



COMMUNICATION ET TOURISME DURABLE



QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION RESPONSABLE DANS LE TOURISME ?

Elle englobe l'ensemble des pratiques de communication qui intègrent les principes du développement durable.

- Utilisation de supports écoresponsables
- Promotion de comportements éthiques
- Engagement envers des contenus utiles et pertinents.
(s'interroger autant sur le fond que sur la forme des messages)



LES PILIERS DE LA **COMMUNICATION** **RESPONSABLE**

1. MESSAGES RESPONSABLES

QU'EST-CE QU'UN MESSAGE RESPONSABLE ?

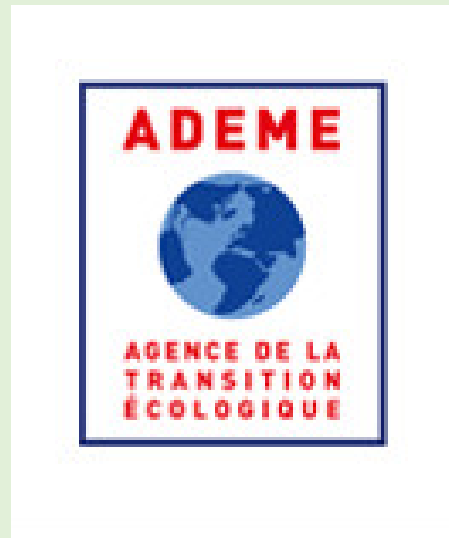
Clarté : il n'induit pas le public en erreur

Véracité : les faits présentés sont réels et peuvent être justifiés

Proportionnalité : le message décrit **sans exagération** vos actions ou les propriétés de vos produits

L'ADEME (l'agence de la transition écologique) définit la communication responsable

LE GUIDE



1. MESSAGES RESPONSABLES

- ✓ Diffuser des informations transparentes, honnêtes et éducatives qui encouragent des comportements durables



Le 13 février 2023 - par **Anais** 839

Eco-friendly

LES ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE

Depuis notre création le 1er janvier 2018, nous sommes un Office de Tourisme engagé pour un tourisme plus durable. Limiter notre impact au maximum : telle est notre devise. Ces engagements se traduisent à divers niveaux et notamment la communication. Découvrez ici nos actions pour une communication plus responsable.

UNE COMMUNICATION ENGAGÉE ET TRANSPARENTE

L'Office de Tourisme de Médoc plein Sud s'engage activement dans une communication responsable.

Ils encouragent, l'utilisation de modes de transport doux et la découverte de la nature de manière respectueuse.

Montrer des choses vraies et mettre en avant les pratiques locales vertueuses.

2. ÉVITER LE GREENWASHING

Assurer que les messages reflètent des actions réelles et vérifiables, et non des stratégies marketing trompeuses.



Téléchargez le guide Anti greenwashing

Vous êtes sur le point de réaliser une campagne de communication afin de valoriser la démarche développement durable de votre organisation ou les qualités écologiques de votre produit ou service ? Découvrez le guide !

Télécharger le guide

3. ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DES SUPPORTS

- ✓ Choisir des matériaux et des méthodes de production qui minimisent l'impact environnemental, que ce soit pour des supports imprimés ou numériques.

Economisez de l'encre

Spranq eco sans

Garamond

Times New Roman

Century Gothic

ryman
eco

Cambria

Réduire sa consommation d'encre. (limiter les aplats de couleur)

Des polices écologiques et économiques (une réduction de consommation d'encre d'environ 28%.)

Choisir des encres « alternatives » (encres végétales...)

Moins consommer de papier. (calculer le nombre juste de tirage)

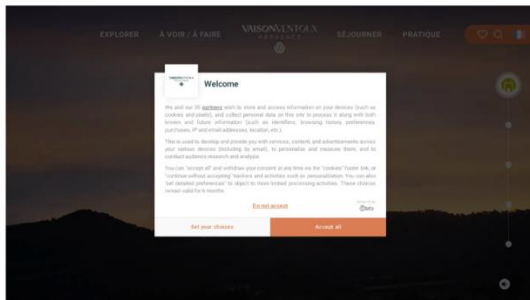
3. ÉCO-SOCIO-CONCEPTION DES SUPPORTS

✓ Changer ses pratiques numériques

F

Outch.

Score : 18 / 100



[Que veut dire mon score](#) ▾

On ne va pas se le cacher : ça fait mal. Il est temps d'agir !



