF 9
RÉDUCTION DES POLLUTIONS

Destruction et fragmentation des habitats naturels, surexploitation, introduction d'espèces exotiques envahissantes, changements climatiques, pollution de l'eau, de l'air et des sols et gaspillage sont autant de phénomènes qui causent la disparition des espèces vivantes à un rythme mille fois supérieur au taux d'extinction naturel. Cette érosion accélérée sans précédent de la biodiversité est due à l'activité directe ou indirecte des hommes. Les espaces naturels sensibles sont des attraits touristiques et les services rendus par la nature sont pourtant inestimables. Par ailleurs, les produits phytosanitaires détruisent la vie dans les sols, polluent les ressources en eau et perturbent lourdement les écosystèmes. Ce sont des produits de traitement destinés à tuer les insectes (insecticides), les herbes (herbicides), à lutter contre les maladies (fongicides) ou à se débarrasser de divers animaux jugés nuisibles. Avec plus de 100 000 tonnes utilisées chaque année, la France est le 1^{er} consommateur européen de produits phytosanitaires. 3 % sont utilisés par les jardiniers privés. Même sur une petite propriété, une approche différente de la composition et de la gestion des espaces verts peut contribuer à endiguer la perte de biodiversité et à réduire puis abandonner l'usage des produits chimiques de traitement phytosanitaire.



→ Faire établir un inventaire écologique (faunistique et floristique) de sa propriété par des naturalistes.



En prévision de l'accueil d'un congrès international organisé en son sein par WWF International, l'Hôtel de Russie à Rome a engagé en 2006 un plan de gestion écologique. L'objectif était de faire revenir les nombreuses espèces de papillons qui faisaient autrefois le charme et la réputation de son jardin secret. Après de nombreux efforts et grâce à l'accompagnement technique du WWF Italie, ce jardin historique est redevenu un oasis de biodiversité.

1. Convertir son jardin pour accroître la biodiversité

Il est possible de préserver et de favoriser la diversité biologique au sein de la faune et de la flore lors de la création d'un parc, d'un jardin ou d'un camping par exemple. Il est tout aussi possible de convertir des espaces verts existants. C'est d'ailleurs l'un des facteurs clés dans la réduction des besoins en produits phytosanitaires.

Connaître son site

Avant de faire évoluer ses espaces verts, un rapide état des lieux s'impose.

- Faune et flore : Quelles sont les espèces présentes ? Certaines sont-elles protégées ou sensibles ? Quels sont les habitats naturels présents : prairies, boisements natu-

Gestion écologique des espaces verts



Sites Internet

Label Espaces Verts
Ecologiques (Ecocert)

www.ecocert.com/-Le-label-Eve-Espaces-verts-.html

Pôle de compétence Gestion
Différenciée

www.gestiondifferentiee.org

Centre d'écologie pratique
Terre Vivante

www.terrevivante.org

Plantes rares et jardin naturel
(Sérignan-du-Comtat, Vaucluse)

www.plantes-rares.com

Les fiches pratiques « Refuge LPO »

www.lpo.fr/refugeslpo/conseils/fiches

WWF - Organisation mondiale
de protection de la nature

www.wwf.fr

Direction régionale de
l'environnement PACA

www.paca.ecologie.gouv.fr

Site de l'association Haie Vive
spécialiste de la haie champêtre

www.haiesvives.org

Fondation française pour la
recherche sur la biodiversité

www.gis-ifb.org

- rels, pelouses, haies fleuries, arbres d'ornement... ?
- Existe-t-il des espaces naturels sensibles à proximité de la propriété ? La propriété entre-t-elle ou se situe-t-elle à proximité d'une zone bénéficiant d'un statut de protection ?
 - Quelles sont les ressources et quels sont les risques liés à l'eau ? Quels sont les milieux naturels aquatiques proches à préserver : fossés, mares, ruisseaux, zone humide... Quel est le parcours et quelle est la destination de l'écoulement naturel des eaux de pluie ?
 - Quelle est la nature du sol ? Ceci est fondamental pour la question des plantations.

Les principaux éléments du jardin naturel

Un jardin écologique se compose en utilisant les éléments suivants :

- la haie champêtre avec ses 3 strates : arborée, arbustive et herbacée ;
- le bosquet : haie mais en plus grand et avec une lisière forestière ;
- la mare naturelle : en pente douce, avec une flore locale et surtout n'introduisez pas d'animaux !
- les pelouses et prairies naturelles : la grande différence est la hauteur de végétation, à adapter selon les usages du site ;
- le muret de pierres sèches : habitats des sedums et des lézards par exemple ;
- les plantes grimpantes : sur les murs, dans la haie et sur les arbres (qu'elles n'étouffent pas !) ;
- les nichoirs et mangeoires : les petits plus pour une faune en difficulté lors des hivers rigoureux ;
- les tas de branches et de bois mort : pour les insectes décomposeurs (vitaux pour les écosystèmes) et pour certains oiseaux comme le troglodyte.

