

Votre région Le fait du jour

Lagnes

Ces professionnels qui favorisent le tourisme responsable

Avec 5 millions de touristes et plus de 23 millions de nuitées par an, le Vaucluse s'impose au fil du temps comme une destination à part entière. Face à ce flux massif, les acteurs de la branche souhaitent développer et mettre en avant un tourisme durable et responsable qui se caractérise par des actions somme toutes assez naturelles.

En matière de tourisme responsable, l'hôtel Mas des Grès et son restaurant sous les platanes sont précurseurs en la matière. Cet établissement de charme situé à Lagnes, entre L'Isle-sur-la-Sorgue et l'entrée du Luberon, coche toutes les cases. Une volonté affichée par ses propriétaires comme le rappelle Émilie Brès en place depuis deux ans : « Le mas a 230 ans, comme les platanes sur le terrain, mais il s'agit d'un hôtel que depuis 50 ans. On a choisi de s'inscrire dans cette démarche écologique dès le départ, car c'était l'idée de nos prédécesseurs qui eux-mêmes étaient déjà dans cette logique. Ils étaient avant-gar-

distes, et d'ailleurs c'est une des raisons qui explique pourquoi notre choix s'est porté sur cet établissement. » Un hôtel de 14 chambres, classé +3 étoiles, qui fait la part belle à la proximité, que ce soit avec les artisans locaux partenaires et l'ensemble des acteurs : « C'est une synergie qui doit s'opérer entre nous. Nous sommes des professionnels du tourisme, nous recevons beaucoup de monde toute l'année, on se doit d'être sensibilisés à ces pratiques. On le met en avant sans trop en faire non plus. »

Réduire la consommation d'énergie, privilégier les circuits courts

Et parmi les actions qui entrent dans l'écotourisme, celles qui touchent à l'énergie sont significatives : « Elles permettent de réaliser des économies non négligeables également. Nous avons installé des panneaux solaires raccordés au chauffe-eau, et d'autres sur le pool-house pour chauffer l'eau de la piscine. Nous avons également installé un rideau solaire sur

la piscine, il nous permet aussi d'éviter l'évaporation d'eau. Des lumières Led ont aussi été privilégiées. » Mais ce n'est pas tout. L'établissement incite ses clients à ne pas changer systématiquement les serviettes de bain tous les jours, utilise également des produits d'entretien éco-labellisés, a limité son espace de pelouse très consommatrice en eau et fait la part belle aux produits locaux. Que ce soit pour l'hôtel ou pour le restaurant : « Les légumes sont de L'Isle-sur-la-Sorgue, l'huile d'olive d'Oppède, les confitures de Robion, le miel de Lagnes, les viandes et charcuteries du Ventoux, la truite de Saumane. On adapte les plats en fonction de ce que la terre nous donne et de la saison. Et d'ailleurs la clientèle est extrêmement sensible. Et en fonctionnant comme cela, il n'y a pas non plus de frais de livraison. » Des habitudes qui pourtant ne sont pas encore un véritable argument de vente : « Je mets un bémol là-dessus, car ce n'est pas quelque chose qui doit être un leitmotiv. Mais en tout cas, il y a une véritable prise de cons-

cience de la nécessité. » Pratiquer le tourisme responsable c'est également être soucieux de la fréquentation des zones de la région. Et là aussi, Émilie Brès est très sensible auprès de sa clientèle : « Nous essayons de guider les clients vers des secteurs pour éviter la surpopulation. On les conseille par rapport à la chaleur, par exemple. En plein été, on se tient informés de ce qui se pratique. On va les envoyer à Lauris, à Sault au lieu de Gordes par exemple. On va les envoyer du côté de la Camargue. On va essayer de les répartir car de toute façon on sait qu'ils iront à Fontaine-de-Vaucluse, au Colorado provençal ou à Gordes. Même chose pour les Gorges du Toulourenc. C'est important de bien les conseiller. C'est aussi du bon sens. »

Émilie Brès, son mari et ses équipes sont donc tournés vers l'écotourisme, mais des projets sont toujours dans les esprits pour continuer à aller dans ce sens, sans se montrer « totalitaire » : « J'aimerais arriver à réaliser un potager sur nos terres qui permettrait d'agrémenter la cuisine, mais aussi de proposer aux clients



de se balader à l'intérieur, de les sensibiliser encore plus. Notre clientèle est souvent urbaine, nous avons là aussi un rôle à jouer. »

● Alex Guey

« On s'est fixé quatre grands piliers pour agir »



Questions à ►
Émilie André, chargée de mission ingénierie à Vaucluse Provence Attractivité

● Favoriser le tourisme responsable est une volonté affichée auprès des professionnels ?

« Au départ quand je suis arrivée chez Vaucluse Provence Attractivité en 2018, j'ai fait le constat que la destination était très nature et qu'il fallait agir sur ce point. J'ai contacté tous les acteurs du tourisme pour les sonder sur le développement durable et le tourisme et ils

étaient tous favorables pour y aller dans une direction commune. On a lancé une étude qui nous a fait ressortir différents résultats, comme par exemple que le transport représente 70 % des gaz à effet de serre dans un séjour, suivi de l'hébergement et de la restauration. »

● Quelles sont les actions qui seront menées par Vaucluse Provence Attractivité et l'ensemble des acteurs ?

« On s'est fixé quatre grands piliers pour agir. Travailler un tourisme quatre saisons. L'objectif est de décentraliser sur toute l'an-

née en organisant l'offre et en communiquant beaucoup plus. Autre axe à mener, l'accompagnement des professionnels dans la transition au travers d'un parcours de formation, d'une plateforme d'autodiagnostic qui permet de savoir réellement où on en est par rapport au développement durable. Et ce n'est pas tout. Il faut également accompagner les professionnels dans la construction d'offres d'écotourismes et slow touristiques. Et enfin, il est nécessaire de favoriser les modes de déplacement doux en choisissant les transports collectifs, le développement du vélo, de la

randonnée ».

● Un logo est né «Le Vaucluse, naturellement Provence». Quelle est sa signification ?

« On a choisi cela pour fédérer les acteurs autour d'une démarche commune. L'idée d'un positionnement c'est pour favoriser l'image et la notoriété d'une destination. Si on fait bien les choses, les professionnels vont adhérer. On a construit de façon très identitaire pour retrouver les valeurs de notre territoire. Il faut que ça transpire. »

● Propos recueillis par Alex Guey



Les chiffres du tourisme dans le Vaucluse

Le département enregistre 5 millions de touristes par an, dont plus de la moitié (59 %) sont Français. Les touristes qui résident en moyenne 4,6 jours sur le territoire préfèrent à 31 % le Luberon suivi par le Ventoux (27 %), le secteur du Grand Avignon (26 %) et la Vallée du Rhône à 16 %. Une affluence qui crée directement 12 000 emplois touristiques et génère en moyenne 1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Bien évidemment, c'est à l'été que les professionnels réalisent plus du tiers de leur activité (34 %) pour 26 % entre avril et juin, 21 % à l'arrière-saison et moins de 19 % en hiver. En moyenne, chaque visiteur dépense environ 69,20€ par jour soit 764€ par séjour.

1 Source. FVT



Le Luberon est le secteur plus prisé. Photo LeDL/Angélique Surel