

Comment faire évoluer mon offre vers le tourisme responsable ?

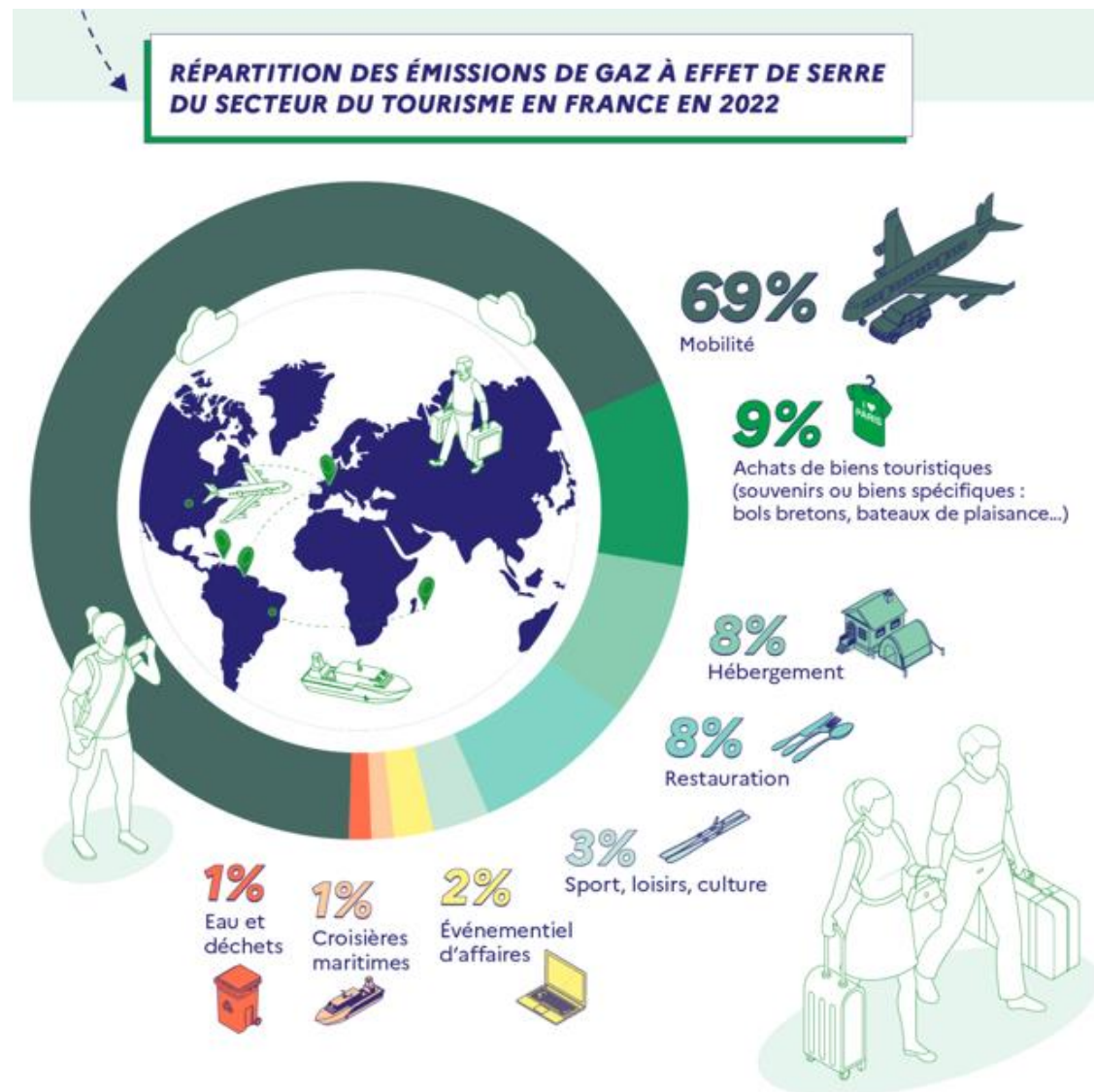
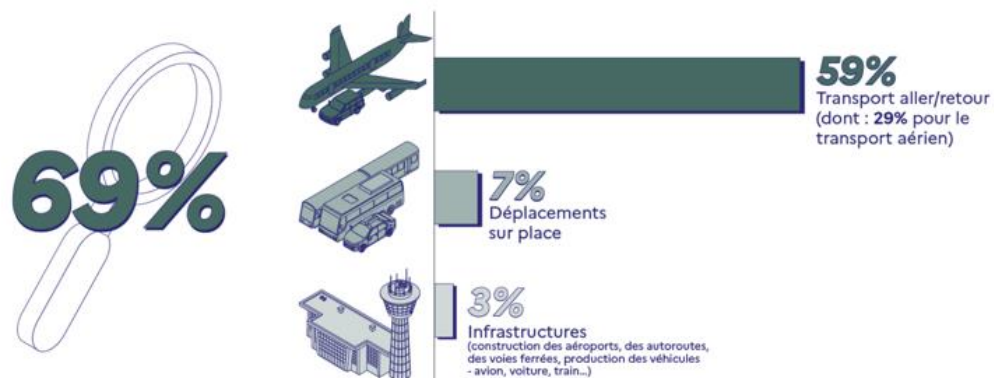
Vaison-la-Romaine
14/01/25

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence



CONTEXTE – LES DERNIERS CHIFFRES

11 % des émissions de GES en France = Tourisme



TENDANCES DE CONSO

LES CONSOMMATEURS VEULENT VOYAGER DE MANIÈRE PLUS DURABLE

Attitudes à l'égard des voyages durables *

84%

souhaitent réduire leurs déchets lors de leurs futurs voyages



83%

veulent réduire leur consommation d'énergie



79%

souhaitent utiliser des modes de transport plus respectueux de l'environnement



76%

sont désireux de réduire leur consommation d'eau



69%

s'engagent à réduire l'empreinte carbone de leur voyage ou à payer pour la compenser lorsque c'est possible

* 29 349 adultes interrogés dans 30 pays et territoires, ayant voyagé au cours des 12 derniers mois et ayant l'intention de voyager en 2021.