Recomposer le jardin

Les éléments clés du jardin naturel sont à réintégrer dans l'espace à convertir (les espaces verts en biodiversité sont souvent dépourvus de ces éléments). Procéder dans l'ordre indiqué. Il convient de dessiner ou de schématiser les espaces verts considérés pour bâtir un plan d'ensemble, même pour les plus petits espaces.

- Installer un écrin général, un cadre : la haie champêtre.
- Ajouter quelques arbres et arbustes, seuls ou en bosquet.
- Localiser une mare naturelle.
- Recréer un muret de pierres sèches.

Gestion écologique des espaces verts

- Localiser les plantes grimpantes.
- Placer des tas de bois par ci par là.
- Organiser des plates-bandes.
- Comblent les interstices avec la pelouse ou la prairie fleurie. Organiser aussi une prairie fleurie ou une friche dans un coin du jardin.
- Placer judicieusement des nichoirs, mangeoires et abreuvoirs pour oiseaux.
- Organiser des allées, des cheminements avec des matériaux rustiques et perméables à l'eau de pluie.
- Disposer le mobilier s'intégrant au cadre.

Créer un jardin en mosaïque

La biodiversité est favorisée par la disposition des espaces : chaque milieu naturel doit communiquer et échanger avec ses voisins.

- Diversifier au maximum les habitats naturels : du boisement au tas de bois en passant par la mare, la prairie fleurie et la haie champêtre.
- Créer des zones de transition et des « corridors biologiques ».
- Organiser ces différents habitats de façon à ce qu'ils communiquent ou interagissent entre eux. Créer des zones tampons (les zones de hautes herbes assureront la liaison entre la haie et la pelouse par exemple).

Pensez aussi à donner d'autres fonctions aux espaces verts dans une approche bioclimatique et de confort, adaptées aux spécificités méditerranéennes.

- Utiliser les végétaux pour protéger les bâtiments et la propriété contre les vents dominants et le mistral notamment.
- Utiliser les végétaux pour protéger les bâtiments des apports solaires en été tout en permettant leur valorisation en hiver (arbres à feuilles caduques).
- Utiliser les espaces verts pour favoriser le confort thermique et hygrométrique en fonction des espaces utilisés par les clients selon les saisons et les moments de la journée. Les spécificités climatiques méditerranéennes nécessitent d'avoir des approches différenciées quant à l'usage des espaces.

Utiliser les plantes locales

Pourquoi utiliser en priorité et en majorité les espèces locales ?

- Elles sont rustiques donc adaptées au climat et aux sols locaux.
- Elles demanderont moins d'eau et moins de soins, notamment moins voire aucun traitement chimique.



Bibliographie

Mariages réussis. Associations écologiques au jardin d'ornement. B. Lapouge-Déjean. Terre vivante.

Une mare naturelle dans votre jardin. H. Wilke. Terre Vivante.

Prairies fleuries. Christopher Lloyd. ULMER

Compost et paillage au jardin. Pépin D. Terre Vivante.

Jardins écologiques d'aujourd'hui. R. Bacher, Laurence Baudalet et Florence Englebert - Terre vivante

Le jardin naturel. V. Albouy. Delachaux et Niestlé.

Jardinez avec la nature - Les bases du jardinage écologique. V. Albouy. Edisud

Purin d'ortie & compagnie. Bertrand B., Collsert JP., & Petiot E. - Ed de Terran.

Nichoirs & Cie. Bernard Bertrand-Thierry Laversin - Ed de Terran.

Pelouses écologiques et autres couvre-sols. Edith Smeesters. Broquet

Le jardin écologique. Yves Gagnon. Editions Colloïdales.

Réaliser et entretenir son mur végétal. L. Bonte. Eyrolles

Jardiner écologique - Sans pesticide. E. Masson. Eyrolles

Les animaux pour un jardin écologique - Bienfaits et utilité des petites bêtes de la nature. C. Lorgnier du Mesnil. Vecchi

Gestion écologique des espaces verts

- Elles attirent une faune inféodée, auxiliaire du jardinier, limitant les maladies et parasites.
- Elles reconstituent les chaînes alimentaires naturelles. Il suffit simplement de répertorier et d'identifier ce qui pousse dans la campagne voisine pour faire ses choix.

2. La gestion différenciée des espaces verts

Selon qu'elle sera fréquemment ou peu piétinée, une pelouse n'est pas tondue de la même façon. Selon qu'elle soit d'ornement ou dédiée à la conservation de la faune, une haie ne reçoit pas le même traitement... Les différents usages d'un site définissent des modes d'intervention plus ou moins intensifs. L'entretien des espaces verts peut ainsi être différencié à mesure que l'on s'éloigne des infrastructures d'accueil.