Classement de la page : 384272 / 430933

- Trop lourde 5.307 Mo
- Trop complexe 4561 éléments
- Trop de requêtes 95 requêtes

[Voir les détails du score](#) >

Le choix des couleurs. (privilégier les couleurs sombres)

Se limiter aux fonctionnalités utiles à vos utilisateurs

Qualité de l'hébergement de votre site internet

Réduire le poids des images et des vidéos (Aussi dans les mails)

ecoindex.fr



2 EXEMPLES DE COMMUNICATION RESPONSABLE DANS LE TOURISME

SÉJOURS BAS-CARBONE

CRT Nouvelle-Aquitaine



Développement de séjours à faible empreinte carbone, en collaboration avec des acteurs locaux.

Accessibles en train, ces séjours font le choix des mobilités douces (transports en commun, vélo, rando...), d'activités et hébergements à taille humaine engagés en faveur d'un tourisme durable, et de produits locaux.

SITE WEB ÉCO-CONÇU

Office de Tourisme des
Ménuires

Menu



[Météo](#) [Webcams](#) [Pistes et remontées](#) 

Les Ménuires, petits plaisirs
et grandes émotions



Depuis 60 ans, la station de ski des Ménuires, située à 1850 mètres d'altitude, s'est imposée comme la valeur sûre des 3 Vallées. Avec ses



**Pack séjour au ski à
petit prix**



**En direct : météo,
webcams, pistes et...**



**Adoption de la sobriété éditoriale
pour une communication
numérique responsable, limitant
la surcharge informationnelle.**

SOBRIÉTÉ ÉDITORIALE : LES IDÉES REÇUES



La sobriété éditoriale, c'est écrire court



La sobriété éditoriale, c'est cesser de publier



La sobriété éditoriale, c'est pénaliser son référencement



La sobriété éditoriale, c'est restreindre ses cibles



C'est proposer un contenu fouillé, sourcé et à haute valeur ajoutée, qui éclaire l'internaute.



C'est communiquer de manière raisonnée, à bon escient en restant concentré sur son coeur de métier.



C'est améliorer son SEO avec des contenus de fond, enrichis régulièrement pour répondre aux intentions de recherche.



C'est un contenu à plus faible audience, mais qui génère une véritable adhésion avec une hyper qualification des cibles qui sont des « convaincus » et un taux de conversion supérieur au taux classique.

AGIR ENSEMBLE POUR UN TOURISME PLUS DURABLE



La communication peut vraiment
changer les choses, **mais tout le
monde doit s'y mettre : les
voyageurs, les professionnels...**



08



Dans un monde où la responsabilité sociale et environnementale prend de plus en plus de place, il devient essentiel de repenser sa communication pour allier performance et impact positif. Cette formation vous apprendra à trouver cet équilibre crucial, à valoriser vos engagements sans tomber dans le piège du greenwashing, et à créer des contenus qui résonnent avec votre audience tout en ayant un impact bénéfique.

JEUDI 6 FÉVRIER

8H30 > 12H30

PRÉREQUIS

Intérêt pour les pratiques responsables et durables.

Accès à un ordinateur ou une tablette.

COMMUNICATION ET TOURISME DURABLE > ALLIEZ CONTENUS PERTINENTS ET IMPACTS POSITIFS

HORAIRE	CONTENU	DÉTAIL(S)
08h30 - 09h00	Introduction et présentation des objectifs	Comprendre l'importance d'une communication responsable dans le contexte actuel.
09h00 - 09h30	Les bases de la communication responsable	Acquisition des fondamentaux : éthique, transparence, et durabilité.
09h30 - 10h00	Trouver l'équilibre entre performance et impact positif	Techniques pour créer des contenus à la fois engageants et bénéfiques pour la société et l'environnement.
10h00 - 10h15	Pause	
10h15 - 10h45	Éviter le greenwashing et valoriser ses engagements authentiquement	Stratégies pour communiquer vos engagements de manière crédible et sans tromperie.
10h45 - 11h15	Atelier pratique : élaboration de contenus responsables et performants	Création de messages et de visuels qui allient pertinence et responsabilité.
11h15 - 12h00	Études de cas et retours d'expérience	Analyse de campagnes réussies, identification des meilleures pratiques.
12h00 - 12h30	Questions/Réponses et conclusion	