Source : Booking.com



Booking.com statista

Une divergence d'attentes et de point de vue entre les clients et les professionnels

Divergence de perception



« 84% des professionnels affirment réaliser des efforts suffisants »

« Seuls 14% de Français considèrent les professionnels concernés engagés. »

Des attentes fortes des clients sur l'engagement

« 54% des clients réclament un label (contre 16% pour les professionnels) et 53% aimeraient repérer l'information sur la vitrine à l'extérieur. »

Un consentement à payer très important !



« plus de 60% accepteraient de payer un à trois euros de plus si le patron démontre son engagement en faveur de l'écologie »



https://www.fnb-info.fr/medias/fichiers/barometre_c10_2019.pdf



OTI VAISON VENTOUX – 14/01/25

STRATÉGIE 2023-2027

LES QUATRE PILIERS DU PLAN DE TRANSITION

- **Pilier 1** : S'inscrire dans le développement d'un Tourisme Responsable
« quatre saisons »
- **Pilier 2** : Accompagner les acteurs et les territoires dans leurs mutations
- **Pilier 3** : Favoriser le développement des séjours, prestations
Écotouristiques et Slow Touristiques
- **Pilier 4** : Soutenir et encourager les modes de déplacement doux



CLUB TRES#84

- force de proposition
- accompagnement des pros
- tous les pros représentés

3-4 réunions/an

GROUPE THÉMATIQUES

- communication
- financements
- écomobilité
- hospitalité

*3-4 réunions/an
volontariat*

COMITÉ DE PILOTAGE

valide & décide
des orientations

1-2 réunions/an

COMITÉ SUIVI
& ÉVALUATION
analyse & valide les plans
d'action des pros
qui s'engagent

3/4 réunions/an



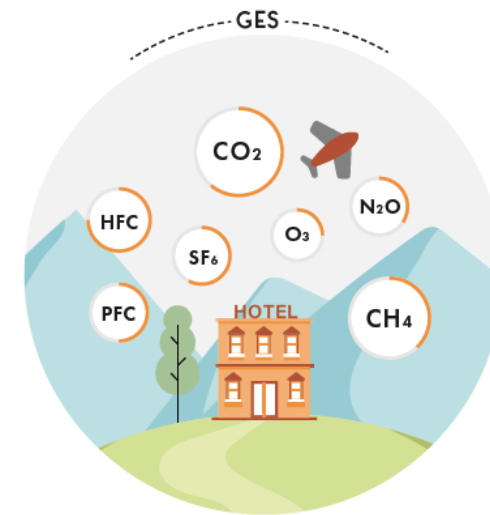
LES ENJEUX, LES DÉFIS À RELEVER



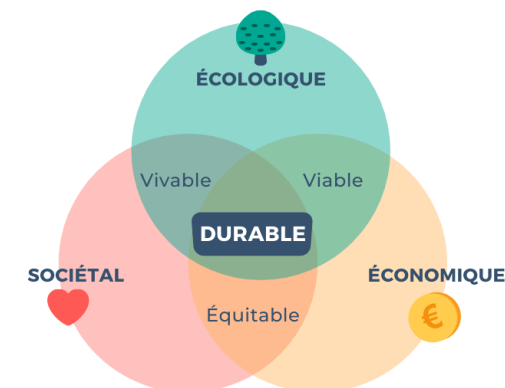
- Réduire les émissions de gaz à effet de serre du tourisme
- Encourager les mobilités douces
- Prioriser les clientèles cibles
- Maîtriser et économiser la ressource en eau, notamment en été
- Maîtriser la consommation d'énergie, favoriser la sobriété énergétique
- Maîtriser la production de déchets
- Préserver la biodiversité et les ressources naturelles
- Lutter contre le gaspillage alimentaire, manger local !
- S'engager dans un tourisme plus responsable en s'appuyant sur les labels et les marques

- Impliquer, habitants, professionnels et territoires dans le développement du tourisme
- Favoriser l'accessibilité touristique
- Sensibiliser, former, accompagner les professionnels

- Acheter local, responsable, bio
- Favoriser les retombées économiques à l'année, et l'emploi local
- Inciter à l'action avec une communication responsable, non culpabilisante loin du greenwashing



Les 3 piliers du Développement Durable



ENJEU 4 : MAITRISER ET ÉCONOMISER L'EAU

230 litres d'eau par jour et par personne
en vacances contre **146 litres** hors vacances.

C'est la consommation moyenne des Français.
En comparaison, la consommation moyenne des pays en développement est de 20 litres par jour et par personne tous usages confondus.

source : ministère de l'Économie et des Finances 2019 – EauFrance

COMMENT EST ÉVALUÉE LA GRAVITÉ DE LA SÉCHERESSE ?