- Abord des bâtiments d'accueil principaux : à soigner particulièrement.
- Autour : jardin des senteurs, potager pédagogique...
- Plus loin : habitats naturels pour une découverte ou une redécouverte de la faune et de la flore de la région.
- Entre les deux types d'espaces tous les intermédiaires sont possibles : lieux de promenades, zones de loisirs... Ces notions de différenciation des modes d'aménagement et, surtout, d'entretien d'un site sont ce que l'on appelle la gestion différenciée des espaces verts. Cette approche contribue à développer la biodiversité et réduire les ressources mobilisées pour entretenir les espaces extérieurs.

Méthode... Évaluer

Indicateurs de suivi des progrès :

- Taux de réduction de la quantité de produits phytosanitaires utilisés.
- Temps et ressources utilisées pour l'entretien des espaces verts.
- Nombre d'espèces présentes, dont les espèces sensibles, emblématiques ou protégées.
- Nombre d'habitats naturels identifiés sur la propriété.

3. Quels bénéfices pour l'établissement ?

- Réduction des coûts par l'abandon des produits phytosanitaires.
- Réduction des coûts par la réduction des interventions d'entretien (énergie, eau, temps passé, personnel).
- Qualité de service accrue : les jardins écologiques sont moins monotones, plus riches donc plus agréables à l'œil.
- Amélioration du confort des clients et économie d'énergie.
- Création d'un support concret et efficace de sensibilisation des clientèles.

Organiser un éco-événement

TYPES DE STRUCTURES

TOUT ÉTABLISSEMENT
PALAIS DE CONGRÈS
HÔTELS

MÉTIERS ET FONCTIONS

DIRECTION
RESPONSABLE COMMERCIAL

OBJECTIFS

OBJECTIF 2
IMPLICATION DANS L'ÉCONOMIE
ET LA VIE LOCALE

OBJECTIF 7
PRÉSERVATION DE LA DIVERSITÉ
BIOLOGIQUE

OBJECTIF 8
UTILISATION MAÎTRISÉE DES
RESSOURCES NATURELLES

OBJECTIF 9
RÉDUCTION DES POLLUTIONS

OBJECTIF 10
CHANGEMENT DE CULTURE POUR
LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Qu'il s'agisse d'un congrès, d'un salon ou d'une simple réunion, les événements ont vocation à rassembler ponctuellement du public sur des sites donnés. Ces événements génèrent des impacts sur l'environnement : production de déchets, pollution liée au transport, consommation d'eau et d'énergie sur place, etc. Leurs organisateurs peuvent donc intégrer dans la préparation de l'événement diverses bonnes pratiques pour réduire l'empreinte écologique de la manifestation.

1. Quels sont les pistes d'action d'un éco-événement ?

Eco-communicuer

Les modes de communication peuvent faire l'objet d'une approche d'éco-conception pour réduire les consommations de ressources et les pollutions associées. Du simple carton d'invitation aux affiches et objets de communication, tous les supports peuvent être modifiés en suivant les principes d'éco-conception.

Voir la fiche **MC18** L'éco-communication

Mobilité durable

Dans ce domaine, le principe est de réduire la consommation d'énergies fossiles liées aux transports de personnes (visiteurs, conférenciers, exposants, congressistes, participants divers...), de matériels (supports de communication, stands...) et de marchandises (denrées alimentaires, décorations...). Parmi les solutions, on favorisera les transports en commun, le covoiturage, etc. Et surtout, des solutions seront mises en place pour le fameux dernier kilomètre (depuis la gare ou autre point d'arrivée). Les émissions de gaz à effet de serre résiduelles pourront être compensées.

Voir la fiche **MC17** La mobilité durable

Accessibilité

Le lieu où se déroule l'événement doit en particulier être accessible à tous, notamment aux personnes souffrant de déficiences visuelles, auditives et motrices.

Voir la fiche **MC15** L'entreprise solidaire



Site des professionnels
de l'événement dédié au
développement durable
www.eco-evenement.org

Guide pour la conception
d'éco-événements en Nord-
Pas-de-Calais

www.eco-evenements-npdc.org

Green Meeting Industry Council
www.greenmeetings.info

Green Meeting Initiative
www.epa.gov/oppt/greenmeetings

Guide des éco-manifestations
en Poitou-Charentes

Organiser un éco-événement



→ Le Grimaldi Forum de Monaco mène une démarche environnementale certifiée selon la norme ISO 14001 : 2004 www.grimaldiforum.com rubrique ActGreen

→ Ecorismo, le forum-salon national des écoproduits et solutions environnementales pour le tourisme, applique une charte environnementale touchant par exemple l'aménagement des lieux (pas de moquette, stand en carton recyclé), la collecte sélective des déchets, l'emploi des produits issus de l'agriculture biologique. www.ecorismo.com

→ Le Parc Chanot Marseille Congrès & Expositions mène une démarche environnementale touchant par exemple le nettoyage des locaux (lingettes en microfibre réutilisables, nettoyeurs vapeur), la mobilité sur le site (machines autotractées électriques), le tri sélectif et la sensibilisation du personnel. www.parc-chanot.com

Achats éco-responsables

Tout ce qui sera proposé aux clients, visiteurs, participants de l'événement pourra trouver une alternative du côté des produits plus écologiques. L'éventail des possibilités est large. Le principe restera néanmoins de réduire les gaspillages et les achats inutiles. L'emploi de matériels et matériaux réutilisables, réutilisés ou recyclés permet également de réduire les déchets et les consommations de ressources. Un organisateur aura enfin un rôle incitatif voire sélectif entre les divers prestataires selon leur engagement en faveur du développement durable.

Voir la fiche **MC22** Acheter éco-responsable

Sensibiliser

En se rapprochant des acteurs du monde de l'éducation au développement durable, nombre d'animations pédagogiques sont imaginables pour amener les visiteurs et participants à prendre conscience des enjeux du développement durable. Les supports multimédia (films, bornes interactives...) ou traditionnels (affiches, brochures, publications...) transmettront différemment des messages de sensibilisation.

Voir la fiche **MC21** Sensibiliser pour faire agir ses clientèles

Eco-gérer le lieu

Pendant l'événement, priorité à la réduction des déchets et à leur valorisation. Les bâtiments en eux-mêmes sont susceptibles de recevoir toutes les nouvelles solutions environnementales (éclairage économe, robinetterie économe...).

Mobiliser les hébergeurs

Si l'événement s'étale sur plusieurs jours, les prestataires d'hébergement alentours peuvent être associés aux initiatives environnementales. Bien entendu, les hébergements engagés dans une démarche reconnue seront privilégiés. Mais des actions ponctuelles même simples et efficaces peuvent être imaginées (réutilisation des serviettes pour la deuxième nuit, produits bio locaux au petit déjeuner...).

2. Comment piloter la démarche ?

L'organisation nécessaire à la transformation d'un événement dans le sens d'une meilleure réponse aux enjeux de développement durable est proportionnelle à la complexité de son organisation. Un hôtelier qui accueillera un séminaire sur deux jours pour cinquante personnes s'orientera sur des achats éco-responsables et puisera

Organiser un éco-événement

d'autres idées applicables immédiatement dans les différents domaines évoqués précédemment. En revanche, dès que plusieurs prestataires sont impliqués, une démarche structurée s'impose. Dès la planification, il conviendra d'analyser les activités les plus significatives pour l'environnement puis bâtir un plan d'actions, impliquant souvent l'insertion de clauses environnementales dans les cahiers des charges des prestations.

Voir la fiche **MC01** Organiser sa démarche de progrès



→ Toute activité humaine, quelle qu'elle soit, engendre directement ou indirectement des émissions de gaz à effet de serre. Afin d'agir, il est nécessaire d'établir un bilan pour connaître ses marges de manœuvre. La méthode Bilan Carbone a été développée par l'ADEME pour comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre de toute organisation. Cette démarche est très instructive pour analyser les achats du point de vue de leur contribution au changement climatique.



BILAN CARBONE®

Pour en savoir plus :
www.compensationco2.fr et
www.ademe.fr /
rubriques Domaines
d'intervention / Changement
climatique / Entreprises

Glossaire



AB	agriculture biologique	ESAT	établissements ou services d'aide par le travail
ACFCI	assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie	FNHHA	fédération nationale de l'hôtellerie de plein air
ADEME	agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie	GES	gaz à effet de serre
AFAQ	association française d'assurance qualité	HCFC	gaz hydrochlorofluorocarbone
AFNOR	association française de normalisation	HFC	gaz hydrofluorocarbone
AFPA	association nationale pour la formation professionnelle des adultes	HQE®	haute qualité environnementale
AGEFIPH	association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées	ICPE	installations classées pour la protection de l'environnement
ANPE	agence nationale pour l'emploi	IH&RA	association internationale des hôtels et restaurants
BAES	blocs auxiliaires d'éclairage de secours	ILO	international labour organisation / organisation internationale du travail
BIT	bureau international du travail	ISO	international standard organisation / organisation internationale de normalisation
CCDSA	commission consultative départementale de sécurité et d'accessibilité	LEDs	diodes électroluminescentes
CCI	chambre de commerce et d'industrie	MDTH	maison départementale du travailleur handicapé
CDT	comité départemental du tourisme	MTD	meilleures technologies disponibles
CFC	gaz chlorofluorocarbone	OMT	organisation mondiale du tourisme
CRAM	caisse régionale d'assurance maladie	OT-SI	offices de tourisme et syndicats d'initiatives
CROUS	centre régional des oeuvres universitaires et scolaires	PNUE	programme des nations unies pour l'environnement
CRT	comité régional du tourisme	POPE	loi de programme fixant les orientations de la politique énergétique
DEEE	déchets d'équipements électriques et électroniques	PRIDES	pôles régionaux d'innovation et de développement économique solidaire
DIF	droit individuel à la formation	SPANC	service public d'assainissement non collectif
DIREN	direction régionale de l'environnement	URSSAF	union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et allocations familiales
DRDFE	direction régionale au droit des femmes et de l'égalité	VAE	validation des acquis de l'expérience
DRTEFP	direction régionale du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle	WWF	fonds mondial pour la nature
DSF	direction des services fiscaux		
EA	entreprises adaptées		
EMAS	eco-management and audit scheme		