GRANDS FACTEURS DE SÉCHERESSE



MANQUE DE PLUIE

+



PRÉLÈVEMENTS EXCESSIFS

—



eau potable

+



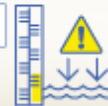
irrigation

+



industries

ÉTAT D'ALERTE



COURS D'EAU



NAPPES D'EAU SOUTERRAINES

4

NIVEAUX DE GRAVITÉ

Pour les Cours d'eau et les nappes souterraines



VIGILANCE



ALERTE



ALERTE RENFORCÉE



CRISE





TOURISME RESPONSABLE

DIMENSION ENVIRONNEMENTALE

**99**
INDICATEURS SUIVIS
ANNUELLEMENT

DIMENSION SOCIALE



DIMENSION ÉCONOMIQUE

2 022
ENTREPRISES
TOURISTIQUES

11 835
EMPLOIS SALARIÉS
(HORS SAISONNIERS ET
INTERIM)

65%
DES NUITÉES SONT RÉALISÉES
HORS SAISON

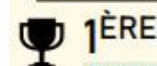
22,3
MILLIONS DE NUITÉES



Sources : URSAAF 2022

Sources : Flux vision tourisme 2024

PLAN DE TRANSITION VAUCLUSE



1^{ÈRE}
PLACE POUR LE VAUCLUSE EN
RÉGION SUD-PACA

579 834 €
DE SUBVENTIONS FONDS TOURISME
DURABLE ADÈME - 37 PROS

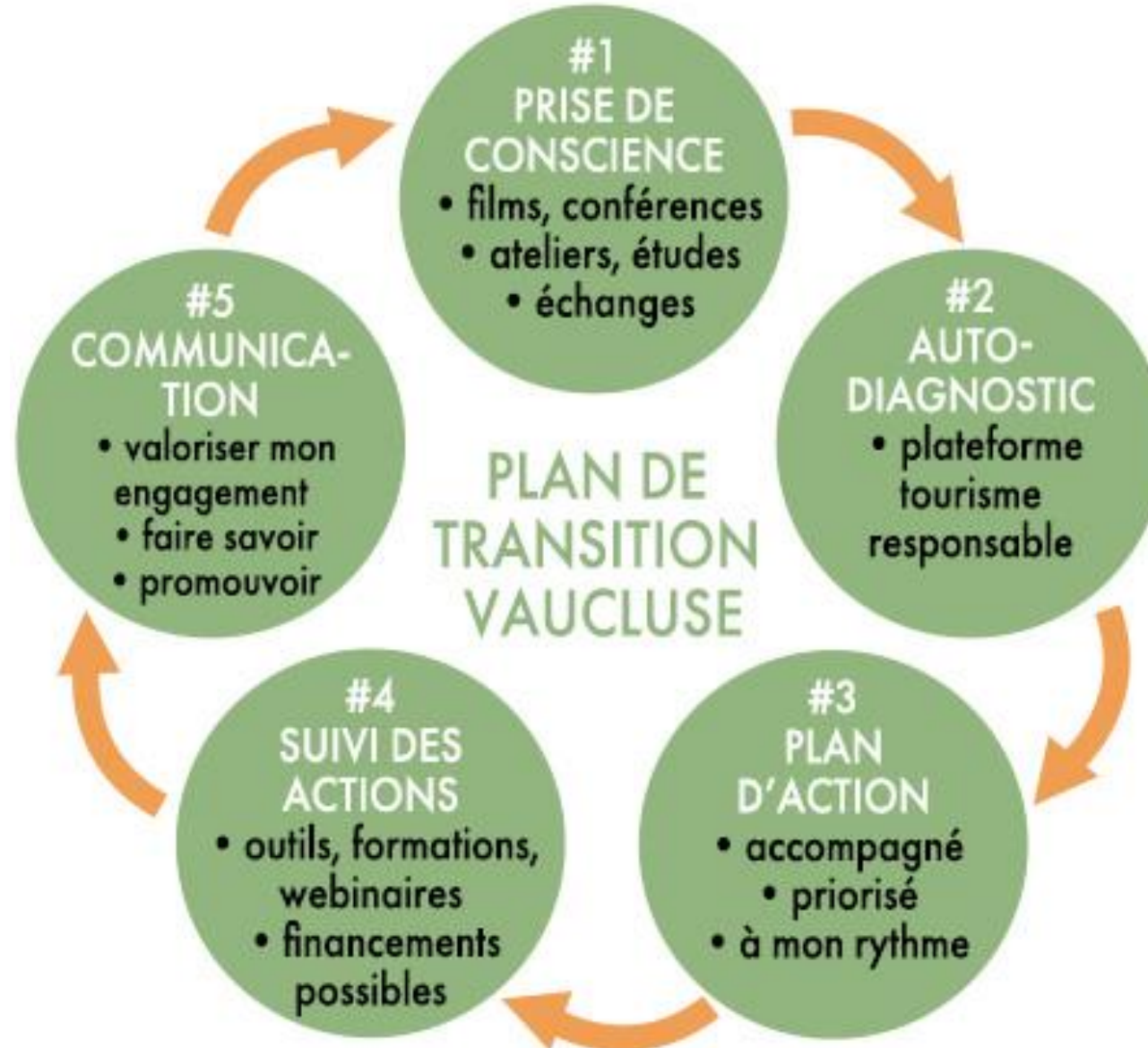
53
PROFESSIONNELS
ENGAGÉS SUR LA
PLATEFORME AUTO-
DIAGNOSTIC

480
PROFESSIONNELS
INSCRITS À LA
NEWSLETTER
« TOURISME
RESPONSABLE »

40
STRUCTURES
PARTENAIRES
MEMBRES DU CLUB
TRES#84



LES ÉTAPES DE MA TRANSITION



- #1
PRISE DE
CONSCIENCE
- films, conférences
 - ateliers, études
 - échanges

PRISE DE CONSCIENCE

Comment faire évoluer mon offre vers le tourisme responsable ?