Les partenaires du projet



CHAMBRE RÉGIONALE
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR CORSE

8, rue Neuve Saint Martin
BP 81880 – 13221 Marseille
Cedex 01
Tél. : 04 91 14 42 00
Fax : 04 91 14 42 45
information@pacac.cci.fr
www.pacac.cci.fr

LA CHAMBRE RÉGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR-CORSE ET LE RÉSEAU CONSULAIRE

La Chambre régionale est la Chambre des 9 Chambres de commerce et d'industrie qui composent la circonscription Provence Alpes Côte d'Azur Corse. Elle a la particularité d'associer 2 régions, la continentale Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'insulaire Corse.

Le réseau des CCI Provence Alpes Côte d'Azur Corse en quelques chiffres :

- 4 000 collaborateurs
- 400 élus
- 200 000 ressortissants
- 8 départements
- 10 concessions aéroportuaires
- 16 concessions portuaires

Engagé sur le terrain pour faciliter la prise en compte du développement durable dans la gestion des entreprises, à travers des actions collectives ou individuelles, le réseau consulaire œuvre depuis plusieurs années à la professionnalisation des entreprises touristiques régionales, en les accompagnant dans toutes les questions, qu'elles soient d'ordre réglementaire, technologique ou organisationnel.

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

Direction de l'économie -
Service tourisme :
04 91 57 54 60

Direction du développement
durable - Service Energie,
Déchets, Air et Technologies de
l'Environnement :
04 88 10 76 90
www.regionpaca.fr

LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, à travers son Schéma Régional de Développement Touristique et la démarche AGIR – Action Globale et Innovante pour la Région - souhaite devenir une destination de référence en matière de tourisme durable. La Région a placé l'environnement au cœur de ses politiques touristiques et a ainsi souhaité impulser la réalisation de cet éco-guide interprofessionnel sur la Responsabilité Sociale et Environnementale. Soutien aux diagnostics, accompagnement à la professionnalisation et éco-conditionnalité des aides aux investissements, la Région soutient les actions des professionnels et de leurs réseaux visant à l'amélioration des performances environnementales et sociales des entreprises et autres structures d'accueil touristiques.

Les partenaires du projet

AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE (ADEME)

DÉLÉGATION RÉGIONALE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Remplissant dans ses champs de compétences le rôle d'incitation de l'Etat, l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie est un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial sous la tutelle conjointe des Ministères chargés de la Recherche, de l'Ecologie, de l'Énergie, du Développement Durable et de l'Aménagement du Territoire.

Acteur majeur du développement durable, l'ADEME participe à la mise en œuvre des politiques publiques en matière d'énergie et de protection de l'environnement et a pour mission de susciter, d'animer ou de réaliser des opérations dans les domaines suivants :

- maîtrise de l'énergie et promotion des énergies renouvelables,
- prévention de la pollution de l'air,
- optimisation de la gestion globale des déchets,
- management environnemental,
- éco-conception,
- traitement des sols pollués,
- lutte contre les nuisances sonores.

Dans une démarche systématiquement fondée sur le partenariat, l'ADEME met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des pouvoirs publics, des collectivités locales et territoriales, des entreprises, des associations et des particuliers, les aide à financer leurs projets et à progresser dans leurs démarches de développement durable.

L'implantation régionale de l'ADEME et le travail mené sur le terrain par l'équipe de la Délégation favorisent une approche de proximité et le montage de projets adaptés aux contextes locaux.

A ce titre, l'ADEME PACA soutient, depuis bientôt 10 ans les opérations menées notamment par le réseau consulaire PACA visant à accompagner des démarches d'amélioration des performances environnementales dans le secteur du tourisme. Elle apporte aujourd'hui son soutien technique et financier à la réalisation de l'écoguide et du site MAGESTOUR.



2 boulevard de Gabès - BP 139
13267 MARSEILLE Cedex 08
Tél : 04 91 32 84 44
Fax : 04 91 32 84 66

Contact Pôle Entreprises
Tél : 04 91 32 84 58

ademe.paca@ademe.fr
www.ademe.fr/paca

Les partenaires du projet



Provence-Alpes-Côte d'Azur
Comité Régional de Tourisme

Direction de l'intelligence
économique et de l'information
Tél : 04 91 56 47 00
Fax : 04 91 56 47 01
information@crt-paca.fr
www.decouverte-paca.fr

LE COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR (CRT)

Le cœur de métier du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur est de valoriser et de communiquer une offre touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur adaptée aux exigences des clientèles. Il intervient dans la mise en œuvre des chantiers du Schéma Régional de Développement Touristique 2006-2010 sur les volets valorisation, sensibilisation et promotion. Dans ce cadre, il accompagne la Région dans sa politique en faveur du tourisme durable pour promouvoir ses actions aussi bien auprès des clientèles que des professionnels du secteur touristique. C'est la raison pour laquelle il participe à l'élaboration de cet écoguide interprofessionnel sur la Responsabilité Sociale et Environnementale et sa promotion auprès des professionnels.



UNAT PACA c/o VTF
1460 route de Galice
13097 Aix en Provence cedex 2
Tél : 04 42 66 31 86
Fax : 04 42 95 86 57
paca@unat.asso.fr
www.unat-paca.asso.fr

UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME, DÉLÉGATION DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

L'Unat Paca regroupe des associations de tourisme de la région et a pour objectif de contribuer au développement et à l'accès des vacances pour tous ; cela par la mise en œuvre d'une politique tarifaire adaptée, d'actions et la mise en relation d'acteurs touristiques et de partenaires locaux. Consciente des enjeux du développement durable dans le secteur du tourisme, l'Unat Paca mène, depuis le début de l'année 2005, une campagne de sensibilisation à cette démarche auprès de l'ensemble des structures du tourisme associatif à vocation sociale et solidaire. Ainsi, l'Unat contribue activement à l'objectif d'un "développement durable et soutenu" afin de concilier "développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité locale".



logisdefrance@visitprovence.com
www.logisdefrance-sud.com

FÉDÉRATION RÉGIONALE DES LOGIS DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Première chaîne d'hôtels-restaurants indépendants en Europe, les Logis adhèrent tous à la même charte de qualité. Ils font l'objet de contrôles réguliers effectués sous la forme de clients mystères. Conscients de l'intérêt majeur de proposer un tourisme durable, la nouvelle grille de classement des Logis comprend un chapitre sur les démarches environnementales déterminant dans le classement chemisées des hôtels. Au niveau local, la Fédération Régionale des Logis entourée par les associations départementales encourage les hôteliers restaurateurs Logis à mettre en place dans leurs établissements une véritable politique de développement durable.

Les partenaires du projet

FÉDÉRATION RÉGIONALE DES GÎTES DE FRANCE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Les Gîtes de France PACA sont à l'origine de la création de la qualification Ecogite®, qualification mise en œuvre désormais sur l'ensemble du territoire français.

Elle permet d'identifier les hébergements qui s'engagent de manière déterminée dans une démarche de développement durable, prenant en compte l'intégration de l'hébergement dans son environnement, l'utilisation de matériaux locaux et sains, la gestion des énergies (notamment recours à l'eau chaude sanitaire solaire et aux énergies renouvelables pour le chauffage), la gestion de l'eau et des déchets. L'exemplarité de cette qualification tient notamment à la recherche de performances mesurables des bâtiments concernés, et au contrôle des résultats réalisés par les propriétaires sous l'autorité des Relais départementaux des Gîtes de France.



BP 215
83068 DRAGUIGNAN Cédex
Tél. : 04 94 50 93 91
Fax : 04 94 50 93 90
contact@gites-de-france-paca.fr

www.gites-de-france-paca.com

www.ecogite.fr

CLÉVACANCES PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Au sein du réseau Clévacances, label national de gîtes, locations de vacances et chambres d'hôtes, la mise en œuvre d'une qualification « environnement » date de 2008. Au-delà d'une grille présentant les principales thématiques à prendre en compte, les Clévacances souhaitent s'intégrer dans la démarche « Agir 100 gîtes exemplaires », et adopter le cahier des charges élaboré dans l'objectif de véritables performances environnementales.



Comité Départemental du
Tourisme
BP 26 - 13370 Mallemort
Tél. : 04 90 59 49 35
Fax : 04 90 59 16 75
ppansier@visitprovence.com

www.clevacances.com

UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

L'UMIH PACA, regroupe les fédérations syndicales patronales de l'Hôtellerie, Restauration des Alpes de Haute Provence, des Hautes Alpes, des Alpes Maritimes, des Bouches du Rhône, du Var et du Vaucluse.

Elle s'est fixée pour objectif de reprendre l'article 1 des statuts : Article 1 : Entre les départements des Alpes Maritimes, des Alpes de Haute Provence, des Hautes Alpes, des Bouches du Rhône, du Var et du Vaucluse, il est formé une Fédération des Syndicats Départementaux dénommée UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR (UMIH PACA).

L'UMIH PACA s'est engagée dans une politique de communication après des CHR pour les sensibiliser au développement durable, à l'environnement.