26 septembre & 4 octobre 2024
visio-conférence

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence

Le gîte de Craie

Emilie André VPA

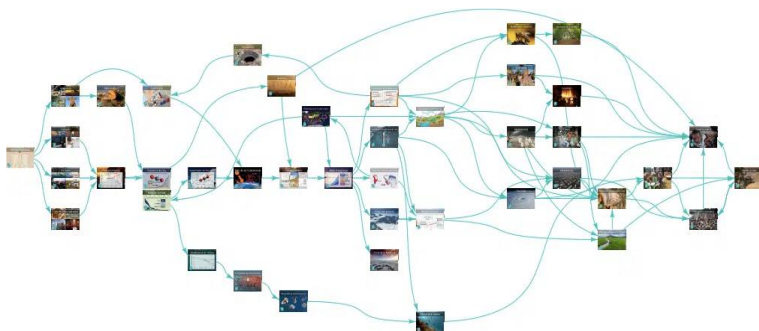
Jacques P.

marie TRONC

Laura DANJAUME

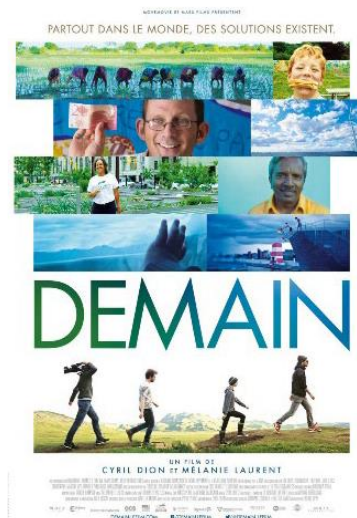
Julie Bellon

Vincent Ja...



- Vidéos "Le Vaucluse, Naturellement Provence"

[Accueillir en mode tourisme durable en Vaucluse \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=...)



Vos références

Compte commercial : 14880307
Compte de facturation : 886187863

Facture 13600083 du 13/12/2011

Détails de facturation par site (Point de livraison)

Les montants de TVA et le montant TTC par site sont fournis à titre d'information. Seuls les montants figurant sur le récapitulatif sont dus.

Exemplaire	Date de livraison	Site	Quantité	Montant HT (€)	Montant TTC (€)
1	13/12/2011	Site 1	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
2	13/12/2011	Site 2	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
3	13/12/2011	Site 3	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
4	13/12/2011	Site 4	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
5	13/12/2011	Site 5	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
6	13/12/2011	Site 6	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
7	13/12/2011	Site 7	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
8	13/12/2011	Site 8	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
9	13/12/2011	Site 9	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
10	13/12/2011	Site 10	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
11	13/12/2011	Site 11	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
12	13/12/2011	Site 12	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
13	13/12/2011	Site 13	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
14	13/12/2011	Site 14	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
15	13/12/2011	Site 15	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
16	13/12/2011	Site 16	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
17	13/12/2011	Site 17	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
18	13/12/2011	Site 18	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
19	13/12/2011	Site 19	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
20	13/12/2011	Site 20	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
21	13/12/2011	Site 21	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
22	13/12/2011	Site 22	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
23	13/12/2011	Site 23	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
24	13/12/2011	Site 24	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
25	13/12/2011	Site 25	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
26	13/12/2011	Site 26	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
27	13/12/2011	Site 27	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
28	13/12/2011	Site 28	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
29	13/12/2011	Site 29	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
30	13/12/2011	Site 30	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
31	13/12/2011	Site 31	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
32	13/12/2011	Site 32	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
33	13/12/2011	Site 33	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
34	13/12/2011	Site 34	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
35	13/12/2011	Site 35	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
36	13/12/2011	Site 36	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
37	13/12/2011	Site 37	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
38	13/12/2011	Site 38	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
39	13/12/2011	Site 39	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
40	13/12/2011	Site 40	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
41	13/12/2011	Site 41	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
42	13/12/2011	Site 42	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
43	13/12/2011	Site 43	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
44	13/12/2011	Site 44	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
45	13/12/2011	Site 45	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
46	13/12/2011	Site 46	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
47	13/12/2011	Site 47	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
48	13/12/2011	Site 48	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
49	13/12/2011	Site 49	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
50	13/12/2011	Site 50	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
51	13/12/2011	Site 51	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
52	13/12/2011	Site 52	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
53	13/12/2011	Site 53	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
54	13/12/2011	Site 54	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
55	13/12/2011	Site 55	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
56	13/12/2011	Site 56	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
57	13/12/2011	Site 57	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
58	13/12/2011	Site 58	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
59	13/12/2011	Site 59	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
60	13/12/2011	Site 60	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
61	13/12/2011	Site 61	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
62	13/12/2011	Site 62	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
63	13/12/2011	Site 63	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
64	13/12/2011	Site 64	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
65	13/12/2011	Site 65	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
66	13/12/2011	Site 66	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
67	13/12/2011	Site 67	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
68	13/12/2011	Site 68	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
69	13/12/2011	Site 69	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
70	13/12/2011	Site 70	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
71	13/12/2011	Site 71	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
72	13/12/2011	Site 72	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
73	13/12/2011	Site 73	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
74	13/12/2011	Site 74	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
75	13/12/2011	Site 75	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
76	13/12/2011	Site 76	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
77	13/12/2011	Site 77	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
78	13/12/2011	Site 78	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
79	13/12/2011	Site 79	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
80	13/12/2011	Site 80	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
81	13/12/2011	Site 81	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
82	13/12/2011	Site 82	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
83	13/12/2011	Site 83	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
84	13/12/2011	Site 84	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
85	13/12/2011	Site 85	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
86	13/12/2011	Site 86	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
87	13/12/2011	Site 87	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
88	13/12/2011	Site 88	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
89	13/12/2011	Site 89	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
90	13/12/2011	Site 90	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
91	13/12/2011	Site 91	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
92	13/12/2011	Site 92	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
93	13/12/2011	Site 93	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
94	13/12/2011	Site 94	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
95	13/12/2011	Site 95	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
96	13/12/2011	Site 96	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
97	13/12/2011	Site 97	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
98	13/12/2011	Site 98	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
99	13/12/2011	Site 99	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00
100	13/12/2011	Site 100	2 500 kWh	7 275,00	8 730,00



PLATEFORME AUTODIAGNOSTIC + ACCOMPAGNEMENT TERRAIN

Pour qui ?