FIH 13
8 rue Euthymènes
13001 Marseille
Tél. : 04 91 54 79 00
chr-13@wanadoo.fr

Les partenaires du projet



Tél. 04 91 14 42 26
pmc@pacac.cci.fr

www.provencemed-congres.com

PROVENCE MÉDITERRANÉE CONGRÈS

Provence Méditerranée Congrès est une association régionale de villes de congrès, initiée en 1975 par les professionnels avec le concours de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie de Provence Alpes Côte d'Azur Corse. Elle regroupe à ce jour 11 destinations (Aix-en-Provence – Ajaccio – Arles – Aubagne – Avignon – Hyères les Palmiers – La Grande Motte – Mandelieu-la Napoule – Marseille – Saint-Raphaël – Toulon) et constitue un réseau de professionnels actifs en matière de tourisme d'affaires. Ses principales missions sont de promouvoir les destinations du Sud de la France et de faire valoir la compétence et le dynamisme de ses équipes, avec la volonté d'un tourisme d'affaires toujours plus responsable. Pour cela, PMC favorise l'échange de savoir-faire et de compétence au sein de son réseau en privilégiant les rencontres entre les organisateurs de congrès membres de l'association, et répond aux besoins de démarche qualité pour permettre aux destinations d'améliorer sans cesse leurs performances sociales et environnementales (projets de certification ISO 14001, Qualité Tourisme...).

PÔLES RÉGIONAUX D'INNOVATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE SOLIDAIRE (PRIDES)

Pièce maîtresse du Schéma Régional de Développement Économique approuvé en Assemblée Plénière le 12 juin dernier après une concertation approfondie avec les acteurs économiques, les PRIDES s'adressent avant tout aux entreprises et aux associations d'entreprises d'un même secteur d'activité en les incitant à coopérer.



Provence Côte d'Azur Events
400 Promenade des Anglais
BP 3126 06203 Nice cedex 3
contact@
provencecotedazurevents.com

PRIDES PROVENCE CÔTE D'AZUR EVENTS

Provence Côte d'Azur Events, pôle d'excellence de l'industrie des rencontres et événements professionnels, est une association qui regroupe les principaux acteurs de l'événementiel. Il s'inscrit dans la politique régionale des PRIDES. A ce jour, plus de 70 entreprises ont adhéré à Provence Côte d'Azur Events sur l'intégralité du territoire régional. Parmi les nombreuses missions qui lui ont été confiées, la démarche RSE constitue une priorité. A ce titre, Provence Côte d'Azur accompagne les professionnels de la filière qui souhaitent s'engager dans cette voie. Par ailleurs, Provence Côte d'Azur Events doit mettre en place un observatoire de la profession en région PACA et assurer une veille technologique pour ses adhérents. Enfin, l'association fédère et coordonne la présence des acteurs économiques sur les salons internationaux de la profession et assure une prospection commerciale pour ses adhérents sur le marché des congrès associatifs internationaux.