- Hébergeurs
- Restaurateurs
- Prestataires d'activités, sites de visite
- Organisateurs d'événements

Critères / Volet	Thématiques
Économie Environnement Solidarité sociale Validité Gouvernance	Activité et fonctionnement Engagement durable et implication sur le territoire Approche environnementale Ressource en eau Énergie Tri des déchets Transports et mobilités douces Social



PLATEFORME AUTODIAGNOSTIC + ACCOMPAGNEMENT TERRAIN

COMMENT ACCÉDER À L'AUTODIAGNOSTIC ?



vauclose-naturellement-provence.com/diagnostic/

Démarche gratuite pour les professionnels



PORTAIL POUR LES PROS

Tableau de Bord

En tant que prestataire vous pouvez voir ici votre progression et vos documents.

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan de transition touristique en Vaucluse pour un Tourisme responsable, nous vous invitons à remplir cette auto-évaluation. Celle-ci vous permettra de mesurer votre degré d'engagement dans des démarches éco-slow touristiques et d'identifier des pistes d'amélioration possibles.

Ensemble construisons « Le Vaucluse, naturellement Provence ».

En vous remerciant dès à présent pour votre engagement.

Le collectif Club TRES 84

Autoévaluation :
thématiques
confondues

auto-évaluation

Pour vos activités : Camping

Avancement du questionnaire :

7 %

REPRENDRE

auto-évaluation

Vos résultats par thème :

Economie 26 %

Environnement 0 %

Solidarite sociale 0 %

Gouvernance 0 %

Validité 0 %

Scoring :
% par
pilier DD

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence



AFFICHAGE AUTOÉVALUATION POUR LES PROS

Activité et fonctionnement

Emploi et compétences



Votre activité / événement / projet en lien avec le tourisme responsable favorise-t-il la création d'emplois (saisonniers, CDD, CDI) ?

☐ oui ☒ non

En cas de besoin en compétences ou savoir-faire externe (employés, saisonniers, intérim, prestataires...) favorisez-vous les personnes du territoire ou les entreprises locales (Vaucluse et départements limitrophes 30, 13, 04 et 26) ?

☒ oui ☐ non

Partagez-vous des fonctions ou des emplois (animateur, conseiller en séjour, comptable, personnel d'entretien/en salle/d'accueil, ...) en collaboration avec des partenaires locaux / voisins en saison ou à l'année ?

☐ oui ☒ non

PRÉCÉDENT

SUIVANT



#3 PLAN D'ACTION

- accompagné
- priorisé
- à mon rythme

QUE SE PASSE T-IL APRÈS L'AUTODIAGNOSTIC ?

AUTODIAGNOSTIC
RÉALISÉ SUR LA
PLATFORME

Si résultats > 40% :

Accompagnement
possible par un
réfèrent

Si résultats < 40% :

Efforts à fournir +
Accès documentation

Accompagnement
par un
conseiller-réfèrent :
Plan d'actions

Étude et suivi par le
comité d'évaluation

Consolidation du plan
d'actions
Aide à la construction
d'offres éco / slow
touristique

Évolution
autodiagnostic
possible



#4 SUIVI DES ACTIONS

- outils, formations, webinaires
- financements possibles

RESSOURCES

la fabrik | by
des Compétences Tourisme Région
Sud

Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

les parcours de formation

- MARKETING DIGITAL**
- TOURISME DURABLE**
- LANGUES & CULTURES ÉTRANGÈRES**
- MICE**

Formulaire d'inscription à la plateforme :

<https://forms.gle/QxPTatqg3SE3hhEcA>

Présentation plateforme du 21.03 / Drive :

[https://drive.google.com/drive/folders/1Hb72QVbqaMSiRo3Wsb2PmRuS1plxR_sG?usp=drive link](https://drive.google.com/drive/folders/1Hb72QVbqaMSiRo3Wsb2PmRuS1plxR_sG?usp=drive_link)

Les Fondamentaux du Tourisme Durable et

2 Formations

Tourisme durable : Top 10 des priorités à

5 Formations

Hébergeurs touristiques : top 10

OGD : top 10 des priorités à mettre en

Prestataires d'activités de pleine

Professionnels de l'événementiel : top 10

Restaurateurs : top 10 des priorités à





RESSOURCES

PARCOURS ÉCO-SOLUTIONS – PNR SUD

31 vidéos **INSPIRANTES** de super héros du tourisme responsable
19 **FICHES CONSEILS** pour en devenir un vous-même !
25 **UNIVERS** à découvrir

[Éco-solutions, je passe à l'action !
\(monreseau-pro-pnrsud.fr\)](http://monreseau-pro-pnrsud.fr)

Avec les **super-héros** de l'écotourisme
Boostez votre **transition écologique** !



À consulter sur
notre site internet
ecosolutions-pnrsud.fr

RÉGION SUD
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

PARCS NATURELS RÉGIONAUX
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

PARCS NATURELS RÉGIONAUX
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

À propos La marque Valeurs Parc Évènements & formations

SUIVEZ LA PISTE D'UN TOURISME PLUS ÉCOLOGIQUE ET RESPONSABLE

Baladez-vous dans l'illustration et cliquez sur les pastilles rouges pour accéder aux vidéos et aux fiches conseil.

Réduire son empreinte plastique

Visionnez notre vidéo et prenez connaissance de nos fiches éco-solutions :

- Vers un hôtel zéro plastique à usage unique
- Vers le zéro déchet plastique
- Définir une politique d'achats responsables

[Accéder à la page](#)

PARCS NATURELS RÉGIONAUX
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Boostez votre **transition écologique**
avec les **super-héros** de l'écotourisme !

Baladez vous dans le
PARCOURS ÉCO-SOLUTIONS
pour accéder aux
FICHES CONSEIL et aux **VIDÉOS**
À consulter sur notre site internet
ecosolutions-pnrsud.fr

#4 SUIVI DES ACTIONS

- outils, formations, webinaires
- financements possibles

RESSOURCES

PAGES WEB



Le Vaucluse souhaite devenir un modèle de destination touristique responsable, vertueuse pour l'environnement et les habitants de son territoire. Pour cela, le département s'est engagé à travers VPP, dans une démarche de transition touristique initiée en 2021, à laquelle de nombreux partenaires publics et privés se sont joints. Héritiers autour des enjeux et du bien-être de ce projet.

LA TRANSITION TOURISTIQUE DANS LE VAUCLUSE



[Plan de transition](#) : définitions, présentation de la démarche...

[Club TRES#84 : membres, rôle, actions](#)

[Plan d'actions](#) : Présentation des actions mises en œuvre autour des 4 objectifs dont formations et actions pour les pros

[Ça m'intéresse !](#) : Présentation des avantages de l'accompagnement pour les pros et du "comment intégrer la démarche de transition", lien vers la plateforme d'autodiagnostic

[Pros inspirés et inspirants](#) : Présentation des bonnes pratiques et success stories des pros déjà engagés dans la transition touristique sur le territoire du Vaucluse via vidéos articles internes/externes...

[Boîte à outils](#) : Kits de com téléchargeables (positionnement, charte voyageur responsable..), lien vers ressources techniques (drive, plateforme..)...

[Agenda](#) : dates des prochains séminaires, éducteurs, webinaires, formations...



NEWSLETTER DÉDIÉE

Diffusion newsletter « Info réseau Plan de transition touristique en Vaucluse »
Fréquence : toutes les 7 semaines

Différentes rubriques :

- Chiffres clés
- Webinaires à venir
- Regard sur
- Financement
- A faire, à découvrir
- Le coin du dico

Lien inscription :

[Newsletter Tourisme Durable – Vaucluse Provence Attractivité \(vaocluseprovence-attractivite.com\)](https://vaocluseprovence-attractivite.com)



VAUCLUSE
PROVENCE
Attractivité

INFO RÉSEAU « PLAN DE TRANSITION TOURISTIQUE EN VAUCLUSE »

Chiffres clés

19 septembre 2024

Gestion des déchets :
Quand la conscience part aussi "en vacances"

27 % des Français

41% des Français

soit plus d'1 Français sur 4,
admettent jeter leurs déchets par la
fenêtre de leur voiture sur la route
des vacances

reconnaissent jeter des déchets sur
la voie publique

Demain, 20 septembre, c'est la journée nationale de ramassage des déchets.
L'occasion de partager les résultats du sondage Ipsos mené pour la
Fondation VINCI Autoroutes. Selon l'étude, les comportements des Français
face aux déchets changent radicalement en période de congés. Car même
s'ils sont plus responsables le reste de l'année dans leur quotidien, les
usagers relâchent leurs bonnes habitudes lorsqu'ils sont en vacances,
notamment sur la route de leur lieu de villégiature. Cette baisse de la
conscience s'observe sur l'ensemble des voies publiques.

> Plus d'Info

Avis aux restaurateurs

Aide pour 10 candidatures à la labellisation Écotable

Dans le cadre du plan de transition écotouristique, VPA propose à 10
restaurants du Vaucluse engagés dans la transition écologique de bénéficier
d'une prise en charge de 50% de leur première année d'accompagnement à
la labellisation Écotable (480€ TTC au lieu de 960€ TTC). Cette offre fait suite
au partenariat signé entre VPA et Écotable, visant à accompagner les
restaurants dans leur réduction d'impact environnemental et valoriser ceux

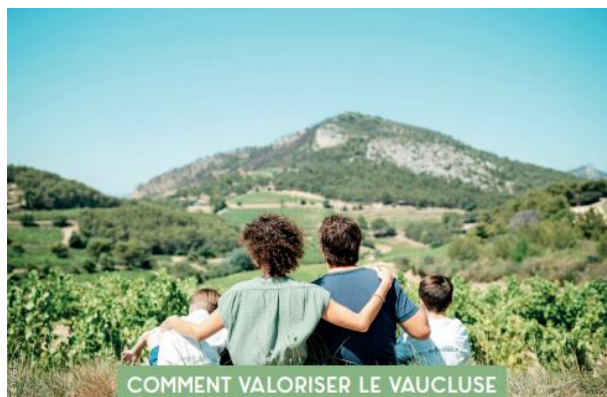
#5 COMMUNICATION

- valoriser mon engagement
- faire savoir
- promouvoir

COMMUNICATION

LE POSITIONNEMENT TOURISME RESPONSABLE

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence



COMMENT VALORISER LE VAUCLUSE

COMME DESTINATION RESPONSABLE ?