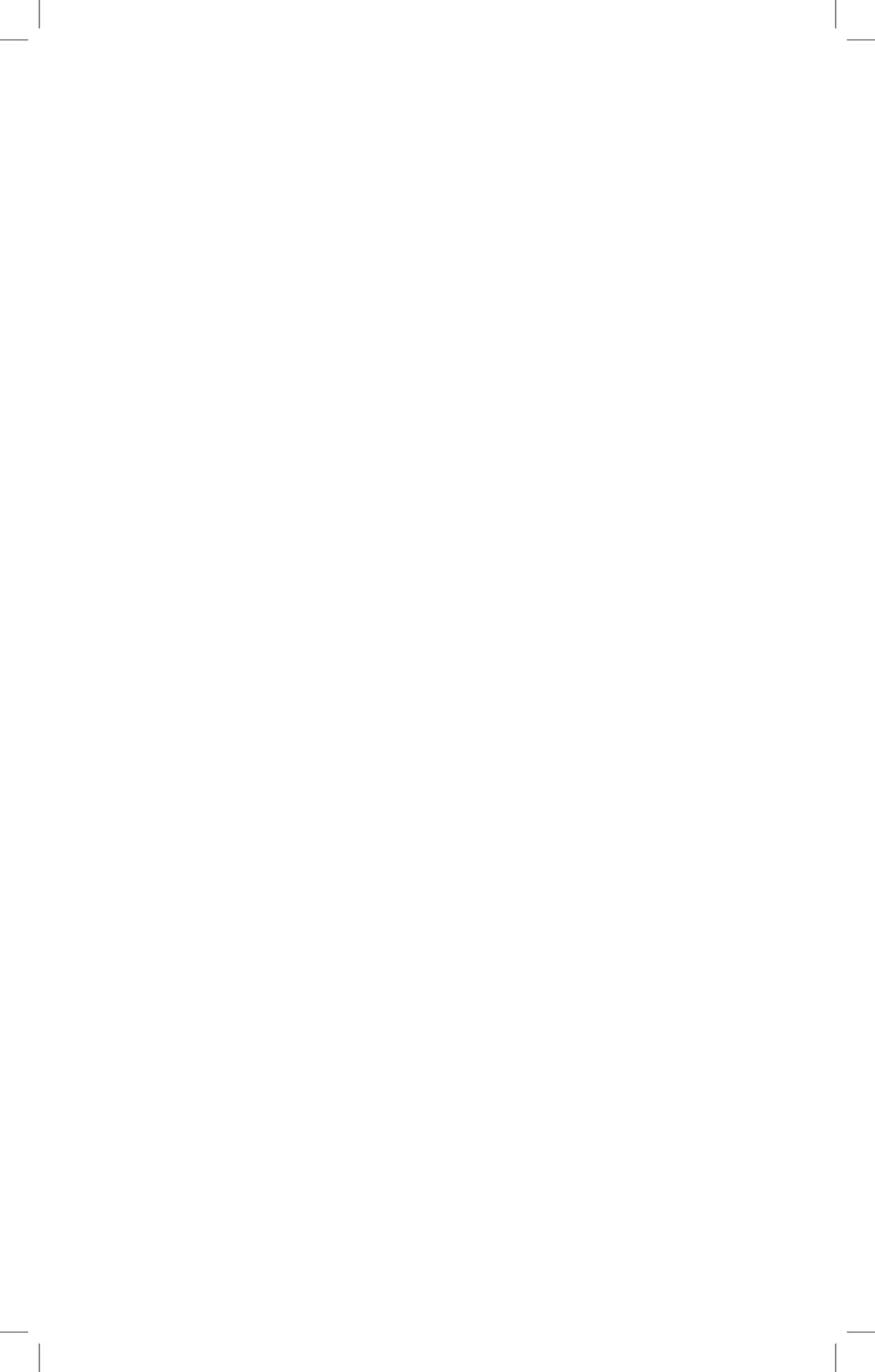
Les partenaires du projet

PRIDES CARAC'TERRES, TOURISME SOLIDAIRE DES TERRITOIRES PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Labellisé PRIDES (Pôle Régional d'Innovation et de Développement Économique Solidaire) par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur en juillet 2008, Carac'Terres a vocation à développer des partenariats entre les professionnels, à soutenir les projets les plus innovants et les plus porteurs de développement et d'emploi. Ouvert à toute structure publique ou privée du tourisme solidaire des territoires (à vocation sociale, familial, de loisir, sportif, culturel, durable et solidaire) développant une activité en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le réseau vise à favoriser les échanges et les collaborations et à promouvoir la filière sur des valeurs de solidarité et de responsabilité sociale et environnementale. La stratégie de Carac'Terres s'appuie sur un plan d'actions adapté aux besoins des entreprises afin de renforcer la commercialisation de leurs produits, développer leur visibilité, les conseiller et les accompagner.



PRIDES CARAC'TERRES
 Le Bel Ormeau
 373 avenue Jean-Paul Coste - Bt H
 13100 Aix en Provence cedex 02
 Tél. : 04 42 91 50 82
 Fax : 04 42 91 50 81
caracterres@orange.fr



Editeur

Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Provence Alpes Côte d'Azur Corse
8, rue Neuve Saint Martin – 13001 Marseille
www.pacac.cci.fr

Directeur de la publication

Jacques BIANCHI, Président de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie
Provence Alpes Côte d'Azur Corse

Conception et coordination éditoriale

Laurence CAILLLOL, Responsable développement durable, CRCI PACAC
Lucile TISSOT-LAYS, Responsable Communication, CRCI PACAC

Rédacteurs et concepteurs

FTC - FRANCOIS-TOURISME-CONSULTANTS (Yohann ROBERT, Philippe FRANÇOIS,
Guillaume BERAU, Mathilde ANGELERI, Delphine VILATTE, Céline TIXIER,
Fabrice LAMY, Elia CONTE, Audrey CAVALIERE, Emmanuel CARON)
www.francoistourismeconsultants.com

TEC – TOURISME, TRANSPORTS, TERRITOIRES, ENVIRONNEMENT CONSEIL
(Marie LOOTVOET, Louise DE TORCY)
www.tec-conseil.com

Création graphique, suivi de fabrication

www.studio-magellan.com

Ont également contribué à cet ouvrage

Ambre BOIRAL (CRCI PACAC), Stéphanie CIAIS (Provence Méditerranée Congrès),
Anne-Marie FRUTEAU DE LACLOS (ADEME PACA), Céline HERTGEN (CRCI PACAC),
Folco LAVERDIERE (Région PACA), Cécile MICHELIN (CRCI PACAC), Michèle MUDRY
(CRCI PACAC), Alexandre NOEL (Région PACA), Patricia PANSIER (Fédération des Gîtes
de France PACA), Brigitte PLOUVIEZ (CRCI PACAC), Sylvie PUGET (CRCI PACAC), Florence
SOSCIA (CCI du Var), Béatrice TONINI (ADEME PACA), Valérie VUILLERME (CRT PACA).

Mars 2009

Imprimé par Audry & Schaffer [13]