Vous êtes un prestataire du tourisme et souhaitez communiquer auprès de vos clientèles ou visiteurs sur ce qui fait du Vaucluse une destination responsable, sur ses valeurs, sur les points qui répondent aux enjeux d'un tourisme durable ? Les offices de Tourisme ont identifié le besoin des visiteurs de comprendre en quoi le Vaucluse répond à ces enjeux. Voici des éléments qui vous permettront de présenter votre offre et votre territoire en l'inscrivant dans une démarche éco-citoyenne.

L'ambition du Vaucluse est de faire vivre l'ADN de la Provence. Il s'agit de préserver ses patrimoines naturels et culturels, d'expérimenter un espace d'activités de pleine nature, offrir un art de vivre authentique, accueillant et éveillant tous les sens.

Le style du Vaucluse se caractérise par « un vivre ensemble » incomparable, une ambiance authentique et conviviale, des moments pour soi, des rencontres nourrissantes et des découvertes inattendues, insolites et parfois secrètes.

Les valeurs du Vaucluse reposent sur la présence d'une nature à la fois préservée et travaillée (pour l'agriculture), de terroirs, d'un patrimoine ancré dans l'histoire, d'un art de vivre provençal et d'événements culturels étonnants, enrichissants... La mise en récit des sites incarne la sensorialité et la sensualité propres à la Provence, ainsi que la rencontre et le partage de moments d'exception.

La promesse client du Vaucluse est de découvrir et comprendre un territoire varié, vivre des expériences singulières et uniques, prendre le temps de vivre, se reposer, découvrir et partager en harmonie avec la nature.

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence
La capitale du tourisme responsable en Vaucluse



VAUCLUSE
PROVENCE
SOUTIEN

LE DÉPARTEMENT
DU VAUCLUSE

MAIRIE
DE VAUCLUSE

MAIRIE
DE VAUCLUSE

PREUVES DE VALEURS

NATURE PRÉSERVÉE

2 Parcs naturels régionaux classés
Réserve de biosphère de l'UNESCO
(Mont-Ventoux et Luberon) et Géoparc
mondial (Luberon).
21 Espaces Naturels Sensibles (ENS),
des sites emblématiques ou plus
confidentiels à préserver, plusieurs sites
Natura 2000.

PATRIMOINE RICHE ET ANCRÉ DANS L'HISTOIRE

Pont d'Avignon & Palais des Papes,
7 villages classés « les plus beaux
villages de France », théâtre antique
et arc de triomphe d'Orange, sites
antiques de Vaison, synagogue de
Carpentras, patrimoine rural riche
(bories, jas, chapelles)...

TRANSMISSION ET SAVOIR-FAIRE

Musée de la Lavande Luberon,
ÔKHRA - Écomusée de l'Ocre, Musée
de la Filature - Brun de Vian-
Tiran, Arôma Plantes, Naturoptère,
Hamas Jean-Henri Fabre, La Royère -
Musée de l'Huile d'Olive, Musée du
Cartonnage et de l'Imprimerie...
2^{ème} région métiers d'art de France.

MOBILITÉ DOUCE

Plus de 1 500 km de parcours balisés
VTT, plus de 1 900 km de parcours
balisés vélo sur petites routes en voie
partagée, 3 véloroutes, 117 km de voies
vertes aménagées, plus de 2 800 km
de sentiers balisés pour la randonnée,
plus de 350 professionnels labellisés
Accueil Vélo (1^{er} en PACA).
Un réseau de bus et de trains régionaux
développé. Une gare TGV.



PRODUITS LOCAUX DE QUALITÉ

32 AOP/AOC : le raisin Muscat du
Ventoux, les vins de Châteauneuf-
du-Pape, des Côtes-du-Rhône, du
Luberon et du Ventoux, l'huile d'olive,
la cerise des coteaux du Ventoux,
l'agneau, le petit épeautre...

Produits locaux identitaires : fraise
de Carpentras, melon de Cavaillon,
truffe, nougat, fruits confits...

+ de 140 producteurs labellisés
« Bienvenue à la Ferme ».

ÉVÈNEMENTS ENGAGÉS

Festival d'Avignon, Foire aux
antiquaires de L'Isle-sur-la-Sorgue,
Chorégies d'Orange, Insane Festival,
Festival Ventoux Saveurs, Fascinant
Week-end, Terroirs en Fête...

PARTAGE DE MOMENTS AUTHENTIQUES

Soirées vigneronnes estivales, visite
chez le producteur et chez l'artisan,
fêtes de villages, plus de 20 000
festivités tout au long de l'année,
Noëls insolites...

UNE OFFRE ÉCO-LABELLISÉE

72 professionnels labellisés
(Marque Valeurs Parc, Clef verte,
Hôtel au naturel...).

LES CIBLES DE CLIENTÈLES

ORIGINE

En tant que destination durable, le Vaucluse et ses acteurs prioriseront leurs **actions de communication** vers :



- Les **clientèles de proximité** dont l'impact carbone dû
aux déplacements est moins important :

- A moins d'une heure de route ;
- A moins de 3 heures en train (Ile de France,
Bassin lyonnais...) ;
- Les Excursionnistes* pour lesquels il s'agira de
générer des nuitées.

- Les **marchés intracontinentaux** :

- Allemagne et Suisse, dont l'accès peut se faire en
train et dont les séjours se répartissent déjà sur les 4 saisons ;
- Belgique et Pays-Bas dont l'accès peut se faire
en train avec un travail renforcé pour désaisonnaliser leurs
séjours.

- Les **marchés lointains** : priorisation de la clientèle
américaine, marché mature et 1^{ère} clientèle étrangère dans
l'hôtellerie, pour son impact économique indispensable
pour notre territoire. L'allongement de la durée du séjour
pour cette clientèle sera un levier de la diminution de son
empreinte carbone.

*visiteurs à la journée dont le séjour n'occasionne pas de nuitée sur le territoire.

PROFIL

CENTRES D'INTÉRÊTS :



Développement personnel, reconnexion à la nature,
partage d'expériences.



Pratiquant des activités de plein air : vélo, rando, trail,
équestre, pêche.



Épicuriens, aimant les produits du terroir.



En capacité de séjourner aussi hors période
scolaire.

Les exemples cités ne sont pas exhaustifs. Il s'agit des principaux éléments constituant la preuve de la valeur énoncée.

#5
COMMUNICA-
TION

- valoriser mon engagement
- faire savoir
- promouvoir

COMMUNICATION

LA CHARTE DU VOYAGEUR RESPONSABLE

LE VAUCLUSE *Naturellement Provence*

Tu sais que tu voyages responsable en Vaucluse quand



Tu préfères te **balader** à pied ou à vélo même si ton rendez-vous est au sommet du Mont-Ventoux.

Ton sac a doublé de volume depuis qu'il rivalise avec celui de Mary Poppins : gourde, tote-bag, cendrier de poche, sac à déchets...

Tu te balades en forêt les jours où tu ne déranges pas Dame Nature.

Tu connais par cœur la couleur de la poubelle pour le plastique.

Tu apprécies passer une après-midi à **discuter** avec un artisan ou un vigneron.

Tu as aimé le bleu de la **lavande** et tu as hâte de **découvrir** le rose des amandiers et le rouge des **vignes**.

Tu manges uniquement local et de saison même si cela te prive du dernier jus détox à la mode.

Tu ne manquerais pour rien au monde le **marché** de producteurs du coin.



Tu sais que la meilleure climatisation c'est de **vivre** au rythme de la Provence : sieste l'après-midi, sorties en soirée l'été, **bouger** au printemps et à l'automne...

En été, tu fermes les volets la journée et tu ouvres les fenêtres la nuit (et pas l'inverse).

Tu préfères la **lumière** provençale à celle de l'ampoule.

Tu as compris qu'une douche plus longue ne rend pas plus propre.

Aux abords des champs cultivés, tu touches seulement avec les yeux.



Tu veilles au respect de la tranquillité des **habitants**.

Tu situes l'arrêt de bus et la gare la plus proche.

Tu gardes cette charte et tu la fais lire à ton voisin.

Profil VPA 2024 - © Design A.Clar



OTI VAISON VENTOUX – 14/01/25



VAUCLUSE
PROVENCE
ANCIENNE VALLEE DU RHÔNE
LURELON MONT-VENTOUX

Département
VAUCLUSE

RÉGION
SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR

Offices de
Tourisme
de France

Les écolabels

Développez et valorisez votre engagement
pour un tourisme plus durable !



DES LABELS SUR LESQUELS S'APPUYER



DÉMARCHES « COUP DE POUCE » FINANCIER RÉGION



**Prise en charge 70% Audit -
2025**

**Visio présentation dispositif
04/02**



LES ACTIONS À VENIR



- Création 2 **kits écogestes** : visiteurs/personnels
- Enrichissement contenu rédactionnel **web** digital « offres, expériences éco-slow touristiques »
- **Campagne** à destination des habitants « Voyagez chez vous ! » pour un tourisme de proximité
- **Infographie** sur l'importance du Tourisme à destination des habitants, élus et visiteurs
- **Accompagnements individualisés** des pro par le club TRES#84

Webinaires & ateliers :

- Quels **écolabels** poussés en Vaucluse, pourquoi, comment ?
- Elaborer des **offres éco/slow** touristiques pour les commercialiser (club TRES#84 & réceptifs)
- **Fresque** du climat : bien comprendre & de façon ludique ! Pour les pros engagés



QUEL INTÉRÊT DE S'Y METTRE ?

- **Limiter** à l'échelle de l'activité de chacun, **son impact sur la planète** (diminution des GES, gestion des déchets, sobriété énergétique, économie d'eau, préservation de la biodiversité, gestion des flux dans le temps et l'espace...).
- **Diminuer ses dépenses** par l'effet vertueux de rationaliser les consommations de son activité.
- **Prétendre à des financements** qui accompagnent largement la transition du tourisme (ADEME, Région) pour des travaux, des équipements renouvelés, la construction d'offres slow eco...
- **Bénéficier d'un accompagnement** technique du club TRES84 tout au long de la démarche.
- **Répondre à la promesse client** et améliorer sa satisfaction. Les clientèles sont de plus en plus sensibles aux sujets environnementaux.
- **Diversifier les clientèles** par des prestations et offres complémentaires.
- **Être mieux positionné**, valorisé auprès des prescripteurs (presse, tour opérateurs).
- **Bénéficier d'actions de promotions et communication** d'envergure à différentes échelles de territoire (locale, départementale, régionale...).
- **Accéder de façon privilégiée à un espace collaboratif en ligne** dédié au « tourisme responsable » (notes, bibliothèque, documents de présentation, bonnes pratiques...).
- **Intégrer plus facilement et sans doublon les marques, labels reconnus** (marque Valeur Parc, Green Globe, Clef verte...).



VAUCLUSE PROVENCE Attractivité

